

La confiance dans les aliments

Compte-rendu par P. Arouna Ouedraogo¹ de l'ouvrage de l'ouvrage de Unni Kjaernes, Mark Harvey and Alan Warde, *Trust in Food. A Comparative and Institutional Analysis*

Trust in food est un livre qui rend compte d'un projet de recherches, l'Etude Européenne des Conditions Sociales et Institutionnelles de la Production de la Confiance, financé par la Direction de la recherche de la Commission européenne, 'Qualité de la Vie et Gestion des Ressources Vivantes', Action-Clé I, sur 'Alimentation, Nutrition et Santé' (Contrat UE numéro QLK1-CT-2001-00291). La recherche, réalisée entre 2002 et 2004, l'a été par six équipes appartenant aux six pays dans lesquels l'étude est conduite : la Norvège, le Danemark, l'Allemagne, le Portugal, l'Italie et la Grande-Bretagne.

L'objet de la recherche est d'explorer aussi bien les fondements que les dynamiques de la confiance dans les aliments, dans un contexte où la crise de la vache folle a introduit en première ligne les questions de sécurité alimentaire dans les agendas politiques en Europe. La situation qui prévalait alors était celle où aussi bien les autorités politiques que les opérateurs économiques percevaient une désaffection croissante des consommateurs à l'égard des produits alimentaires qu'ils achetaient au motif qu'ils étaient perçus comme dangereux.

Pour étudier l'impact du contexte institutionnel de la confiance dans les aliments, les auteurs procèdent à une approche comparative, en faisant, au moyen d'enquêtes statistiques et d'études qualitatives l'inventaire des variations de la confiance, des contextes sociaux et institutionnels dans les pays où l'étude prend place. Ils retiennent huit catégories d'agents et d'organismes, dont le rôle dans les systèmes alimentaires contemporains en Europe est crucial : ce sont les agriculteurs, les transformateurs, les distributeurs, les consommateurs, les gouvernements, les scientifiques de l'alimentation, les organisations de consommateurs et les mass media.

La recherche a été réalisée en partie par le truchement d'une enquête quantitative, utilisant le système CATI (Computer-Assisted Telephone Interviews), apte à fournir des conditions optimales pour l'étude d'un échantillon représentatif. Ces enquêtes portaient sur des individus âgés de 18 à 80 ans dans les différents pays. Au total, 8575 interviews se sont révélées utilisables. La taille des échantillons variait de 1000 pour la Norvège, le Danemark et le Portugal, et de 1806 à 2006 pour l'Italie, l'Allemagne et la Grande-Bretagne ; des pondérations ont été utilisées pour permettre les comparaisons.

J'ai choisi dans ma présentation de commenter librement la méthode de recherches et les résultats obtenus, ainsi que l'explication que les auteurs donnent de la confiance. Je termine avec une ou deux remarques critiques sur l'ouvrage.

¹ Sociologue, INRA-ALISS UR 1303

La problématique de la confiance dans l'alimentation

Les auteurs s'efforcent d'emblée de réunir autant de preuves empiriques que de rigueur analytique pour faire justice aux conceptualisations communes de la confiance. Aussi définissent-ils d'entrée la confiance dans la nourriture comme un fait social et relationnel à la fois. Ils prennent leur distance avec les explications individualistes de la formation de la confiance qui tendent à se concentrer sur le consommateur individuel ainsi que sur la manière dont il/elle évalue le risque qu'il/elle encourt en consommant des produits alimentaires spécifiques. Certes, chaque pays se distingue par un certain nombre de traits, mais il n'y a pas de caractère national en quelque sorte en la matière, puisque les niveaux de confiance aussi varient à travers le temps de manière significative. Les auteurs insistent sur le fait que la confiance a affaire avec la manière dont chaque pays ou région traite des questions alimentaires et des crises afférentes, ainsi qu'avec la manière dont leurs gouvernements et marchés alimentaires sont organisés. Il est capital d'avoir présent à l'esprit le fait que c'est seulement récemment que nous faisons confiance - ou nous méfions – en matière de nourriture (p. 1).

Qu'y a-t-il eu de nouveau dans les années 1990 pour que la question de la confiance dans les aliments y apparaisse avec force ? L'alimentation a bien sûr subi plusieurs transformations au cours de l'histoire, mais le passé récent a certainement fait l'expérience de sensibilités et de morales nouvelles. Pour étudier la confiance dans les aliments, les auteurs mettent l'accent à juste titre sur l'importance de considérer les transformations technologiques majeures survenues dans la manière de produire, de transporter, de préparer, d'emballer et de mettre sur le marché les aliments, qui ont conduit à l'augmentation considérable des distances entre la ferme et la table. En outre, plusieurs activités préalablement réalisées au sein du domicile ont été progressivement transférées à la filière agro-alimentaire. Bien sûr, le schéma de ces transformations a été inégal selon les pays, mais ce changement semble implacable. En outre, l'alimentation fait l'objet de davantage de contrôle et de régulation aujourd'hui qu'auparavant : étiquetage comportant de longues listes d'ingrédients et d'additifs ; règles du commerce au niveau global, définissant ce qui est mangeable ; règlements internationaux, européens et nationaux, plus ou moins en harmonie ou disharmonie selon les cas. La traçabilité et le contrôle à chaque niveau du processus alimentaire sont devenus obligatoires, mais il est difficile de s'adapter à des systèmes alimentaires disparates à travers le monde, ou à des ingrédients difficiles à détecter. La régulation de l'alimentation est progressivement devenue complexe et l'alimentation est contrôlée différemment, avec des responsabilités changeantes entre agriculteurs, transformateurs, distributeurs et détaillants. Les modèles de la consommation alimentaire ont aussi changé de manière drastique ces dernières décennies. La mort du repas de famille a été largement déclarée et déplorée, ainsi que son remplacement par les plats chauffés instantanément dans les fours à micro-ondes, pour qui veut quand il le veut. Il y a aussi eu des scandales et alertes alimentaires majeurs, qui forment la matrice pour la formation de la confiance et de la méfiance. Certes, tous ces phénomènes ne sont pas de même nature mais, en réalité, différents scandales éclairent différentes dimensions de la confiance.

Par-dessus tout, la maladie de la vache folle a constitué le scandale alimentaire le plus notoire : c'était une alerte scientifique sur l'élevage industriel, aux conséquences catastrophiques pour un marché néo-libéral dérégulé et dont la gestion a donné lieu

à des échecs politiques. Il s'en est suivi une perte de la confiance dans la viande de bœuf, des ventes qui se sont instantanément effondrées, combinées à une méfiance à l'encontre des hommes politiques, de leurs conseillers et des experts, parce que le gouvernement en est venu à être regardé comme ayant dissimulé pendant longtemps les conseils scientifiques qui auraient requis une intervention difficile, économiquement coûteuse. Ces scandales différents mettent en évidence différentes dimensions de la confiance dans les aliments, telles que la sécurité, la nutrition, la valeur économique, la qualité, l'éthique environnementale et le bien-être des animaux. La confiance est à multiples facettes et peut signifier différentes choses dans chaque pays. Même si les conceptualisations de la confiance sont souvent mêlées à des questions de sécurité alimentaire, l'importance de la confiance est loin de se restreindre au domaine alimentaire. Toutefois, la nourriture semble symboliser des qualités et des défis particuliers, et ce n'est pas un hasard si l'intérêt des études sur les préoccupations des gens en matière d'alimentation s'est accru récemment, en se concentrant notamment sur les dimensions de risque, de souci pour la santé humaine et pour l'équilibre environnemental.

Après avoir fait l'inventaire des principales approches de la confiance dans les aliments, les auteurs les trouvèrent pour la plupart insuffisantes pour comprendre et expliquer la situation présente. En référence à leur analyse critique, ils relèvent que la confiance dans l'alimentation n'est pas seulement une question de sécurité (et de risques environnementaux), que les perceptions individuelles, les décisions et stratégies ne sont pas les principales questions, que la confiance dans les experts et la science n'est pas nécessairement centrale. Les autorités, les acteurs du marché comptent aussi, et il y a des distinctions à faire selon les rôles des uns et des autres, et selon les attentes que l'on forme vis-à-vis des uns et des autres. La confiance peut être conditionnelle et elle est affectée par ce que les autres acteurs font. Aussi les auteurs s'interrogent-ils pour savoir ce qui, dans les sociétés modernes, 'crée' la confiance dans l'alimentation, et comment cette confiance varie à travers les différents pays. Ces questions forment la base de l'étude des conditions sociales et institutionnelles de la confiance du consommateur dans les aliments, présentée dans le livre, l'objet étant d'analyser la méfiance des consommateurs envers les aliments, ainsi que l'importance de cette question en Europe au cours des deux dernières décennies.

La confiance dans les aliments est interprétée ici comme recouvrant davantage d'aspects différents qu'une perception du risque ou une situation d'incertitude dans laquelle se trouveraient les consommateurs. Les auteurs de *Trust in Food* voient la confiance « comme un facteur de l'organisation collective des relations sociales, comme partie d'un processus d'institutionnalisation ». L'"institutionnalisation" est ainsi un concept-clé dans leur analyse, « indiquant non seulement l'établissement d'organisations formelles, telles que les compagnies agro industrielles, les règles légales ou contractuelles, la mise en place d'agences de sécurité sanitaire et alimentaire, mais aussi d'entités informelles stables, comme les ménages, et l'interaction organisée, à l'instar des courses alimentaires, des repas et des relations des citoyens à l'Etat » (p. 8) Aussi par le truchement d'études d'acteurs institutionnels, tels que les acteurs du marché, les autorités et les organisations non gouvernementales (ONG), les auteurs ont-ils dirigé leur attention vers les interrelations entre ces acteurs et les populations de consommateurs. Ils s'attachent alors à étudier les dispositifs structurels aussi bien que la compréhension que les

acteurs clés ont des questions alimentaires et de la confiance. L'élément central de l'analyse est de montrer comment les acteurs institutionnels entrent en relation les uns avec les autres et interagissent ensemble avec les gens ordinaires que sont les consommateurs, individuellement et collectivement. Pour s'efforcer de comprendre la confiance et la méfiance des consommateurs, il devient crucial de définir la notion de consommateur. Les auteurs ne tardèrent pas à remarquer que différents acteurs, dont l'Union européenne, les autorités politiques nationales, les industriels et les mass media, se référaient de manière croissante et explicite aux consommateurs et à leurs intérêts supposés, mais qu'également, une série de mouvements et de campagnes tendaient à replacer dans une approche politique nouvelle les interrogations sur la consommation en général et sur la consommation alimentaire en particulier. Y contribuent, entre autres, un mouvement anti-capitaliste et anti-globalisation, le commerce équitable, l'opposition aux organismes génétiquement modifiés, le mouvement Slow Food, les groupes pratiquant les « jours sans achats », ainsi que les locavoristes attentifs aux parcours des produits alimentaires. Prenant appui sur les résultats de leur recherche empirique qui légitiment leur argument sur l'institutionnalisation de la consommation, les auteurs considèrent que « les populations exercent une influence à un certain point en raison de la publicité faite à l'intérêt des consommateurs, sans que cela se traduise pour autant par un transfert de pouvoir suffisant pour susciter des transformations majeures dans l'organisation de la filière alimentaire » (p. 11)

Dimension sociale et relationnelle de la confiance dans les aliments

Affirmer que la confiance a non seulement une dimension sociale (c'est-à-dire que ce n'est pas une question de psychologie individuelle), mais aussi une dimension relationnelle, signifie qu'au lieu d'essayer de mettre en perspective les opinions individuelles sur la confiance, on étudie la confiance et la méfiance comme des facteurs engendrés par les interrelations des acteurs sociaux. Le point clé est que ce sont les acteurs qui sont dignes de confiance autant que de méfiance. La confiance est ainsi un aspect ou une dimension de la relation entre les acteurs. Elle dépend de qui sont les acteurs, de ce qu'ils font, et de l'interaction engendrée. Pour réaliser l'analyse institutionnelle comparative de la confiance et de la méfiance à l'égard de l'alimentation, les auteurs retiennent trois ensembles d'acteurs, que sont les acteurs de l'agro-alimentaire qui mettent les aliments sur le marché, les agents de l'Etat responsables de la régulation et de la gouvernance, les consommateurs et leurs représentants. Jusqu'à quel point les consommateurs trouvent-ils ces agents dignes de confiance, telle est la question, ces agents étant, théoriquement, les formations institutionnelles de base d'où émane la confiance du public à l'égard de l'alimentation.

La confiance dans les aliments pose le problème de la division des responsabilités à l'égard de l'alimentation et de son approvisionnement. S'il ne fallait retenir de la confiance qu'une délibération entre ménages et marché, elle ne serait qu'une affaire entre acheteurs et vendeurs, et les responsabilités des consommateurs seraient celles des individus à la recherche de la meilleure utilité en fonction de la hiérarchisation qu'ils opèrent dans les critères de sécurité, de prix, de qualité esthétique, de valeur nutritionnelle, dans le cadre d'une analyse des préférences de type économique. Les Etats ont assumé pendant longtemps la responsabilité de la régulation de la production alimentaire, du marketing et de la consommation et la

période actuelle a vu apparaître un ensemble de questions qui vont bien au-delà des questions de sécurité et de prix, comprenant notamment divers aspects liés à la qualité, aux allégations sanitaires ou d'origine. Par exemple, l'étiquetage des aliments est devenu un point important de l'activité de régulation : quelle quantité d'informations, de quel type, faut-il fournir sur tel produit alimentaire. On prend largement pour acquis que le gouvernement devrait avoir un rôle dans la régulation des marchés alimentaires, et que l'approvisionnement alimentaire ne peut être abandonné au seul marché. Mais il est évident que la complexité et l'échelle de l'approvisionnement alimentaire contemporain requièrent que les producteurs et distributeurs assument des responsabilités accrues et publiquement reconnues sur les normes des échanges, et ces responsabilités ne peuvent pas être abandonnées aux forces de la compétition du marché. Les consommateurs sont vus comme acteurs en référence à un ensemble de rôles : prendre soin de sa famille, être un client, être un citoyen. Ces pratiques et ces rôles varient considérablement selon les pays. A quoi s'ajoute le fait que, parmi les éléments qui affectent ces pratiques et ces rôles, l'institution de la famille et la division sexuelle du travail différent énormément d'un pays à l'autre à travers l'Europe et ont aussi considérablement changé ces dernières années.

En réalité, l'Etat, les acteurs du marché et les consommateurs constituent sans doute des institutions différentes selon les pays, si bien que lorsque l'on parle de la base institutionnelle de la confiance dans les aliments, il faut bien garder à l'esprit que le centre de l'explication tourne autour de l'analyse des relations entre ces trois 'pôles', une triade de relation en quelque sorte, d'« affaires triangulaires ». Ces trois pôles varient sans doute d'un pays à l'autre, mais pour comprendre la confiance, il est important de comprendre les relations entre eux : entre les consommateurs comme acheteurs d'aliments et les pourvoyeurs de ces aliments ; entre les consommateurs ou citoyens et les responsables de la régulation et de la gouvernance de l'approvisionnement alimentaire au sein des Etats ; et, finalement, entre les fournisseurs du marché et les autorités des Etats. Bien entendu, d'autres acteurs, dont les media, la science et la technologie, le commerce international et la concurrence, exercent des influences certaines. Mais le triangle entre ces trois pôles est central pour toute explication plausible, ne serait-ce que parce que les scandales alimentaires ont de manière critique perturbé les 'bonnes relations' entre ces pôles. Les crises alimentaires vécues en Europe et les rôles et réponses respectifs des états et des acteurs du marché suggèrent que la confiance est tri-polaire, qu'elle est rapidement devenue une question de confiance dans les autorités publiques, y compris les scientifiques, les agents de régulation et, très certainement des personnalités politiques.

Institutionnalisation de la consommation alimentaire et confiance dans les aliments

Dans le cadre de marchés alimentaires complexes, l'approche institutionnelle de la formation de la confiance s'avère de loin plus féconde que les approches cognitives. Dans ces dernières, la confiance est une variable individuelle, essentiellement sensible au rôle de l'information reçue de l'extérieur. L'approche institutionnelle contraste également avec les constructions de l'école de pensée dite de la « société du risque ». Dans celles-ci, l'approche cognitive individuelle de la confiance est maintenue et élargie aux notions d'incertitude, liant la capacité de faire confiance à

l'aptitude des gens à évaluer la sécurité et les risques environnementaux, ainsi qu'aux divergences d'évaluation des risques entre profanes et experts. Certes, les sociologues de la consommation alimentaire ont pendant longtemps mis l'accent sur le fait que les transactions économiques prenaient place dans les relations sociales, où acheter et vendre s'engendrent mutuellement dans un contexte social d'interrelations. Mais une approche plus institutionnelle, qui montre que les pratiques sociales et économiques sont de plus en plus routinisées dans des institutions, que celles-ci soient tangibles, à l'instar des marchés ou des points de vente alimentaires, ou intangibles comme les normes ou les cadres conceptuels, est recevable.

Poser que la consommation alimentaire devrait être analysée comme une série de processus d'institutionnalisation, c'est reconnaître que la consommation est profondément enracinée dans nos vies de tous les jours, influencée par des normes culturelles et des statuts sociaux, par l'organisation du marché du travail et la structure des ménages ; c'est aussi concevoir que les normes alimentaires et les attentes qui en découlent reflètent des conventions qui expriment l'appartenance à un groupe social aussi bien que l'identité locale et nationale ; que les modèles de consommation alimentaire varient en conséquence dans le temps et l'espace, étant façonnés par le contexte spécifique constitué par le système d'approvisionnement alimentaire et le façonnant à son tour. Les routines quotidiennes, les directions et les priorités de la consommation alimentaire, ainsi que la responsabilité, le pouvoir et les ressources du « consommateur » - ont des impacts sur la confiance et les formes de relations de la confiance. On doit bien voir que les rôles du consommateur socialement intégré dans le réseau des trois pôles posent les bases de l'action individuelle et collective et de la mobilisation, de même qu'ils influencent la manière dont les consommateurs apparaissent dans des dispositifs politiques plus larges ; cela explique aussi pourquoi l'un des principaux résultats de cette recherche est que la confiance repose sur la performance à la fois institutionnelle et politique. La confiance dépend des évaluations que font les citoyens de la performance politique : « les institutions performantes génèrent de la confiance, tandis que celles qui ne le sont pas génèrent du pessimisme et de la méfiance ». Et, dans la mesure où la confiance lie les citoyens aux appareils de régulation censés gouverner en leur nom, elle est aussi une forme de participation et ne se limite pas à une question d'acceptation de résultats.

Les Variations de la Confiance Populaire

La comparaison des résultats fait apparaître des différences substantielles entre les pays, des différences systématiques dans l'évaluation des différents produits alimentaires, des acteurs institutionnels et des principaux enjeux alimentaires. La confiance domine dans certains pays alors que d'autres pays se caractérisent par une méfiance généralisée. Les idées dominantes sur la qualité des aliments dans les différents pays ne se reflètent pas nécessairement dans les formes de confiance ou de méfiance. Les Britanniques, qui ont vécu le scandale de la vache folle et d'autres crises alimentaires, se révèlent plus optimistes et ont plus souvent une vision positive des aliments qui leur sont proposés. Les questions d'alimentation ont fait l'objet de controverses au Danemark, mais la confiance y est exprimée au même niveau qu'en Norvège, pays dans lequel il y a eu le moins de polémiques. A l'opposé, les Allemands se sont révélés assez inquiets et sceptiques en matière d'alimentation. Alors qu'un grand nombre d'Européens valorisent le caractère sain du régime méditerranéen pour son caractère sain, on est surpris de la méfiance généralisée et

du pessimisme dont les Italiens font montre à l'égard de l'offre alimentaire. C'est le même profil de pessimisme et de méfiance qui prévaut au Portugal.

Le scepticisme est plus répandu lorsqu'on considère la sécurité des aliments. A l'exception des Norvégiens, la moitié ou plus des répondants n'ont qu'une faible confiance dans la sécurité des aliments qu'ils se procurent. Les gens sont plus inquiets dans certains pays que dans d'autres. Les Norvégiens sont plus confiants, suivis par les Britanniques et les Danois. Au bas de cette échelle de confiance, on trouve les Italiens et les Portugais, parmi lesquels peu ont confiance. Les Allemands tiennent une position intermédiaire, mais une proportion considérable a une faible confiance dans la sécurité des aliments. On a ainsi trois pays où la confiance est forte (la Norvège, la Grande-Bretagne et le Danemark) et trois autres où la méfiance prédomine. La confiance dans la sécurité des aliments a ensuite été testée pour 12 produits alimentaires : les œufs, le poulet, le porc, les fruits et légumes frais, les tomates fraîches, les tomates concentrées, le bœuf, le bœuf bio, la saucisse, le hamburger issu de fast-food, les produits à faible taux de matière grasse, et les plats de restaurants (la modalité de la question étant 'très sûr', 'plutôt sûr', 'pas très sûr'). Là encore, le scepticisme est prédominant, mais les résultats montrent des différences nettes entre les différents produits. On fait davantage confiance aux tomates fraîches et aux fruits et légumes frais au titre de la sécurité alimentaire ; les viandes occupent une position intermédiaire ; les saucisses, les hamburgers de fast-food, les aliments pris dans des restaurants font l'objet de méfiance.

Les différences reflètent trois types de distinctions qu'opèrent les consommateurs. Le premier est la distinction entre légumes et viandes. Dans toute l'Europe, l'inquiétude est grande quant aux viandes et aux produits à base de viandes. Les consommateurs éprouvent cependant moins d'inquiétude à propos du bœuf bio. Une majorité de Portugais voient les tomates et autres légumes comme très sûrs, et montrent plus de suspicion à l'encontre des viandes, comparativement à d'autres pays. Les œufs suscitent moins de méfiance dans la plupart des pays, mais sont comparativement plus problématiques au Danemark. Les Norvégiens semblent particulièrement sceptiques à l'égard des poulets. Les opinions semblent influencées par les agendas nationaux (les œufs au Danemark) et par les caractères des produits mis sur le marché, comme le montre l'exemple des poulets en Norvège, comparativement à l'Italie : ici les traditions culinaires jouent un rôle. Le second type de distinction s'opère entre les produits frais et les produits en conserve. Le même modèle est valable pour les viandes non transformées d'une part, et les saucisses et hamburgers de l'autre. Les consommateurs sont plus sceptiques quant aux produits transformés. Le troisième type de distinction s'opère entre les aliments préparés à domicile et ceux servis hors du domicile.

Il est impossible d'affirmer que la méfiance procède principalement d'un niveau complexe de transformation des aliments. La confiance semble dépendre des caractéristiques de chaque aliment, de l'évaluation qui en est faite au niveau du ménage et du climat de confiance dans chaque pays. Quand ils en viennent à considérer plus explicitement la formation sociale de la confiance, les auteurs trouvent que la méfiance à l'égard des aliments ne renvoie pas toujours à des cas, des événements ou à des conflits particuliers, mais plutôt à des représentations générales, par exemple sur la production industrielle et ses effets sur la qualité, sur les profits réalisés et le lien entre ces profits et la santé des consommateurs, etc. La

proportion de ceux qui pensent que les conditions se sont améliorées (optimisme) par rapport à ceux qui pensent qu'elles se sont détériorées (pessimisme) donne une indication sur l'opinion d'ensemble dans chaque pays. Les opinions sont divisées et il y a une variation nationale considérable. Bien qu'un grand nombre de répondants soient sceptiques, cela n'indique pas pour autant un pessimisme général à l'encontre de tous les aliments. Les Britanniques expriment généralement les opinions les plus optimistes, avec davantage de répondants estimant qu'il y a eu des améliorations plutôt qu'une détérioration, à propos des cinq thèmes sur lesquels ils ont été interrogés, à savoir la sécurité, la qualité, la nutrition, le rapport qualité-prix et l'éthique. Les Danois et les Norvégiens ont une attitude positive ou neutre sur toutes les questions. Ceci renforce considérablement l'impression de ces trois pays comme étant les pays à niveau élevé de confiance. Les Portugais, avec les Italiens, apparaissent comme les plus pessimistes. Si l'on met de côté les prix alimentaires, aussi bien les Allemands de l'Ouest que de l'Est occupent une position médiane, avec des opinions tendant vers le positif. Mais les opinions sont relativement polarisées et un grand nombre restent sceptiques quant aux changements dans le secteur alimentaire, en particulier en Allemagne de l'Ouest. Les Allemands de l'Est sont en réalité plus optimistes quant aux tendances sur le long terme. Les Portugais et les Italiens apparaissent comme les plus pessimistes. En Italie, c'est seulement à propos de la sécurité des aliments qu'on trouve une petite majorité affirmant que les conditions se sont améliorées. Les répondants montrent beaucoup d'inquiétude quant aux prix dans quatre pays sur six. Ils trouvent que la situation a empiré depuis l'introduction de l'euro.

Expliquer la confiance

Pour expliquer la confiance, les auteurs considèrent à juste titre qu'il est primordial de reconnaître que nous vivons dans des 'nations alimentaires' où la nourriture occupe une place particulière, exigeant une attention particulière et, quand advient une crise politique ou de marché, des réponses institutionnelles appropriées. Ensuite, une explication rationnelle de la confiance impose de s'écarter des limites inhérentes aux approches de la confiance ou de la défiance exclusivement fondées sur l'individu ou le risque : l'approche socio-institutionnelle est la plus appropriée. La question fondamentale est comment établir et restaurer la confiance. Deux formes de confiance – 'la familiarité' et 'la confiance', sont distinguées. Elles peuvent coexister mais elles ne relèvent pas du choix des individus. Du fait des processus d'institutionnalisation, on peut être sûr que familiarité et confiance ne sont pas vécues comme des stratégies alternatives explicites. L'importance relative de ces formes change et dépend des trajectoires institutionnelles.

La familiarité dépend de relations personnalisés et particulières sur le long terme ; elle est fondée sur l'expérience, qui implique la connaissance d'un point de vente, de personnes particulières, et une connaissance spécifique des origines et des qualités du produit. Ce qui provient de réseaux sociaux personnels est de première valeur. Les attentes du consommateur sont communiquées et modifiées à travers la rencontre personnelle. Mais étant donné que l'essentiel de l'alimentation passe par des échanges marchands, la confiance fondée sur la familiarité voit son champ d'application s'étioler ; à une plus grande échelle, ce type de fondement de la confiance se marginalise. Les produits que l'on trouve actuellement sur les marchés de masse ont tous les traits d'une pseudo-familiarité/proximité/tradition, fondés

davantage sur des symboles que sur des formes de réelle interaction. La confiance, de l'autre côté, renvoie à des relations impersonnelles avec des institutions informelles. Les relations impersonnelles et asymétriques font du général (vs le particulier) un trait de base de la confiance. En lieu et place de la spécificité et de la particularité, les propriétés mises en avant sont la standardisation et la prédictibilité. Les attentes et les évaluations sont basées sur l'opinion publique générale et sur des types d'information codifiés, souvent formalisés, étiquetage par exemple. La confiance ne se construit pas seulement sur la capacité des acteurs institutionnels à inspirer confiance mais aussi, et parfois de façon prédominante, sur les croyances dans la légitimité et l'efficacité des procédures institutionnelles telles que la standardisation, les schémas de traçabilité, les programmes de surveillance, etc.

Ces deux formes ne sont pas statiques. Divers phénomènes, des tensions peuvent conduire à des épisodes et des moments de méfiance. Si ces épisodes de méfiance ne sont pas suivis et traités efficacement, ils peuvent être à l'origine d'une méfiance plus générale. La confiance et la méfiance apparaissent plutôt comme des options dans des situations relativement instables. La méfiance, les défis aux relations basées sur la familiarité peuvent déboucher sur la « reconstitution » de la confiance à travers des efforts de réaffirmation visant à renforcer le contrôle des consommateurs sur les relations existantes ou à conduire à des relations nouvelles et peut être plus spécifiques. Après une rupture de la confiance, la reconstitution de celle-ci peut engendrer d'un côté un ajustement entre de nouvelles normes et des attentes et, de l'autre, la réassurance à travers des débats politiques transparents.

Quelques remarques cependant sont indispensables pour compléter l'analyse qui est faite de la confiance dans le livre. D'abord, la confiance est loin d'être un phénomène des années 1990. Dans *Le complot de famine* (1982)², Steven L. Kaplan décrit un cas exemplaire de la méfiance populaire au XVIIIe siècle à l'égard des autorités politiques, des acteurs du marché des grains et des farines, des doutes populaires sur la qualité des grains. La ligne qui sépare consommateurs et citoyens n'est pas si étanche, les uns relevant du privé et les autres de la sphère publique. Les gens se sont souvent mobilisés comme citoyens et c'est à travers des notions de droits et de devoirs qu'ils ont forgé leur identité de consommateurs en revendiquant des aliments bon marché, du pain blanc, etc. L'Angleterre Victorienne a fait maintes fois l'expérience de tels exemples de mobilisations. En conséquence, la confiance dans l'alimentation n'est pas réductible à une scansion des crises alimentaires, elle est contingente à la consommation, au ravitaillement et à la circulation même des denrées. Le cadre actuel du marché mondial change sans doute l'échelle de l'analyse, mais ne transforme pas la question de la confiance en un nouveau fait social. Enfin, il aurait été opportun d'explorer les relations entre la confiance dans les aliments avec les générations et le niveau d'éducation des consommateurs ; ces deux variables semblent exercer quelque influence sur la consommation et les représentations du mangeable et, en conséquence sur la perception de ce qui est digne de confiance parmi la série d'institutions contribuant au fait alimentaire.

Trust in Food constitue un ouvrage scientifique de premier plan : la formation et le devenir de la confiance dans les aliments y sont analysés avec clarté et conviction ;

² Steven L. Kaplan, *Le complot de famine. Histoire d'une rumeur au XVIIIe siècle*, Paris, A. Colin, 1982

c'est aussi un cas exemplaire de traitement sociologique de la consommation alimentaire fort rafraîchissant au regard de l'offre habituelle en la matière. C'est enfin une étude sobre, érudite et bien menée, qui puise en des références bibliographiques vastes et actualisées, ainsi que sur des données construites et analysées avec rigueur. Les résultats obtenus révèlent la difficulté de la comparaison mais montrent l'extrême hétérogénéité des cas de figure et les variations conséquentes des conditions sociales de la confiance. *Trust in Food* est une contribution exemplaire et originale à la sociologie comparative de l'alimentation et à l'analyse de cette question difficile qu'est la confiance dans les aliments.