

PERCEPTIONS D'UN RISQUE SANITAIRE PAR LES CONSOMMATEURS

L'exemple de la grippe aviaire à Hanoi au Vietnam



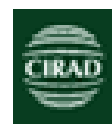
Mémoire de DESS « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »

Sous la direction de : Jean-Pierre Poulain (Sociologue de l'alimentation, directeur du DESS « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation » à l'Université Toulouse-Le Mirail)

Et de : Muriel Fiquié (Sociologue, MALICA/CIRAD à Hanoi)



MALICA



Remerciements

Je tiens à remercier sincèrement :

L'équipe du Cirad, qui a commandité cette étude et qui m'a permis de réaliser ce travail et de vivre cette superbe expérience, en particulier :

- Muriel Figuié (sociologue CIRAD/MALICA), pour son accueil à Hanoi, ses conseils, son suivi et sa disponibilité.
- Nicolas Bricas (socio-économiste, responsable de l'Unité « Normes et Régulations des Marchés Agricoles » du département TERA) pour m'avoir reçu à Montpellier et pour son aide concernant le cadrage de l'étude.
- Paule Moustier (économiste CIRAD/MALICA) pour l'intérêt qu'elle a porté au sujet et ses conseils de présentation.

Mes encadrants universitaires, pour leur soutien et leur aide :

- Isabelle Seiller (responsable du service « formation continue, expertise et ingénierie de la formation » à l'ENFA), pour m'avoir accompagné sur le terrain, pour sa disponibilité et ses conseils méthodologiques.
- Jean Zammit (médecin anthropologue), pour son suivi, ses connaissances épidémiologiques et ses encouragements réguliers.
- Frédéric Rodriguez (sociologue statisticien) pour m'avoir aidé dans l'approche du sujet.

Nguyen Duc Truyen (sociologue de l'alimentation IOS), mon encadrant vietnamien, pour son suivi régulier, son intérêt pour le sujet et sa collaboration.

Jean-Pierre Poulain (socio de l'alimentation, directeur du DESS « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »), pour ses précieux conseils et son écoute.

Claude Fischler (sociologue), qui s'est montré très disponible, pour son aide théorique.

Nguyen Duc Hoan (attaché de recherches à l'IOS), qui m'a aidé à constituer mon échantillon de consommateurs et m'a accompagné sur le terrain.

Huong, Hong et Huê, mes trois interprètes, sans qui tout le travail de terrain n'aurait pu voir le jour. Merci à elles pour leur professionnalisme et leur bonne humeur.

Le club des consommatrices de Hanoi, et en particulier la présidente Madame Quynh Chi, qui nous a accueilli chez elle pour les focus groups et nous a aidé dans la recherche de consommateurs.

Nhung, l'assistante du Cirad à Hanoi, pour la résolution des problèmes de forme liés au travail de terrain notamment.

Pascale Morin, l'assistante du Cirad à Montpellier, pour la gestion de l'organisation du stage.

Tham, pour avoir suivi régulièrement ce travail.

Max, pour la résolution des problèmes informatiques.

Olivier Lepiller, mon collègue de travail, pour les nombreuses discussions, pour ses conseils et pour m'avoir supporté pendant cinq mois.

Toutes les personnes que j'ai rencontrées, professionnels et « enquêtés », pour leur aide et leur accueil.

Enfin mon entourage, famille et amis, pour leur soutien et leurs encouragements tout au long de ce travail.

SOMMAIRE

<i>Remerciements</i>	3
<i>Sommaire</i>	4
<i>Introduction</i>	5
<i>Première partie</i> <u>Intérêt et déroulement de l'étude</u>	8
<i>Deuxième partie</i> <u>Exposition des résultats par outils</u>	49
<i>Troisième partie</i> <u>Analyse, synthèse et discussion des résultats</u>	85
<i>Conclusion générale</i>	112
<i>Annexes</i>	115
<i>Table des sigles</i>	170
<i>Bibliographie</i>	171
<i>Table des matières</i>	176

Introduction

« Nous devons rester sur l'offensive contre de nouveaux dangers pour la santé publique tels que la grippe aviaire. Si rien n'est fait pour le contrer, ce virus risque de provoquer la première pandémie du XXI^e siècle. » Voici ce que déclarait le président Bush le 14 septembre 2005 lors de son discours à l'Assemblée Générale des Nations Unies. Il exprimait ses craintes face à l'épizootie de grippe aviaire qui pourrait bien devenir une pandémie. L'épidémie de grippe aviaire à Influenza H5N1 sévit en Asie depuis mi-2003. La grippe aviaire est une infection due à un virus de la famille des Orthomyxoviridae qui comprend plusieurs genres (ou types) dont Influenza A. Celui-ci est divisé en sous types parmi lesquels H5 et H7. Cette infection peut toucher presque toutes les espèces d'oiseaux, sauvages ou domestiques. Le virus Influenza aviaire peut éventuellement infecter d'autres espèces animales comme le porc et autres mammifères. Le virus de la grippe aviaire, lorsque la souche est hautement pathogène, peut se transmettre à l'Homme, comme cela a été observé pour le virus influenza A/H5N1 à Hong Kong en 1997 et en février 2003. Des cas de transmission à l'homme du virus influenza A/H5N1 ont également été observés au Vietnam. La transmission s'effectue lors de contacts fréquents et intensifs avec des volailles, par voies respiratoires ou par contact avec les déjections notamment. Une transmission du virus aviaire à l'Homme risque de favoriser des échanges de matériel génétique entre les deux virus chez une personne déjà contaminée par le virus de la grippe humaine. Un tel réassortiment génétique entre ces deux virus pourrait engendrer l'apparition d'un nouveau type de virus susceptible de s'adapter plus facilement à l'Homme. Ce mécanisme faciliterait ainsi la transmission inter humaine de ce nouveau type de virus qui pourrait se répandre sur un mode épidémique voire pandémique, comme cela s'est vu dans le passé (en 1918 ou en 1969).

Le virus contamine aujourd'hui les oiseaux mais l'Homme ne peut être infecté que par leur intermédiaire. Nous avons vu que ce virus était transmissible à l'Homme par voies respiratoires ou contact direct avec des volailles infectées. Mais le risque réside également dans la consommation et la préparation de volaille. C'est sur ce point que nous allons nous pencher. En effet, manger de la viande de poulet peu cuite par exemple est un acte risqué puisque le virus n'est inoculé qu'à partir de 70°C. De plus, le processus de l'approvisionnement jusqu'à la consommation peut présenter un risque si le consommateur est en contact direct avec la volaille, comme il est courant dans un pays comme le Vietnam. Le risque est donc là aussi existant, puisque les commerçants mais aussi les consommateurs vont fréquenter les marchés alimentaires où les volailles sont « stockées » vivantes, vont les toucher, les choisir, les abattre, les préparer et les consommer. A ce jour, la grippe aviaire a causé la perte de plus de 60 millions de volailles et le décès de 43 personnes au Vietnam (OIE, OMS).

Les consommateurs de Hanoi ont-ils conscience de ce risque ? En sont-ils informés ? S'en protègent-ils ? Comment cohabitent-ils avec lui ?

Partant de ces premiers questionnements, nous allons tenter de saisir et de comprendre la manière dont le phénomène de grippe aviaire a pu influencé les comportements alimentaires des consommateurs de Hanoi. Car si cette crise sanitaire a largement influencé la filière avicole au Vietnam, elle aurait également eu des répercussions, nous en faisons ici l'hypothèse, sur la consommation de volailles et sur les systèmes alimentaires des individus. Lors des récents épisodes de grippe aviaire à Hanoi, des messages officiels ont été diffusés à

travers divers médias, comme la télévision, les journaux, la radio ou par mégaphone. Au fur et à mesure de l'avancée de la crise, les messages d'information diffusés ont évolué. Les consommateurs ont été informés des risques courus lors de contacts directs avec la volaille (notamment lors de l'acte d'achat), lors de la préparation de viande de volaille (transmission par plumes, déjections et contact) et lors de la consommation, de viandes de volaille en général (notamment sur le degré de cuisson), d'œufs et d'abats.

Mais l'épizootie, qui pourrait devenir une « épizootémie » (Zammit), ne doit pas rester l'affaire des pouvoirs publics et des experts. Car si nombre de travaux de vétérinaires et d'épidémiologistes ont vu et voient encore le jour, peu d'études sociologiques, à notre connaissance, traitent de ce sujet. Les consommateurs demeurent pourtant un groupe d'acteurs particulièrement concernés. La communication sur les risques ne peut être efficace si elle est utilisée à de simples fins éducatives, sans un premier travail portant sur les individus ciblés. Il s'agirait premièrement d'écouter les consommateurs, de saisir leurs craintes, leurs souhaits, leurs incompréhensions, puis de comprendre leurs habitudes de consommation. Pourquoi « éduquer » des individus dont on ne connaît rien, sans tenir compte des situations complexes qui caractérisent et englobent l'acte alimentaire ?

En effet, ces habitudes alimentaires ont pu évoluer vers une alimentation perçue et vécue en termes de « réduction des risques ». Cette réduction des risques, officiellement gérée par les pouvoirs publics, via les médias, pourrait ainsi être l'objet d'une évolution des comportements alimentaires de la population de Hanoi. En effet, chacun a pu adapter les recommandations officielles à sa manière de vivre, de consommer et de s'alimenter. C'est le premier point sur lequel il s'agit de s'attarder.

Le but serait ainsi d'étudier la perception du risque de grippe aviaire par les consommateurs de Hanoi. Cette problématique implique donc une prise en compte des représentations et rationalités des consommateurs, sur lesquelles on pourra juxtaposer les rationalités des experts. Car le problème majeur dans la régulation de ce type de crise reste bien le décalage qu'il existe entre la définition du risque selon les experts et la perception du même risque par les profanes, ici les consommateurs (Fischler, 1998). Ce décalage entre experts et profanes reste un axe de lecture majeur pour l'étude des perceptions du risque. Mais aujourd'hui, le risque est également étudié comme une construction sociale. « L'objet devient finalement secondaire face aux relations qui se tissent autour de lui, face aux conflits et enjeux dont il fait l'objet. C'est dans les interactions entre les sujets que se construit l'objet. » (Figuié et Bricas, 2002). Il est donc nécessaire d'analyser ces relations. Par relations, il faut d'abord entendre ici les interactions entre experts et profanes. Elles se matérialisent principalement dans l'information diffusée par les médias et contrôlés par les autorités vietnamiennes et dans l'impact de ces messages sur la population. Mais il s'agit également de saisir et d'analyser les interactions qu'entretiennent les acteurs profanes entre eux, ce qui aurait une incidence, nous en faisons l'hypothèse, sur les perceptions du risque de grippe aviaire, et par là même sur les éventuelles modifications de comportement alimentaire. Il y aurait donc une différence d'évaluation du risque entre experts et profanes, mais également une diversité des points de vue au sein même de ce groupe des profanes. « La situation objective face aux risques ne permet pas de démarcations nettes entre les groupes sociaux, mais la façon dont nous les appréhendons, c'est-à-dire par nos représentations, met en évidence des inégalités sociales. » (Peretti-Watel, 1999). Les inégalités sociales deviennent lisibles dans les manières d'appréhender un risque.

En ces termes, l'étude du phénomène de grippe aviaire ne pourrait se résoudre à une étude simplifiée des comportements des acteurs qui, à l'instar d'un groupe uni et homogène, modifieraient leurs pratiques uniquement en fonction des messages d'information. La

corrélation entre évolutions des comportements et recommandations officielles est-elle aussi simple, aussi parfaite, aussi linéaire ?

Les consommateurs ont-ils suivi à la lettre les recommandations du gouvernement, au détriment d'habitudes mais également de modèles alimentaires (Poulain, 2002b), de modèles familiaux, de fêtes traditionnelles, de religion, de culture ?

N'y a-t-il pas une place pour des comportements individualisés, atomisés, du moins plus autonomes vis-à-vis des messages officiels ?

Car pour saisir un comportement dans sa globalité, il est essentiel de le replacer dans un contexte social donné ; la culture intervient, puis les différentes sociabilités, enfin les modèles familiaux. Toutes ces « institutions sociales » ne sont-elles pas un lieu ou plutôt un espace-temps propice aux interactions, à la communication, mais aussi aux influences mutuelles entre acteurs ? L'hypothèse de l'étude reste donc que ces consommateurs auraient eu recours ou élaboré des stratégies propres, leurs permettant de se protéger du risque de la grippe aviaire.

« Dans un contexte global marqué par la décentralisation des États, la privatisation des filières et la mondialisation des échanges, la demande des consommateurs porte de plus en plus sur la qualité des produits et la sécurité sanitaire » (CIRAD.fr). Pourtant, cette dynamique reste souvent attachée au modèle du consommateur occidental. Cette étude nous permettrait par ailleurs de tester le postulat communément admis selon lequel les consommateurs des pays du sud ne s'attacheraient à l'alimentation que de manière quantitative (sécurité alimentaire) et non pas de manière qualitative (sécurité sanitaire des aliments).

Il s'agira ainsi dans un premier temps d'expliquer l'intérêt et la tournure de l'étude. Un historique de la crise aviaire nous permettra de mieux comprendre l'évolution de ce phénomène. Nous nous pencherons également sur les travaux des sociologies de l'alimentation, de la sociologie du risque et de l'économie des conventions pour aborder le sujet, puis nous construirons la problématique de l'étude et commenterons la méthodologie utilisée.

Nous en viendrons par la suite à exposer les résultats outil par outil afin de comprendre l'évolution de l'analyse. Cette phase sera davantage descriptive et constituera le lien logique avec la dernière partie.

Celle-ci sera consacrée à l'analyse, à la synthèse et à la discussion des résultats. Nous proposerons une grille de lecture du risque, et mettrons enfin en avant les outils permettant une communication sur ce risque sanitaire et les signes de qualité attachés à la « reconstruction » de la filière avicole au Vietnam.

PREMIÈRE PARTIE

INTÉRÊT ET DÉROULEMENT DE L'ÉTUDE

I. Contexte de l'étude

1/ Justification de l'étude

1.1. La formation

Cette étude s'inscrit dans le cadre du DESS « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation » de l'université de Toulouse-Le Mirail. Il est dirigé par Jean-Pierre Poulain, socio-anthropologue de l'alimentation, et co-dirigé par Isabelle Seiller pour l'ENFA (Ecole Nationale de Formation Agronomique) et par Florence Mathieu pour l'INP-ENSAT (Institut National Polytechnique, Ecole Nationale Supérieure Agronomique de Toulouse). Ce DESS sera transformé en Master Professionnel.

Cette formation permet d'aborder les problèmes liés à l'alimentation grâce aux sciences sociales.

Les problèmes qu'elles peuvent tenter d'éclaircir relèvent de différents domaines de connaissance et d'action :

- la santé publique, avec la gestion du risque alimentaire et celle des maladies liées à l'alimentation (obésité et diabète entre autres)
- le développement, avec la connaissance des marchés et des systèmes d'approvisionnement urbains pour l'optimisation de la production agricole
- le secteur commercial et agro-industriel, avec la connaissance fine des mangeurs et de leurs attentes en termes de qualité notamment
- le secteur du tourisme et de la restauration

1.2. Le cadre institutionnel

L'étude a été commanditée par le CIRAD (Centre de Coopération Internationale de Recherche Agronomique pour le Développement) et s'est déroulée à Hanoi au Vietnam du mois de Mai 2005 au mois de Septembre 2005. Le Cirad est un établissement public à caractère industriel et commercial (Epic) créé en 1984. C'est un institut français de recherche agronomique au service du développement des pays du Sud et de l'outre-mer français qui regroupe 1850 individus. Il privilégie la recherche en partenariat. Cette étude se déroule plus précisément au sein du pôle de compétence en partenariat MALICA (Market and Agriculture Linkages for Cities of Asia). Les pôles de compétences en partenariat (Pcp) associent des instituts de recherche, des universités, des organismes locaux - groupements de producteurs, organisations non gouvernementales - et regroupent des scientifiques en équipes mixtes dans un lieu unique. Le consortium de recherches MALICA regroupe, avec le CIRAD, de nombreux partenaires au Vietnam : Vasi (Vietnam Agricultural Science Institute), Rifav (Research Institute on Fruits and Vegetables), Icard (Information Center for Agriculture and Rural Development), Ios (Institute of Sociology), Iae (Institute of Agriculture Economy), Ait (Asian Institute of Technology).

Le projet MALICA, débuté en 2002, a pour objectif de renforcer la capacité d'analyse et d'intervention sur les marchés des chercheurs et des opérateurs publics et privés. « L'originalité des méthodes élaborées et diffusées par MALICA réside dans la prise en compte de l'ensemble de la filière – producteurs, commerçants, consommateurs, entreprises de service- en mettant l'accent sur les mécanismes d'information et de concertation entre ces différents acteurs » (CIRAD.fr).

Même si les sciences humaines demeurent minoritaires au CIRAD, l'antenne qui m'a accueilli à Hanoi est centrée, elle, sur la sociologie et l'économie. Sur place, l'IOS a été le partenaire principal de cette étude.

1.3. La commande

L'étude « Perception des risques de grippe aviaire » est commanditée par Muriel Figuié, chercheur membre de l'UR NoMaDe (Unité de Recherche Normes et régulation des Marchés face à la Demande) du CIRAD et par Nguyễn Duc Truỳnh, sociologue à l'Institut de Sociologie de l'Académie Vietnamienne des Sciences Sociales. Les activités de recherche de Muriel Figuié au Vietnam se situent à l'interface entre la sociologie (sociologie de l'alimentation, du risque et de la consommation), et de l'économie (économie des conventions). Nguyễn Duc Truỳnh est spécialisé en sociologie de l'alimentation, et prépare actuellement une thèse dans le cadre de l'EHESS (Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales). Le financement et les motivations qui ont permis cette étude sont donc le fruit d'une concertation entre chercheurs vietnamiens et français, dans le cadre du projet MALICA.

Le but du stage est d'évaluer la façon dont les consommateurs de Hanoi ont réagi aux épisodes récents de l'épizootie de grippe aviaire qui sévit en Asie. Il s'agit d'abord de traiter la perception du risque lui même (à travers le niveau d'information, la perception de la fréquence, de la gravité, de la crainte du phénomène). Puis doivent être inventoriées les réactions en termes de produits consommés, de pratiques d'approvisionnement, de pratiques de préparation, de consommation et de conservation mais aussi de représentations du risque. La façon dont les consommateurs ont été informés de cette épizootie (source, crédibilité), ont transmis ou produit collectivement de l'information sera également abordée.

2/ Contexte du terrain : la filière avicole au Vietnam

2.1. Production

2.1.1. Quelques chiffres

En 2003, le Vietnam comptait entre 254 et 264 millions de volailles suivant les sources, dont 185 millions de poules pondeuses et poulets de chair, et 69 millions pour les canards communs, canards de barbarie et autres palmipèdes (Recensement Octobre 2003). 70% des volailles sont élevées dans le sud du pays, 90% des canards le sont dans la région du delta du Mékong.

Le secteur avicole a connu une forte croissance, en moyenne de 8,1% par an depuis 1990 et de 7,4% durant les 5 dernières années (DREE, Direction des Relations Economiques Extérieures du Ministère français de l'économie, des finances et de l'industrie, 2003). L'objectif du gouvernement avant l'épidémie était de produire 400 millions de têtes de volaille en 2010 (VSF).

« Population » de volailles au Vietnam (source GSO)

Année	Nombre de volailles en millions
1990	107,4
1991	109,0
1992	124,5
1993	133,4
1994	137,8
1995	142,1
1996	151,4
1997	160,6
1998	166,4
1999	179,3
2000	196,1
2001	218,1
2002	233,3
2003 (avant crise)	254,3

Parmi la population de poules et poulets de chair, on trouve 30 % de souches industrielles dont 15% pour la production d'œufs de consommation et 85% pour la production de poulets de chair. La production de viande est issue à 35 % de poulet de chair d'origine industrielle, et 65% de souches traditionnelles. Pour les canards, 40% sont de souches industrielles et 60% de souches traditionnelles (VSF).

La production officielle de viande de volaille représente 375 000 tonnes (17% des viandes produites au Vietnam). La FAO l'évalue plutôt entre 550 et 570 000 tonnes, les responsables du NIAH (National Institute of Animal Husbandry/Institut National de l'Élevage) plutôt à 700 000 tonnes par an (en considérant 3-4 cycles annuels pour les souches industrielles, 2 cycles pour les souches locales, 3 cycles pour les canards industriels, 2 pour les canards communs).

2.1.2. Traditions et élevage

Dans les traditions rurales, chaque foyer possède des volailles (poules, poulets et canards le plus souvent), qu'il réserve pour les grandes occasions et notamment les repas d'anniversaire de la mort d'un parent. Les volailles sont relativement autonomes, dans la mesure où elles s'alimentent quasiment seules. (Huard et Durand, 1954, Nguyen Tung, 1999). Les éleveurs n'en consomment pas beaucoup plus, les volailles étant perçues comme une épargne dans laquelle il faut éviter de trop « piocher ». Ils vendent par ailleurs beaucoup de poussins, ce qui permet de rentabiliser l'exploitation. Certains villageois font de même. En 1990-91, des ethnologues ont observé des bénéfices très importants avec la seule vente de poussins (Nguyen Tung, 1999). Sur une année, certains réussissaient à vendre 250 poussins pour un total de 750 000 VND, soit environ 38 Euros.

Il existe par ailleurs trois types d'élevage de volailles au Vietnam (Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, 2003) :

- **L'élevage traditionnel.** Cette technique existe depuis très longtemps au Vietnam. Elle se caractérise par un faible investissement initial, une surveillance réduite car les

volatiles sont en plein air et se nourrissent par eux-mêmes. Cependant, le taux de survie est extrêmement bas car les maladies déciment les élevages. La saveur de la viande élevée de manière traditionnelle est très appréciée des consommateurs et le niveau des prix est assez élevé. Chaque année, environ 70 millions de volailles sont consommées ainsi.

- **L'élevage semi-industriel.** Ce procédé est la résultante d'une combinaison de technologies plus avancées et d'un système traditionnel. On fait davantage attention à l'alimentation et au contrôle des maladies. Ici, on élève des poulets à des fins commerciales, les zones d'élevage sont étendues. En plus de la nourriture que trouvent naturellement les volailles (vers de terre, insectes...), des compléments sont donnés par les éleveurs afin de raccourcir la durée de l'élevage et d'augmenter ainsi la production.
- **L'élevage industriel.** Durant les années 1970 à 1980, l'élevage était exclusivement la propriété de l'Etat. A la fin des années 1980, des entreprises de petites et moyennes tailles ont vu le jour sous la forme de sociétés conjointes ou d'entreprises à capitaux 100% étrangers. On peut citer le thaïlandais CP Group, le français Proconco, ou l'américain Cargill. Ce type de poulets a encore mauvaise réputation au Vietnam (élevage en batterie, technologie, sélection et qualité des races...)

12 fermes d'état qui élèvent des souches grand-parentales sont sous la responsabilité du MARD (Ministry of Agriculture and Rural Development) dont 4 sont gérées par le NIAH et 8 gérées par la Compagnie Générale d'Élevage. Elles élèvent en plus 1 million de volailles reproductrices parentales (capacité de 100 millions de poussins commerciaux), ainsi que 12,5 millions de poulets de chair (8,5 millions Compagnie Générale, 4 millions NIAH). La compagnie CP (Thaïlande) produit 600 000 parentaux par an.

26 fermes provinciales en plus élèvent des souches parentales pour la production de volailles commerciales (25 à 30 millions de poussins par an). Ces compagnies d'Etat ne représentent que 5% de la production nationale en nombre de têtes (poulets de chair), ce qui représente 2 à 3 % en valeur économique.

Le NIAH gère 16 fermes de volailles de souches locales dites « précieuses » et fournit 60% des parentaux. On estime la production de volailles reproductrices parentales par les foyers familiaux à 40 millions de têtes dont 7 millions pour les canards communs. 70 % des 70 millions de foyers vietnamiens élèvent en moyenne 22 volailles.

80% de la production industrielle de poules et poulets de chair est assurée par le secteur privé : Cargill (Etats-Unis) produit 12 millions de poussins par an, CP Group (Thaïlande) 45 millions de poussins par an (poulets de chair), JAPFA (Indonésie) 4 à 5 millions de poussins par an. Les compagnies du Sud Vietnam produisent 15 millions de poulets de chair par an.

2300 entreprises privées sont enregistrées au Vietnam et produisent 2000 poulets de chair par bande.

2.1.3. Alimentation animale

Les besoins en alimentation animale au Vietnam sont actuellement estimés entre 8 et 10 millions de tonnes par an (DREE, 2003). Les principaux acteurs étrangers du secteur sont CP (Thaïlande) Proconco (groupe SCPA, 3 usines), Cargill (USA), JAPFA (Indonésie), Guyomarc'h (Groupe Evialis, 2 usines), Nutriway ou encore Centralys. Il existe par ailleurs un certain nombre d'entreprises d'Etat et de petits producteurs locaux, produisant généralement à

moindre coût des aliments de moindre qualité. On dénombre 79 fabricants d'aliments au Nord et plusieurs centaines au Sud du pays. Les capacités de production restent hétérogènes, allant de 30 à 36 000 tonnes d'aliments produits par mois (en moyenne 300 tonnes/mois).

Les aliments proposés aux producteurs varient de l'aliment complet au concentré. Les fabricants vendent généralement les aliments à un premier réseau de distributeurs privés (par exemple une centaine sur le nord du pays pour Guyomarc'h), lesquels se chargent d'écouler les marchandises.

Il apparaît par ailleurs que les exigences techniques des producteurs sont plus élevées au sud qu'au nord, ce qui implique des stratégies commerciales différentes : la composition du produit sera par exemple un argument commercial plus fort dans le sud, alors que les producteurs du nord, moins bien informés, seront plus sensibles à l'emballage et à l'aspect du produit (VSF).

2.2. Distribution

Le circuit d'abattage, de transformation et de distribution est très peu industrialisé ; les abattoirs (1 au NIAH, 1 au sud du Vietnam) et les circuits sous chaîne du froid sont rares (Francard, 2004). Habituellement, les volailles sont transportées vivantes vers les centres de consommation, achetées en vif par les consommateurs qui les font abattre et préparer sur place. Le transport des volailles vivantes est réalisé en majorité par des commerçants et collecteurs professionnels qui passent de ferme en ferme (VSF).

2.2.1. Auto-consommation

Au Vietnam, l'auto-consommation, que ce soit de riz, de légumes, de fruits mais aussi de viandes, reste élevée. Au niveau national, 48,4% du poulet consommé par exemple l'est dans le cadre d'une auto-consommation (Figuié et Dao The Anh, 2004). Malheureusement ces chiffres ne tiennent pas compte des écarts entre milieux ruraux et milieux urbains qui sont pourtant sensiblement différents à ce sujet. En effet, Figuié et Dao The Anh (2004) montrent qu'en 2002, 95,9% (en valeur) des produits consommés en ville au Vietnam sont achetés contre 68,2% à la campagne. Ces données ne montrent pas de distinction entre les types de produits consommés mais pointent les décalages entre milieu urbain et milieu rural. Nous supposons ainsi que la volaille en milieu rural est largement soumise à cette auto-consommation ; en ville, elle serait principalement achetée.

2.2.2. Les marchés

Un grand nombre de marchés alimentaires existe à Hanoi. La majorité des clients vient le matin afin d'acheter de la viande très fraîche. Concernant la volaille par exemple, les collecteurs déposent la marchandise vivante très tôt le matin dans les marchés et marchés de gros où les commerçants pourront acheter les volailles. Les commerçants les stockent dans des cages où le client pourra choisir sa volaille. Les commerçants peuvent donc vendre des volailles vivantes (de moins en moins fréquent), des volailles vivantes que le client choisit et fait abattre et préparer par le commerçant, des volailles déjà abattues et préparées ou de la viande de volaille à la découpe.

Les volailles industrielles en général sont abattues et préparées par le commerçant puis exposées sur les stands. Les volailles « de campagne » sont rarement abattues à l'avance, elles « attendent » le client.

Il existe différentes sortes de marchés, allant du marché de première catégorie avec depuis le mois de janvier 2005 un abattoir réservé aux volailles, jusqu'au petit marché de périphérie souvent clandestin, en passant par le marché Long Bien, le marché de gros de Hanoi ou tous les matins des centaines de volailles sont amenées, abattues et vendues¹.

Depuis la première crise de grippe aviaire fin 2003, les contrôles vétérinaires sont obligatoires dans tous les lieux de vente de volailles. Les stands proposant des plats « prêt-à-manger » contenant de la volaille ne sont pas soumis à cette législation.

2.2.3. Les grandes surfaces

Deux grandes chaînes de supermarchés sont implantées à Hanoi :

- Métro, le groupe allemand depuis Juillet 2003.

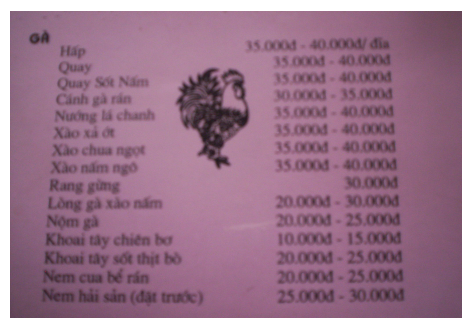
- Big C, du groupe français Bourbon, depuis Janvier 2005.

Ils sont situés à la périphérie de la ville. Les consommateurs urbains ne font majoritairement pas leurs courses alimentaires dans les grandes surfaces (Figuié et Nguyen Duc Truyen, 2005). Parallèlement, quelques grandes surfaces se sont installées notamment dans les centres commerciaux récents du centre-ville. Un nombre important de « supérettes » existe à Hanoi mais ne vendent pas de volailles. Les volailles que l'on trouve dans les supermarchés sont abattues et préparées. La plupart sont vendues à la découpe. Big C propose par ailleurs des volailles entières dites « de campagne ». La majorité des volailles que l'on trouve dans ces grandes surfaces sont industrielles, et ont encore mauvaise réputation chez les consommateurs de Hanoi.

2.2.4. Les restaurants

Il existe à Hanoi plusieurs catégories de restaurants, allant du petit restaurant de rue installé sur le trottoir jusqu'au restaurant de luxe. La volaille, et notamment le poulet, est une viande largement consommée à Hanoi.

Comme le montrent ce menu et ces photos de plats, il est possible de consommer plusieurs types de volailles sous une multitude de formes. En effet, les restaurants ont leurs propres manières de cuisiner (recettes, cuisson, accompagnement...) et il existe des différences culinaires au niveau des régions (Actes du Colloque, 1997).



gà	
Hấp	35.000đ - 40.000đ đĩa
Quay	35.000đ - 40.000đ
Quay Sốt Nấm	35.000đ - 40.000đ
Cánh gà rán	30.000đ - 35.000đ
Nướng lá chanh	35.000đ - 40.000đ
Xào xả ớt	35.000đ - 40.000đ
Xào chua ngọt	35.000đ - 40.000đ
Xào nấm ngô	35.000đ - 40.000đ
Rang gừng	30.000đ
Lòng gà xào nấm	20.000đ - 30.000đ
Nộm gà	20.000đ - 25.000đ
Khoai tây chiên bơ	10.000đ - 15.000đ
Khoai tây sốt thịt bò	20.000đ - 25.000đ
Nem chua bề rần	20.000đ - 25.000đ
Nem hải sản (đặt trước)	25.000đ - 30.000đ

Carte de restaurant



Pigeon bouilli



Testicules de poulet

¹ cf Annexe 3 « Réglementations » p121

Les restaurants ont arrêté de vendre de la volaille pendant les mois de février et mars 2004 puisqu'il était interdit d'en vendre. Quelques restaurants de rue spécialisés comme le *phô gà*, (soupe au poulet) se sont reconvertis en *phô bò* (soupe au bœuf) durant cette période.

2.3. Consommation

2.3.1. À l'échelle du pays

Il n'existe que très peu de données sur la consommation de volaille et produits dérivés au Vietnam, et encore moins concernant la seule ville de Hanoi. Elles sont générales et il n'est donc pas possible d'obtenir des chiffres sur la consommation des différents types de volailles par exemple, ou sur des différences entre milieux urbains et ruraux.

L'AFD (Agence Française de Développement, 2004) précise qu'en 2004 la consommation estimée d'œufs représente **60 œufs/habitant/an** au Vietnam (contre 320/habitant/an en Chine). Sur les 2,5 millions de tonnes de viande produite au Vietnam, 17 % sont d'origine avicole avec 372 000 tonnes en 2003. La consommation de viande totale est estimée à 29 kg/habitant/an avec **4 kg /hab/an** pour la viande de volaille (pour mémoire : Etats-Unis : 38 kg/hab/an, Europe : 25 kg/hab/an). Le Vietnam est autosuffisant pour la viande de volailles.

Il est possible de consommer des poulets industriels, « de campagne » mais également des poules ou canes de réforme. En milieu urbain, la volaille est principalement achetée soit dans les marchés, soit, plus récemment dans des supermarchés ou soit dans les restaurants où les préparations culinaires à base de volailles sont extrêmement diversifiées.

2.3.2. L'ordre du mangeable ou la place des volailles dans l'alimentation vietnamienne²

En Asie, les volailles et les œufs appartiennent à une symbolique et sont largement soumis à ce que Claude Fischler nomme « la pensée magique ». Leur consommation influence ainsi le comportement humain, et joue un rôle important pour les activités quotidiennes et dans certains rituels. Ces croyances seraient issues des tribus Thaï (Simoons, 1991). En Chine, le coq est symbole du soleil ; c'est un élément yang, chaud et léger et qui donne de la force. Les coqs blancs sont particulièrement prisés dans les rituels d'exorcisme ; ils auraient le don de repousser les esprits « sombres » qui sont, eux, des éléments yin et froids. La consommation de la tête de coq blanc apporterait en ces termes une longue vie.

Les poulets et canards sont donc classés dans la catégorie « chaud » ou plus exactement entre « neutre et chaud ». Le poulet est très prisé pour ses nombreuses vertus. A l'inverse, le canard a souvent été pointé du doigt comme élément poison, ce qui explique son exclusion fréquente, dans l'histoire, des systèmes culinaires asiatiques.

Le poulet est normalement mangé froid, afin d'équilibrer son côté chaud. Le canard est mangé froid ou tiède. Toutes les parties de ces volailles sont consommées, y compris le sang, considéré comme un aliment donnant beaucoup de force. Pour le canard, les « pieds », la langue, le sang et les abats sont considérés comme des gourmandises.

² cf Annexe 2 « L'ordre du mangeable : les volailles au Vietnam », p120

Voici quelques exemples d'usage des volailles dans la culture vietnamienne :

- La consommation de pattes de poulets est déconseillée pour les enfants qui écrivent mal car elles sont biscornues et les empêcheraient ainsi d'écrire droit.
- La consommation d'œufs est déconseillée la veille d'examen car ils ont la forme d'un zéro.
- Une poule naine bouillie favorise un bon rétablissement suite à un accouchement.
- Le sang de volaille est revigorant et donne de la force, particulièrement le sang de coq qui est le symbole du soleil.

3. L'historique de la grippe aviaire au Vietnam³

L'étude de l'historique de la crise de grippe aviaire au Vietnam est nécessaire à la compréhension du phénomène dans sa globalité. Mais pour ce faire, nous devons d'abord nous appuyer sur l'historique de la crise de la part des experts (VSF, OIE, OMS, FAO, Proconco...). Il s'agit ensuite de confronter cet historique d'experts à l'historique du gouvernement, au travers des informations diffusées par les médias, en particulier par des journaux « d'Etat », afin de comprendre comment les autorités ont communiqué sur le sujet et donc de saisir le type d'informations disponibles pour les consommateurs.

Cette étape constitue la base de l'étude des comportements alimentaires des habitants de Hanoi relatifs aux épisodes de grippe aviaire et aux risques inhérents à cette crise.

3.1. L'historique de la crise par les experts (sources : VSF, OMS, OIE, FAO, Proconco)

3.1.1. Premier épisode

Pendant les mois de juin et juillet 2003, deux fermes de volailles reproductrices du Nord (provinces de Vinh Phuc et de Ha Tay) rapportent une forte mortalité et doivent brûler des milliers de volailles. La maladie se propage par la suite rapidement dans ces deux provinces et dans les provinces voisines (Hoa Binh, Hanoi, Bac Ninh). Il semble que de petits foyers isolés, vite circonscrits et n'ayant pas entraîné une propagation de la maladie dans les localités limitrophes, soient apparus entre juillet et décembre 2003. Pendant cette période, la maladie est alors souvent appelée « grippe aviaire de HongKong ». Dans la province de Ha Tay (district de Chuong My, commune de Thuy Xuan Tien), un élevage de volailles reproductrices du groupe CP est atteint à partir du 27 décembre 2003. En quatre jours, 8 000 poulets sont malades ou morts. Le 2 janvier, le groupe CP décide de détruire 100 000 poulets. Au sud, les provinces de Tien Giang et Long An sont atteintes. Très rapidement, tous leurs districts sont concernés. La déclaration d'infection a été faite par le Vietnam le 8 janvier 2004 auprès de l'Office International des Epizooties (AFD, 2004).

Des mesures draconiennes sont prises ; quand une exploitation est jugée douteuse par les services vétérinaires, la bande doit être brûlée, ainsi que les volailles de toute ferme située à moins de trois kilomètres de cette exploitation jugée douteuse. Lorsqu'une province est

³ cf Annexe 4, « Evolution épidémiologique de la grippe aviaire au Vietnam », p135

déclarée en crise, les transports d'animaux et d'aliments en général sont interdits entre cette province et celles voisines.

Mais ces mesures sont difficiles à appliquer (pas assez de vétérinaires qualifiés, système de subventions long à mettre en place, difficultés de mise en application à tous les niveaux (districts, régions...), presque toutes les habitations de campagne possèdent quelques volailles). C'est ainsi que le gouvernement revient sur ses pas dès le mois de février ; le transport d'aliments est de nouveau autorisé même par des provinces déclarées contaminées. Le rayon d'abattage autour des exploitations douteuses passe de trois kilomètres à cinq cents mètres. On ne fait qu'isoler les volailles de ces exploitations, et on évite ainsi de décimer totalement une bande ; on l'isole pour réaliser des tests.

Au 31 décembre 2003, la maladie est déjà observée dans 11 provinces.

Au cours du mois de janvier 2004, la maladie sévit dans 42 provinces (soit 31 provinces supplémentaires). Toutefois, ces provinces ne sont que partiellement atteintes (sans doute moins de 10% de leur superficie) : des districts entiers restent sains. Dans les communes où des cas sont rapportés, des villages restent indemnes. Parfois même les élevages voisins d'un élevage infecté restent indemnes.

En janvier, les premiers décès humains dus à la souche H5N1 sont observés. Certains remontent d'avant le mois de janvier. Des suspicions sur ces décès entraîneront des autopsies qui révéleront que la mort de 12 personnes était due au virus H5N1. Le mardi 27 janvier, l'OMS, la FAO et l'OIE qualifiaient dans un communiqué commun de « grave menace mondiale pour la santé humaine » et de « catastrophe pour la production agricole » la progression simultanée de la grippe aviaire H5N1 au Vietnam.

Pendant la première semaine, la maladie s'étend sur des nouvelles provinces et à l'intérieur de ces provinces. En moyenne, 200 nouvelles communes sont affectées tous les jours.

Le reste du mois de février voit ensuite une diminution assez soudaine du nombre de nouveaux cas.

Mais les centres d'expertises recommandent la prudence ; le 14 février, répondant à l'affirmation de responsables vietnamiens sur une éradication possible d'ici fin février, avec reprise des ventes de volailles dans les zones non contaminées dès le mois de mars, les agences des Nations Unies réagissent à nouveau vigoureusement : la porte parole de l'OMS à Hanoi déclare que « l'épidémie ne sera pas éradiquée avant des mois, probablement des années » au Vietnam. Le porte-parole de la FAO déclare : « nous sommes actuellement seulement en train de démarrer la machine pour contrôler l'épidémie ; le virus peut survivre à un an de congélation ».

3.1.2. Second épisode

L'épizootie cesse alors jusqu'au 7 mai 2004 où un nouveau foyer est découvert dans le Delta du Mékong. Le nombre de provinces touchées augmente fortement à partir de début juillet. C'est le second épisode de la grippe aviaire pour le Vietnam. Fin septembre, le phénomène a tué 19 personnes au Vietnam. L'OMS décide alors d'accélérer la mise au point d'un vaccin. La seconde crise se calme fin décembre 2004. Le 20 décembre, la première réunion de l'ASEAN sur la grippe aviaire hautement pathogène (GAHP) a lieu à Singapour.

3.1.3. Troisième épisode

Fin décembre 2004, de nouvelles provinces sont touchées et de nouveaux cas de décès humains sont signalés. C'est le troisième épisode de la crise. Le seul mois de janvier verra 12 décès humains. 36 nouveaux foyers infectés sont détectés au 16 février 2005. Le Vietnam fait état de sept nouveaux foyers ; en revanche, sept villes et provinces qui n'ont pas eu de nouveaux cas depuis 21 jours sont autorisées à reprendre leurs activités de transport des volailles (le délai a été fixé à 60 jours pour la reprise des élevages). C'est ainsi que la production de poulets devient interdite à Ho Chi Minh-Ville, restriction qui sera levée fin mars. Début mars, 17 des 35 provinces déclarées infectées n'ont pas détecté de nouveaux cas depuis 21 jours. Légère accalmie jusqu'à mi-avril où 71 % des canards de la région du Delta du Mékong sont déclarés porteurs du virus H5N1.

Au 26 avril 2005, 61 millions de volailles auront été tuées (par le virus ou à titre préventif par l'Homme), soit 31 millions de poulets, 15 millions de canards et 15 millions de cailles.

Ces chiffres n'incluent pas un certain nombre d'animaux morts qu'il est difficile de comptabiliser (oiseaux migrateurs, oiseaux sauvages, oiseaux de compagnie, mais aussi certains carnivores s'étant nourri de volailles infectées).

Au mois de Juin 2005, 13 cas humains de contamination, qui n'aboutiront pas à des décès, pointent les éventuelles possibilités de transmission d'homme à homme vu qu'aucun gros foyer aviaire n'avait été détecté depuis plusieurs semaines à Hanoi.

Au 15 septembre 2005, on dénombre 43 personnes tuées par la grippe aviaire au Vietnam (OMS). Rappelons que seulement trois d'entre elles ont contracté le virus par voie alimentaire, les autres avaient manipulé puis préparé des volailles vivantes.

La commercialisation de canards est toujours interdite à Hanoi. Aucune province n'est officiellement déclarée infectée à ce jour.

3.2. La communication sur la grippe aviaire

L'intérêt de cette sous-partie est de comprendre comment les consommateurs de Hanoi ont été informés du phénomène de grippe aviaire et du risque qui l'accompagne. Nous allons ici retracer l'historique de la crise principalement au travers de journaux étatiques populaires : *Le peuple*, *Les travailleurs* et *Hanoi*. Il aurait été intéressant de retracer cet historique grâce aux informations diffusées dans les journaux télévisés et par les mégaphones car ce sont des médias largement utilisés. Mais nous nous appuyons uniquement sur les journaux car nous n'avons pas pu nous procurer les informations émises par les autres médias.

Jusqu'en décembre 2003, le gouvernement, informé de la crise par des groupes médicaux (vétérinaires, ONG...) décide de ne rien dévoiler au grand public, le temps de comprendre ce qu'il se passe, d'analyser les causes du problème et de voir l'évolution de cette crise. Il est important de signaler que les Sea Games (l'équivalent des Jeux Olympiques asiatiques) devaient se dérouler du 5 au 14 décembre 2003 pour la première fois au Vietnam. L'annonce officielle d'une épidémie de grippe aviaire aurait pu chambouler l'organisation voire le déroulement d'un tel événement. Mais la presse repère rapidement de grands feux ou monticules permettant de masquer les volailles infectées et s'intéresse au phénomène.

Finalement, le gouvernement pose la situation en terme de crise au grand jour, le 8 janvier 2004, quelques semaines avant le Têt, nouvel an lunaire.

Le 10 février 2004, le Vietnam annonce qu'il abandonne sa politique d'abattage systématique de tous les poulets dans un rayon de trois kilomètres autour des foyers d'infection (ce que recommande la FAO). « Si nous continuons à détruire la volaille en masse, il sera difficile pour le secteur de se remettre de l'épidémie » a expliqué le ministre de l'agriculture.

D'ailleurs, « l'épidémie a commencé à être contrôlée » a ajouté le directeur du département de santé animale ».

Le 17 mars 2004, les autorités de Ho Chi Minh-Ville, qui veulent démontrer que la ville est débarrassée de la grippe aviaire, organisent un festin du poulet ; le pays s'apprête à déclarer l'éradication pour fin mars, mais les agences des Nations Unies ont critiqué la fixation de ce genre de délai et souligné que « le partage de l'information entre la communauté internationale et le Vietnam n'avait pas été satisfaisante du tout depuis un mois ».

Le 29 mars, en dépit des mises en garde des agences des Nations Unies, le Vietnam s'apprête à se déclarer « débarrassé » de la grippe aviaire afin de reconstituer son cheptel de volailles.

« C'est prématuré, mais c'est une décision politique », commente un responsable de la FAO, qui ajoute que si de nouvelles résurgences avaient lieu, ce qui est probable, la crédibilité du gouvernement vietnamien serait très affaiblie. Ainsi, le Vietnam, mettant en avant le fait qu'aucun foyer n'ait été détecté depuis le 26 février, crie victoire et indique que « la grippe aviaire a été stoppée dans tout le pays ».

Les experts internationaux désapprouvent unanimement cette précipitation ; d'autre part, les circonstances du dernier décès enregistré dans le pays sont loin d'être claires : le garçon de douze ans décédé le 15 mars avait été infecté par le virus H5N1 le 10 mars alors que le foyer aviaire de sa zone d'habitation avait été éradiqué le 18 février. Comment a-t-il été contaminé ? Les autorités vietnamiennes évaluent les pertes subies du fait de l'épizootie à 80 millions de dollars et elles chiffrent à 63 millions sur deux ans le coût de la reconstitution du cheptel perdu.

Le 11 avril 2004, le journal *Les travailleurs* (N°42) publie une liste de recommandations à l'égard des consommateurs :

- N'abattez plus vos volailles chez vous mais faites les abattre dans les marchés
- Respecter les réglementations de prévention :
 - o Bien identifier l'origine des volailles
 - o Utiliser des gants et des masques pour la préparation
 - o Cuire la viande de volaille à 70°C
 - o Avoir des connaissances sur la sécurité vétérinaire

Le 30 juin 2004, des responsables vietnamiens indiquent que six provinces (cinq du Sud et une du Centre) ont été touchées par le virus depuis avril, alors que le Vietnam s'était déclaré débarrassé de la grippe aviaire le 30 mars.

Le premier juillet, les autorités sanitaires vietnamiennes annoncent que 4000 volailles contaminées sont mortes de la grippe aviaire et 7000 ont été abattues dans le sud du pays où de nouveaux foyers ont été détectés ces derniers jours. Il se confirme donc qu'une nouvelle vague de grippe aviaire resurgisse au Vietnam.

Le 13 août les autorités de Hanoi annoncent 3 nouveaux décès : une femme et deux enfants, portant le nombre de victimes de la grippe aviaire au Vietnam à 19.

Le 19 Décembre 2004, le journal *Les travailleurs* (N°50) recommande de n'acheter et de manger que des volailles garanties, provenant de supermarchés ou de marchés contrôlés (catégorie 1).

Le 4 Janvier 2005, le même journal (N°3) recommande :

- De rester vigilant lors du passage de saison, car il s'agit du moment favorable pour l'expansion de la grippe.
- De ne pas manger de volailles malades ou mortes naturellement.
- De choisir des volailles fortes et contrôlées.
- D'acheter des volailles abattues et emballées, pas de volailles vivantes.

Le 7 Janvier, le journal *Le Peuple* incite la population à acheter sa volaille dans des supermarchés comme Métro ou Contenu-Opmart, ou bien dans des marchés de catégorie 1. Il faut également choisir une volaille ayant une étiquette qui stipule l'origine, l'établissement d'abattage (et celui de transformation s'il y a) et montrant le tampon que les vétérinaires ont apposés suite aux contrôles. Dans les marchés, il faut demander aux commerçants de montrer les certificats des contrôles vétérinaires.

Le 22 janvier 2005, poursuite de la progression de la résurgence au Vietnam : deux nouveaux décès ; et 22 des 64 provinces sont maintenant touchées.

Le 25 janvier, des messages d'information rappellent aux voyageurs se rendant au Vietnam la nécessité d'être vigilants : se laver les mains fréquemment et avoir une lotion qui permet de se laver les mains sans eau, éviter tout contact avec les volailles et les oiseaux, et ne pas consommer de volailles crues ou mal cuites (seule une cuisson à 70 degrés permet d'inactiver le virus).

Le 3 février, le Vietnam, où les élevages sont touchés dans 33 provinces sur 64, demande officiellement l'aide de la communauté internationale pour combattre l'épizootie. Il y a alors 36 nouveaux foyers infectés ; 34 personnes sont décédées au Vietnam suite à la contamination par le virus H5N1. Le 7 février, le gouvernement vietnamien, soucieux de rassurer la population avant le têt, nouvel an traditionnel qui débute mercredi, affirme que la résurgence de l'épizootie connaît un ralentissement ces derniers jours dans le pays. Dans les faits, 35 provinces sur 64 sont contaminées et plus de 1,4 million de volailles ont été détruites depuis janvier 2005. Encore 35 nouveaux foyers sont signalés. Les autorités vietnamiennes se décident à interdire la production de poulets à Ho Chi Minh-Ville (7 millions d'habitants) afin de lutter contre les risques de contamination à l'homme ; des mesures analogues avaient été prises récemment pour les canards et les cailles. Un responsable du ministère de l'agriculture a précisé que le pays ne déclarerait pas cette année de fin de l'épidémie ; ce qu'il avait fait à deux reprises l'année dernière, malgré l'avis négatif des organisations internationales.

Fin février, annonce d'un nouveau décès au Vietnam, un homme de 69 ans. Ceci porte le bilan total à 35 personnes tuées au Vietnam par la grippe aviaire. Une importante multiplication des cas familiaux au Vietnam souligne à nouveau la menace d'une transmission interhumaine. Face à la multiplication des cas humains, l'inquiétude monte, notamment chez les habitants de la province de Thai Binh.

Le 25 mars, les autorités vietnamiennes annoncent qu'une campagne nationale d'assainissement de l'environnement et de désinfection des basses-cours sera lancée le premier avril. Une adolescente de 17 ans originaire du nord est décédée, ce qui porte le bilan à 36 décès pour le Vietnam.

Le 18 avril, lors d'une conférence, les autorités vietnamiennes réaffirment leur volonté d'accentuer leurs efforts pour développer des programmes nationaux de prévention.

Le 26 avril, le ministère de l'agriculture du Vietnam rappelle que le nouvel objectif officiel du pays est d'éradiquer complètement la maladie d'ici 2010. D'ici là, de nombreuses mesures seront mises en œuvre. Les autorités ont interdit l'élevage de volailles dans 15 villes et provinces du pays. Une campagne obligatoire de vaccination de la volaille est programmée pour Août. En Mai 2005, le fléau a tué ou contraint d'abattre environ 31 millions de poulets, 15 millions de canards et 15 millions de cailles.

Au mois de Juin 2005, 13 nouveaux cas humains de grippe aviaire mais aucun décès. Durant l'été, plusieurs personnes décèdent de la grippe aviaire, ce qui porte le nombre total de victimes à 43 pour le Vietnam. Aucune province n'est déclarée infectée.

4/ Questionnements de terrain

Au terme de cette première prise de contact avec le sujet, de nombreux questionnements se dessinent. En effet, aborder le phénomène de grippe aviaire par une prise de connaissance de l'évolution de la crise à la fois grâce aux experts mobilisés et aux informations diffusées par les médias et donc par le gouvernement, se révèle fort intéressant.

On remarque d'emblée les décalages, comme nous l'avons vu plus haut, entre les recommandations gouvernementales et le discours des experts. La gestion d'une telle crise sanitaire reste complexe, d'autant plus qu'elle implique largement les champs politiques et financiers. Comment les consommateurs perçoivent-ils cela ? Ont-ils une prise de recul quant aux informations diffusées sur le sujet ? Ont-ils conscience des enjeux qui sous-tendent ce type de crise ?

Il apparaît évident de vérifier s'ils ont suivi les recommandations, notamment en matière d'achat, de préparation et de consommation de volailles. Il s'agirait d'abord de comprendre s'ils ont conscience de ce risque et les manières dont ils l'appréhendent. De là, l'intérêt serait de voir si ces recommandations ont été suivies ou non, ce qui constituerait un bon indicateur du niveau de crédibilité au gouvernement et aux médias. Car au-delà de cela, les consommateurs n'ont-ils pas pu contourner ces recommandations officielles ? N'ont-elles pas pollué les dimensions de plaisir, de tradition, de culture, d'habitudes attachées à l'alimentation et particulièrement à la consommation de volailles au Vietnam ?

La filière avicole a-t-elle été influencée par l'évolution, s'il y a, de la demande ? Car rappelons que l'économie du Vietnam est en mutation ; les supermarchés par exemple pointent au milieu des marchés urbains traditionnels. Comment évolue cette filière dans ce contexte de mutations et de crise sanitaire ?

Pour tenter d'apporter des réponses à ces questionnements, mais aussi pour étayer davantage ce début de problématique, jetons un œil aux travaux théoriques qui vont pouvoir nous aider dans cette étude.

II. Les apports théoriques

1/ Les sociologies de l'alimentation

1.1. Présentation

La sociologie a d'abord analysé l'alimentation en termes de paradigme, puis en tant qu'objet sociologique, c'est-à-dire en l'abordant comme un « fait social total », notion développée par Mauss. Poulain (2002b) montre qu'il existe des ambiguïtés théoriques sur le statut de l'alimentaire et des problèmes de frontières entre le social et le psychologique d'une part, et entre le social et le biologique d'autre part. Cela implique des prises de positions différentes, des paradigmes divergents vis-à-vis de l'acte alimentaire, justifiant une multiplicité de courants et l'importance des rôles de chaque discipline abordant cet objet complexe qu'est l'alimentation.

Aujourd'hui, nous parlons des sociologies de l'alimentation (Poulain, 2002b). En effet, la sociologie de l'alimentation, d'abord issue de la sociologie des pratiques alimentaires est à la croisée de plusieurs chemins ; de la sociologie de la consommation à celle de la santé, en passant par les réflexions sur la culture, les religions, le travail, le corps ou l'imaginaire.

Avec ce que l'on pourrait appeler la sociologie du mangeur, Fischler s'intéresse aux relations entre les activités biologiques et le culturel. Il montre comment la « simple » activité de se nourrir est imprégnée de rites, normes, valeurs, coutumes et symboles. « Il considère que les pratiques alimentaires ne sont pas seulement des formes d'expression et d'affirmation des identités sociales (comme dans la sociologie de la consommation ou du goût) mais qu'elles participent aussi au processus même de la construction sociale » (Calandre, 2002). Dans cette approche, les dimensions cognitives et imaginaires de l'acte alimentaire sont donc privilégiées.

Jetons un œil aux travaux et concepts développés en sociologie de l'alimentation qui vont nous aider dans cette étude.

1.2. Du « paradoxe de l'omnivore » aux ambivalences de l'alimentation

Paul Rozin (1976) puis Claude Fischler (1990) mettent en avant la difficulté pour l'Homme, en tant qu'omnivore, de se nourrir. En effet, ils développent la théorie selon laquelle tout ce qui est comestible pour l'Homme ne l'est pas culturellement parlant. Dans ce sens, ils montrent la contradiction qu'il existe « entre l'obligation biologique de consommer une alimentation variée et la contrainte culturelle de ne pouvoir manger que des aliments connus, socialement identifiés et valorisés » (Poulain, 2002b). Pour gérer l'anxiété résultante de cette double contrainte, qu'ils nomment le « paradoxe de l'omnivore », Fischler explique le rôle des systèmes culinaires. Cela permet de s'approprier les aliments convoités et culturellement « mangeables » et de pouvoir varier les modes de préparation, variété indispensable à notre situation d'omnivore. Chaque culture a donc pu mettre en place une catégorisation de la nourriture, allant du comestible au non comestible et du mangeable au non mangeable. Cette « pensée classificatoire » (Fischler, 1990 ; Lahlou, 1998) dicte les prescriptions et les interdictions sur ce qu'il est possible de manger et les manières de le faire. « La raison alimentaire » (Corbeau et Poulain, 2002) s'exprime dans ces catégories imbriquées, utilisées quotidiennement, de manière consciente ou non, par les individus. Chaque culture fixe donc un « ordre du mangeable » au sein duquel les éléments sont regroupés en sous-catégories associées à des fonctions nutritionnelles, culinaires et aux manières de tables (Poulain, 2002a). Mais l'ordre du mangeable d'une société s'organise également autour de pratiques, de représentations, mais aussi autour de croyances et de coutumes. Pour qu'un aliment soit culturellement reconnu, Poulain (2002b) explique qu'il doit présenter quatre qualités fondamentales, objectives et subjectives : des qualités nutritionnelles, psychosensorielles (goût, expériences), hygiéniques (absence de toxicité) et symboliques. Le cadre alimentaire est donc une construction culturelle, invitant l'individu à se situer dans un « espace social alimentaire » (Poulain, 2002b), « connexion d'un groupe humain à son milieu » (Calandre, 2002). Poulain distingue six modalités dans l'espace social alimentaire :

- « *L'espace du mangeable* », catégorisation des produits naturels disponibles, susceptibles de fournir des nutriments, en aliments ou en « non-aliments », et ainsi de les inscrire ou non dans le registre du mangeable.
- « *Le système alimentaire* », systèmes d'action et ensemble de structures technologiques et sociales permettant à un aliment d'arriver jusqu'au consommateur.
- « *L'espace culinaire* », ensemble des opérations techniques et symboliques qui participent à la construction de l'identité alimentaire d'un produit naturel et le rendent consommable.

- « *Les modes de consommation* », qui regroupent les dimensions de l'acte alimentaire, allant du nombre de prises alimentaires quotidiennes aux manières de table (type de service, utilisation de couverts, de baguettes...), en passant par les postures ou les contextes sociaux.
- « *L'espace temporel* », qui regroupe les cycles temporels socialement déterminés, comme les cycles de la vie à l'échelle individuelle (aliments d'enfants, d'adultes, de vieillards...), les cycles de l'année (les saisonnalités, les productions agricoles...) et les cycles de la journée (les différents repas et leurs horaires).
- « *La différenciation sociale* », correspondant aux frontières entre les groupes humains de cultures différentes ou d'une même culture (sous-groupes).

Malgré le rôle des systèmes culinaires permettant de réguler le paradoxe de l'omnivore (Rozin, 1976 ; Fischler, 1990), l'anxiété existe. Le risque est donc montré comme un invariant de l'alimentation humaine. Il semble possible de distinguer, avec Beardsworth (1997), différentes dimensions de l'ambivalence de l'alimentation humaine auxquelles correspondent des formes particulières d'anxiété.

- L'ambivalence *plaisir-déplaisir* est la première dimension. « Elle rend compte du fait que l'alimentation peut être, tout à la fois, une source de sensualité, de plénitude, d'intense plaisir sensoriel, mais peut également provoquer toute une palette de sensations désagréables, allant du simple « déplaisant », jusqu'au dégoût révoltant capable de provoquer des malaises, voire le vomissement » (Poulain, 2002b).
- L'ambivalence *santé-maladie* rend compte de l'imbrication de l'alimentation dans le domaine de la santé. En des termes nutritifs et sanitaires, l'alimentation peut avoir des impacts positifs ou négatifs sur la santé d'un individu. Poulain (2002b) explicite ce paradoxe à travers deux principes, l'un formulé par Hippocrate, « des aliments tu feras ta médecine », l'autre tiré d'un adage « l'homme creuse sa tombe avec ses dents ».
- L'ambivalence *vie-mort* provient du fait que l'acte alimentaire, nécessaire au maintien de la vie, implique la mort des animaux qui sont considérés comme comestibles. « Dans la plupart des cas, le meurtre alimentaire est encadré d'un ensemble de rituels de protection ou de dispositifs sociaux dont la fonction est de légitimer la mise à mort de l'animal. L'anxiété provient alors du conflit moral entre le besoin de manger de la viande et le fait de devoir pour cela imposer des souffrances à des animaux et de leur prendre la vie » (Poulain, 2002b).

Beardsworth montre, à travers ces trois niveaux d'ambivalence, que manger est un acte qui impose de faire des choix, mais aussi de prendre des risques objectifs et symboliques.

1.3. « Pensée magique » et « principe d'incorporation »

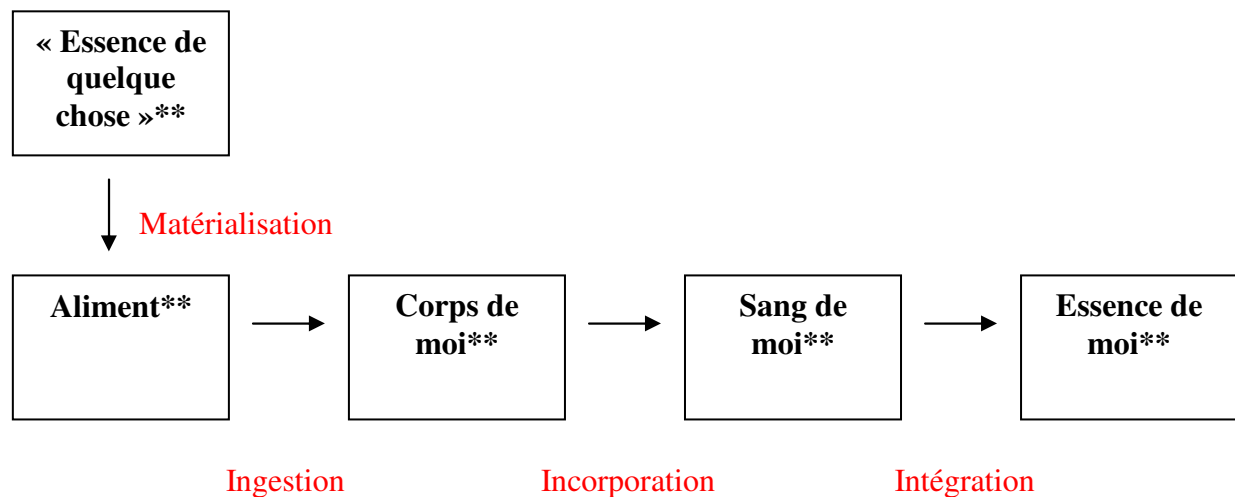
« Les mangeurs mettent en œuvre un mode de fonctionnement intellectuel que les anthropologues ont baptisé « la pensée magique » et que l'on croyait, au début de la discipline, être une caractéristique des sociétés primitives. Aujourd'hui nous savons que les primitifs n'existent pas et que cette fameuse pensée magique est présente au cœur des raisonnements du mangeur contemporain et cohabite avec d'autres formes de rationalité ». (Poulain, 2002b).

Mais qu'est-ce que la pensée magique ?

L'individu, en choisissant un aliment, va prendre en compte tous les éléments entrant en contact avec cet aliment et pouvant l'influencer symboliquement. Et ces éléments sont nombreux et de toute nature ; ils peuvent être concrets comme un emballage ou des outils qui

y sont associés. Ils peuvent être symboliques, comme la représentation que l'individu peut avoir du mode de production auquel le produit fait référence par exemple. Et ils peuvent être humains, car les individus de toute la filière du produit en question, qu'ils soient producteurs, distributeurs ou vendeurs jouent un rôle dans cette construction mentale de l'individu à l'égard du produit alimentaire. Tous ces éléments, qui participent à la « contamination symbolique » de l'aliment (Rozin 1994, Poulain 2002b), influencent l'identité de l'aliment convoité, et par là même celle du mangeur. « Car si nous ne savons pas ce que nous mangeons, nous ne savons pas ce que nous allons devenir, mais aussi ce que nous sommes » (Fischler, 1990). Ainsi, pour Fischler, l'acte alimentaire repose notamment sur le « principe d'incorporation », processus selon lequel « en incorporant ce qu'il mange, l'être humain assimile certaines vertus de la chose mangée ». En laissant pénétrer un aliment dans son corps, l'individu « accepte » de s'appropriier certaines des vertus de cet aliment. En effet, le principe d'incorporation correspond à la croyance que l'on est ce que l'on mange, autrement dit qu'en incorporant un objet on assimile certaines de ses propriétés. Cela est vrai du point de vue objectif car on incorpore les qualités nutritionnelles de l'aliment, mais il l'est d'autant plus du point de vue symbolique car on incorpore également la représentation que l'on a de l'aliment. Dans la culture Massaï par exemple, on ne mange ni lièvre ni hérisson car les guerriers Massaï ont peur de s'approprier les caractéristiques de ces animaux : fuir ou se rétracter devant l'ennemi (Pichon, 2002). Pour activer concrètement ce processus, il suffit que « l'essence de quelque chose (symbole, fragment) soit matérialisé en un aliment » (Lahlou, 1994).

Le passage des propriétés de l'aliment au mangeur, Lahlou (1994)



** : Traits et propriétés transmis au mangeur

Poulain (1997b) montre que l'aliment entre dans le corps du mangeur et devient le mangeur lui-même, participant physiquement et symboliquement au maintien de son identité. La pensée magique repose donc sur le principe d'incorporation, mais également sur la loi de contagion et la loi de similitude. (Fischler 1990, Rozin 1994). Nous avons vu que lorsque deux entités entraient en contact, il y avait transfert de propriétés. Le psychosociologue américain Paul Rozin (1994) montre que « ce qui a été en contact restera en contact ». Lors de

ses expériences, il montre par exemple qu'un aliment touché par un cafard se « cafardise » pour toujours, c'est-à-dire que l'aliment devient immangeable une fois le cafard retiré, même si le produit reste pourtant consommable d'un point de vue objectif. L'aliment est souillé pour toujours, dans la mesure où l'individu associe une source de déplaisir voire de danger à ingérer et donc à assimiler les propriétés du cafard. C'est la loi de contagion.

La loi de similitude tient à ce que les choses soient ce qu'elles semblent être pour un individu, c'est-à-dire que l'image de l'aliment égale l'aliment.

Rozin (1994) montre ainsi que ces deux lois, associées au principe d'incorporation, deviennent « un puissant facteur d'influence des choix alimentaires ». Par ce processus, on comprend désormais la crainte pour le corps d'ingérer un aliment souillé. Mais pire, ce sont les dimensions d'ordre moral et/ou symbolique qui sont touchées. La crainte se situe donc à deux niveaux : physique et moral.

1.4. Formes de rationalité et de légitimation dans l'acte alimentaire

Dans les sociétés modernes, les comportements des acteurs (en particulier dans le domaine économique, mais pas uniquement) sont marqués par une recherche croissante de rationalité. Mais qu'est-ce que la rationalité ? C'est une valeur qui guide les comportements et qui consiste à adopter des comportements résultant d'un choix réfléchi, par exemple en comparant les coûts et les avantages de telle ou telle décision. La rationalité, c'est le fait d'adapter ses moyens d'actions à ses fins. On peut parler d'un comportement calculateur : quelle action dois-je entreprendre, compte tenu du but que je poursuis ou des valeurs qui sont les miennes ? Max Weber fait de la rationalité la valeur centrale des sociétés occidentales : les individus y agissent en fonction de leur réflexion personnelle, et non pas, ou beaucoup moins en étant déterminés par des coutumes ou des croyances collectives qui s'imposent à tous. La rationalité triomphe évidemment dans le domaine économique avec la recherche du profit individuel, le développement du progrès technique... Mais elle touche tous les domaines de la vie en société : par exemple, lors d'un conflit, la participation à ce conflit sera mûrement réfléchie par chacun, en fonction de ce qu'il pense possible de retirer du conflit et de ce qu'il pense y risquer. On observe que la rationalité se développe dans les sociétés modernes et touche de plus en plus tous les aspects de la vie. Quand on parle de rationalisation, on entend par là le processus qui se développe au cours du temps et qui permet à la rationalité de prendre une importance de plus en plus grande. Le développement de la rationalité s'accompagne de la séparation des sphères entreprise/famille : dans la sphère familiale, la rationalité affective va être dominante alors que la rationalité de l'intérêt dominera la sphère économique. De même, il y a une séparation entre le politique et le religieux qui étaient, dans les sociétés traditionnelles, confondus (en France, par exemple, le roi était « de droit divin »). Le fait que la rationalisation se développe n'empêche pas la persistance d'autres modes de comportement. La rationalisation des activités a pour conséquence le « désenchantement du monde » (Weber, 1959). On entend par là l'idée que tous les phénomènes observables ont une explication scientifique, la magie ou le surnaturel n'expliquant rien : s'il ne pleut pas, ce n'est pas parce que les dieux sont en colère contre les hommes mais parce que l'anticyclone des Açores est placé de telle façon qu'il repousse tous les nuages ailleurs par exemple. Le monde n'est donc plus « enchanté », c'est-à-dire explicable par la magie. Plusieurs formes de rationalité ont été décrites par Weber (1959) ; elles sont transposables dans le domaine de l'alimentation (Poulain, 2002b). Analysons les différentes formes de rationalités et les légitimations qui y sont associées :

- **La rationalité en finalité**, ou rationalité instrumentale, ordonne les objectifs et les moyens les mieux adaptés aux buts poursuivis. Il s'agit pour l'acteur d'atteindre les buts qu'il s'est donné avec une efficacité optimale ou de croire, avec les informations dont il dispose, qu'il emprunte une méthode efficace. Dans cette logique, le but recherché est supposé déterminer les décisions et les actions qui en découlent.

Si l'on transpose ce processus dans le domaine de l'alimentation, l'individu peut donc agir en fonction de différents buts recherchés, qu'ils soient d'ordre économique, spirituel ou faisant référence aux domaines de santé ou d'esthétique. Poulain (2002b) nous propose ainsi plusieurs exemples de « raisonnements » :

« *Je mange ou ne mange pas ceci pour grossir ou ne pas grossir* »

« *Je mange ou ne mange pas ceci parce que c'est bon ou ce n'est pas bon pour la santé* »

« *Je mange ou ne mange pas ceci parce que c'est cher ou ce n'est pas cher* »

« *Je mange ou ne mange pas ceci parce que c'est bon ou ce n'est pas bon pour mon âme* »

« *Je mange ou ne mange pas ceci parce que c'est gustativement bon...* »

Mais pour construire une décision en finalité, l'individu doit avant tout raisonner en termes de correspondances entre les domaines cités plus haut. Ceci suppose en effet une sensibilité de la part de l'individu envers les relations de type « alimentation et économie », « alimentation et santé » ou encore « alimentation et plaisir ».

De plus, si les logiques en finalité sont compatibles avec une rationalité « scientifique » ou rationaliste, elles peuvent également l'être avec une rationalité de type « magique ». « C'est ainsi que la santé peut être recherchée en mobilisant des connaissances nutritionnelles scientifiques ou une diététique « profane » fonctionnant sur le symbolique » (Poulain, 2002b).

- **La rationalité en valeur**, ou rationalité axiologique, oriente les actions selon des valeurs subjectivement retenues comme raisons légitimes ou fins ultimes pour agir. L'acteur ne se préoccupe alors pas des résultats de l'action, ni des moyens utilisés. Il recherche la valeur pour elle-même : la justice pour la justice, le beau pour le beau...

Transposé dans le domaine de l'alimentation, la rationalité en valeur justifie la consommation d'un aliment parce qu'il est autorisé, parce qu'il est légitime. Il est donc intéressant de prendre en compte cette logique pour la compréhension des décisions alimentaires.

Et ce processus nous conduit vers les différentes formes de légitimation. « La légitimation peut être définie comme le processus par lequel un acteur social accepte de se soumettre au pouvoir d'une autre personne, en le considérant comme normalement acceptable. Plus largement, la légitimation d'une règle est le processus par lequel l'acteur accepte de se soumettre à une ou des règles qui peuvent plus ou moins l'empêcher d'atteindre un but, (c'est à dire qui lui impose des contraintes et des détours) et qu'il considère comme normales » (Poulain, 2002b). Il existe quatre formes de légitimation :

La légitimation charismatique permet à un individu de déléguer ses décisions à une « instance porteuse de vérité transcendante » (Poulain, 2002b), et par là même de pouvoir justifier ses choix. Transposé dans le domaine de l'alimentation, cela correspond à la mobilisation de valeurs constituant l'appareillage des codifications religieuses de l'acte alimentaire.

La légitimation traditionnelle fonctionne sur le mode du « on a toujours fait comme ça ». L'individu, consciemment ou non, légitime ses pratiques par ce recours à la tradition.

La légitimation de type rationaliste dans laquelle les valeurs mobilisées sont d'ordre scientifique : « la science a démontré que tel produit est bon pour... » (Poulain, 2002b). Mais l'importance n'est pas ici le « pour » mais le lien entre la science et le « bon ». Le discours diététique est une référence nutritionnelle. Cette forme de rationalité n'a pas besoin d'être comprise, ce sont les valeurs de la science, incarnées par certains de ces acteurs (vétérinaires, nutritionnistes ...) qui justifient l'action.

La rationalité de type légal bureaucratique montre le poids des instances technico-politiques dans la légitimation du discours par exemple. Ces instances sont supposées s'appuyer sur des expertises scientifiques et constituent ainsi un excellent référent.

L'étude des rationalités et des légitimations qui les accompagnent facilite la compréhension des acteurs et permet de saisir les connaissances profanes que ces derniers peuvent mobiliser. Par ailleurs, il est intéressant de noter que Corbeau et Poulain (2002) voient les mangeurs comme des êtres « pluriels », « non irrationnels » et capables de mobiliser plusieurs formes de rationalités selon les situations.

1.5. Les apports des sociologies de l'alimentation pour notre étude

Pour Poulain (1996), « manger est un acte social complexe, en lui se reflètent les évolutions d'une société, celles des conditions de production des aliments, comme celles des conditions de vie ». En ce sens il apparaît nécessaire de prendre en compte les travaux des sociologies de l'alimentation pour l'élaboration de cette étude. Il est avant tout nécessaire de saisir et de comprendre les normes et valeurs dans lequel s'inscrit l'acte alimentaire au Vietnam.

Les sociologies de l'alimentation nous ouvrent des pistes de recherches, notamment en deux points :

- **La pensée magique**, liée au principe d'incorporation, participe à la prise de décision dans les choix alimentaires. Elle demeure un axe de lecture privilégié permettant de saisir les représentations des consommateurs et par là même leur perception du risque. Comment gérer la consommation d'une viande qui a pu être contaminée par la grippe aviaire par exemple ? Le virus, inactivé au-delà de 70°C, n'en demeurerait pas moins dangereux, du moins symboliquement et moralement. Rappelons que le virus restera, perdurera et contaminera le mangeur si ledit processus de pensée magique se « met en route », et ce par le biais du principe d'incorporation et des lois de contagion et de similitude.
- **Les rationalités et légitimations** qui accompagnent les décisions alimentaires des acteurs permettent également d'affiner l'étude de la perception qu'ils ont d'un risque. Ces outils permettent d'aborder plus justement et de manière la plus complète possible les individus. Comment les consommateurs justifient-ils leurs actions, leurs raisonnements à l'égard de cette crise sanitaire ?

Weber accorde une grande importance au processus de rationalisation du monde. Pour lui, les principales civilisations du monde ont connu un processus de rationalisation, par lequel les actions et les représentations des hommes sont devenues plus systématiques et méthodiques. Toutefois, il lui semble que ce processus ait atteint un stade plus avancé en Occident et,

surtout, que la rationalisation y ait connu une direction spécifique. Pour Weber, le monde occidental se caractérise, en effet, par une rationalisation orientée vers l'action pratique dans le monde, c'est-à-dire par une volonté de contrôle et de domination systématique de la nature et des hommes.

Qu'en est-il au Vietnam ?

Comment fonctionne ce système de rationalités et est-il « palpable », compréhensible ?

Les légitimités adaptées au domaine de l'alimentation en Occident sont-elles compatibles aux modèles alimentaires vietnamiens ? A la culture vietnamienne ?

Quels types de rationalité les consommateurs de Hanoi mobilisent-ils dans leurs choix alimentaires, et plus particulièrement à l'égard de l'achat, de la préparation et de la consommation de volailles dans cette période de crise sanitaire ?

Ces axes de recherche apparaissent essentiels à prendre en compte pour la réalisation de cette étude. Au-delà de ces interrogations se dessine la problématique de la perception du risque inoculé par la grippe aviaire. Comment les individus perçoivent-ils ce risque ?

Que nous enseigne la sociologie du risque à cet égard ?

2/ La sociologie du risque

2.1. Présentation

« Le risque est moderne parce qu'il transforme notre conception de la causalité et implique une double quantification, probabiliste et monétaire » (Peretti-Watel, 1999).

La notion de risque, ou plutôt même l'utilisation du mot, est apparue au XIV^{ème} siècle dans les assurances maritimes qui se développaient en Italie. En effet, au temps des « voyages alimentaires » notamment lors des transports d'épices d'Orient et du Moyen-Orient jusqu'à l'Europe, les notions de risque et d'assurances vont petit à petit relayer les lois de la nature. En ce sens, le risque est une « invention moderne », caractéristiques des sociétés modernes.

Historiquement, ce sont les sciences économiques qui ont été les premières à s'intéresser au risque (Peretti-Watel, 2001). Mais depuis la fin des années 1970, l'économie du risque tend à se rapprocher des préoccupations des sociologues. Ils s'intéressent notamment aux problèmes de la formation des croyances, des mécanismes cognitifs sous-jacents et des influences interpersonnelles éventuelles entre les individus (Peretti-Watel, 2001).

Pour Beck (1998), nos sociétés modernes sont caractérisées par le risque ; ces « sociétés du risque » commencent là où la nature et la tradition finissent. En ce sens, la notion du risque deviendrait un axe de lecture privilégié pour l'analyse des évolutions d'une société.

2.2. Experts et profanes face aux risques

La sociologie du risque pointe les décalages entre les modalités d'évaluation profanes et scientifiques des risques. En effet, la définition d'un risque par les experts est davantage quantitative, tandis que les profanes, ici les consommateurs, raisonnent en termes qualitatifs (Marris, 1999). Ces derniers s'intéressent plus à la nature des conséquences qu'à leur probabilité. La perception d'un risque par les profanes intègre ainsi des dimensions sociales et psychologiques, une dimension qualitative (sensation de contrôle personnel et de maîtrise du

risque, Marris, 1999), et est influencée par l'appartenance culturelle de l'individu, les valeurs auxquelles il adhère et notamment par sa conception de la science ou de son propre corps (Peretti-Watel, 2001 ; Poulain, 2002b). La perception des risques par les profanes est soumise à l'influence de certains facteurs sociaux.

De plus si l'analyse scientifique du risque se concentre sur la mesure des conséquences négatives d'une action, la pensée profane met en balance les avantages éventuels et les risques dans un calcul coûts-bénéfices. Ces différences d'appréciation sont à l'origine d'incompréhension envers les deux groupes, les scientifiques ayant notamment l'impression que les profanes deviennent irrationnels. « Dans une telle situation, les experts sont tentés soit de se réfugier dans des arguments d'autorité, soit de vouloir éduquer « le bon peuple », pour lui faire comprendre la vérité scientifique » (Poulain, 2002b).

Mais pour analyser un risque dans sa globalité, il est essentiel de prendre en compte les différentes postures. Le but n'est pas de défendre les opinions et savoirs d'un des deux groupes mais plutôt d'intégrer ces multiples connaissances pour éviter l'affrontement, l'incompréhension. « Ainsi, pour sortir de cette impasse, il faut prendre en compte les conflits stratégiques qui se nouent autour du risque et accepter de voir dans ces décalages un affrontement de rationalités » (Poulain, 2002b).

L'expert et le profane peuvent défendre deux conceptions distinctes de la connaissance et de l'action sur l'environnement. Joly parle de « risque en soi » concernant les experts, et de « risque pour soi » en ce qui concerne les profanes. Slovic (1987) nous propose une grille de lecture du risque, qu'il nomme le « paradigme psychométrique ». Cette grille regroupe les aspects d'un risque que les profanes mettent en avant dans le but de l'évaluer puis de le désigner comme acceptable ou non. Jetons un œil à cette « liste ».

- Risque individuellement contrôlable
- Risque volontaire ou imposé
- Risque juste ou injuste
- Menace connue ou mystérieuse
- Conséquences immédiates ou différées
- Conséquences planétaires ou localisées
- Incidences néfastes ou non pour les générations futures
- Nombre de personnes exposées
- Confiance aux autorités et aux experts

Ce cadre d'analyse montre que la perception profane est structurée, peut être quantifiée et dans une certaine mesure prévisible. Cette perception profane n'est donc pas irrationnelle et peut au contraire venir compléter l'évaluation scientifique d'un risque, en éclairant certains aspects laissés dans l'ombre. « Les analyses strictement fondées sur la science excluent certaines dimensions sociales du risque (enjeux identitaires, choix de société...) qui sont justement celles qui reviennent au centre des conflits et des controverses sociales » (Poulain, 2002b).

Dans le paradigme de Slovic, la confiance joue un rôle central car elle conditionne les autres aspects. Par exemple, moins un individu a confiance aux autorités et aux experts mobilisés, moins il aura le sentiment de pouvoir contrôler le risque. De même, en fonction des ressources matérielles et culturelles, les individus auront plus ou moins la sensation de pouvoir maîtriser ou non un risque, tout comme de percevoir ce risque (Peretti-Watel, 2000). On remarque que le sentiment de contrôle est central dans la perception des risques par les profanes.

2.3. Perception ou représentation ?

Nous nous intéressons ici aux manières dont les consommateurs de Hanoi appréhendent le risque que représente la grippe aviaire. Comme nous venons de le voir, nous devons prendre en compte à la fois les évaluations scientifiques et les savoirs profanes pour comprendre le phénomène du risque dans sa globalité. Mais dans ce cas présent, doit-on parler de perception ou de représentation du risque ?

- La perception pour Chiva (1998) est un processus psychologique général. « Elle consiste en l'octroi d'une signification aux données apportées par les sens, elle permet leur sémantisation ». A partir des significations apprises, la perception permet également la création de catégories.
- La représentation, pour Jodelet (1989), est « une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social. » Abric (1994) ajoute quelle est « à la fois le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe reconstitue le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique. » Une représentation n'est donc pas le simple reflet d'une réalité mais bel et bien une organisation signifiante. Moscovici (1961) aborde cette notion de représentation avec trois dimensions : information, attitude et « ancrage ».

Pourtant le choix entre ces termes n'est pas neutre.

L'expression *perception du risque* suppose ainsi qu'il existe un risque concret, objectif. Lorsque le terme *sociale* y est accolé, on se réfère à l'opposition des points de vue entre experts et profanes, les perceptions de ces derniers étant « instables, subjectives, pire irrationnelles » et donc à contre sens de celles des experts. La perception renvoie ainsi à l'appréhension directe d'un objet concret ; si elle est sociale, cela signifie qu'elle est médiatisée, biaisée, ce qui rend les profanes irrationnels. « Le terme de représentation convient donc mieux, d'abord parce qu'il assume la richesse du travail cognitif qui reconstruit le risque au lieu de simplement l'apercevoir, sans connoter négativement cette richesse. » (Peretti-Watel, 2000). De plus, utiliser le terme de représentation permet d'aborder plus facilement la question de l'objectivité d'un risque. Alors que la perception d'un risque suppose que l'on ne s'intéresse qu'aux risques concrets, relevant de l'imaginaire d'individus devenus irrationnels, le terme de représentation permet d'éviter ce décalage entre risques concrets et risques dits « imaginaires ». La notion de représentation est donc plus adaptée à notre sujet ; elle permettra ainsi d'aborder cette notion du risque de manière plus complète et plus dynamique qu'en utilisant la notion de « perception », qui implique une prise en compte partielle du travail cognitif.

Mais quel peut être ce travail cognitif au sein des représentations d'un risque ?

Penchons nous sur les notions de dissonance cognitive et de rationalité cognitive. Ces deux points de vue sont a priori contradictoires ; « la dissonance cognitive met en scène un individu de mauvaise foi qui rationalise *ex post* son comportement, en trouvant des « raisons de couvertures », tandis que la rationalité cognitive suppose que l'individu croit à des raisons fortes qui justifient *ex ante* son comportement » (Peretti-Watel, 2000). Il est ainsi nécessaire de distinguer « raisons fortes » et « rationalisations faibles » pour comprendre l'opposition entre ces deux postulats.

Ce simple travail cognitif, qu'il sera intéressant de vérifier dans la phase qualitative de l'enquête, suffit à justifier l'emploi du terme de **représentation** lorsque l'on parlera de *l'appréhension* qu'ont les consommateurs de Hanoi du risque de grippe aviaire.

2.4. « A chacun ses risques » (Douglas et Wildavsky, 1984)

« Le risque est d'abord culturel parce que la perception que nous en avons est culturellement définie » (Peretti-Watel, 2000).

Nous avons vu que la sociologie de l'alimentation pointait le risque comme un invariant de l'alimentation humaine. Pourtant, le regard que portent les cultures, les sociétés, les groupes et les individus sur un risque diffère. Les valeurs et la culture individuelles ont ainsi un sens lors de l'évaluation d'un risque ; plus, elles lui donnent un sens, une signification particulière. Peretti-Watel (2001) nous explique à ce sujet que ce « biais culturel » rend souvent les arguments scientifiques inopérants. Il existe une multitude de menaces, partout autour de nous. Nous hiérarchisons ces menaces, et le classement qu'il en émane suppose que soient définis des critères. Ces derniers font intervenir nos valeurs. « Chaque forme d'organisation sociale ayant ses propres valeurs, elle aura aussi sa propre hiérarchisation des risques, son propre portefeuille de risques » (Peretti-Watel, 2000). Pour Mary Douglas, l'organisation et la situation d'un groupe au sein de la société sont toujours étroitement liées aux valeurs, aux croyances et aux manières de penser de ce groupe. « En choisissant un mode de vie, nous choisissons également de courir certains risques. Chaque forme de vie sociale a son propre portefeuille de risques. Partager les mêmes valeurs, c'est aussi partager les mêmes craintes, et inversement les mêmes certitudes. » (Douglas et Wildavsky, 1984). A travers sa « typologie culturelle », Mary Douglas distingue quatre pôles culturels.

- **La structure hiérarchique.** Le modèle organisationnel est la bureaucratie telle qu'a pu le définir Crozier. Ce modèle de la bureaucratie est régi par une forte limite externe (abondance de règles formalisées) et s'appuie sur une forte hiérarchie interne (l'organisation est répartie en niveaux hiérarchiques étanches ayant des prérogatives propres). Une bureaucratie ne sait pas s'adapter aux changements de son environnement et occasionne de nombreuses contraintes qui réduisent les marges de manœuvres individuelles. Par ailleurs, elle est régie par une réglementation formelle qui permet de réduire les incertitudes. En ces termes, l'individu doit moins se protéger lui-même que son groupe. Par exemple, il aura donc tendance à se focaliser davantage sur les maladies des autres membres que sur ses propres maladies.
- **L'individualisme.** A l'opposé de la structure hiérarchique de la bureaucratie, il n'existe pas dans ce modèle de « l'entrepreneur » de hiérarchie interne forte. Les relations entre les membres sont des relations de concurrence, d'où un faible sentiment identitaire et donc de faibles limites externes. Cette organisation valorise ainsi la réussite individuelle, la pression de conformité est donc peu marquée. Les individualistes se représentent leur environnement comme instable et se projettent uniquement à court terme. Face à un nouveau risque, ils sont favorables à une prévention qui privilégie la responsabilisation individuelle. Le risque peut également être vécu, perçu en termes de distinction. La prise de risque permet ainsi de mettre en avant sa maîtrise. Le risque est davantage une opportunité qu'une menace.
- **L'égalitarisme enclavé** s'oppose aux groupes des bureaucrates et des indépendants. Il s'agit d'enclaves, c'est-à-dire d'organisations de petites tailles situées à la périphérie de la société. Ce type d'organisation est régie par une faible hiérarchie interne (les individus se disent égaux), une forte limite externe (sentiment identitaire fort et rejet du reste de la société) et repose sur l'adhésion volontaire des membres. En résulte

ainsi une méfiance vis-à-vis de la structure hiérarchique et des autorités. Chaque groupe mobilise ses propres sources de savoirs et les connaissances sont produites hors de la sphère scientifique officielle. L'individu doit protéger son groupe avant lui-même. Cette organisation est caractérisée par une forte aversion aux risques globaux, majeurs.

- *L'exclusion, la dépendance* caractérise le quatrième pôle où les individus ne constituent pas un groupe solidaire car il n'existe pas de sentiment identitaire. Cette organisation est caractérisée par une limite externe faible et une hiérarchie interne forte. Ils subissent l'ordre imposé par la structure bureaucratique ; la hiérarchie à laquelle ils sont soumis est externe vu qu'ils ne sont pas organisés. Leurs valeurs sont mal déterminées et peu structurées. Ils sont donc fatalistes devant leur situation et socialement vulnérables ; ils s'exposent donc aux risques parfois de manière consciente, passive. Ils ont donc une attitude fataliste à l'égard de la prévention.

Il existe ainsi des variétés culturelles dans la perception d'un risque, ce que Rozin (1998) nomme le « framing ». Cela implique de saisir les différents degrés hiérarchiques de la société étudiée et de comprendre en premier lieu le système de valeurs des groupes.

2.5. Acceptabilités du risque

« Considérer un danger en termes de risque, c'est forcément admettre qu'on ne pourra jamais s'en prémunir absolument : on pourra le gérer, le domestiquer mais pas l'anéantir. » (Peretti-Watel, 1999).

Nous avons vu qu'il existait des différences culturelles devant le « choix » des risques les plus redoutés. Mais comment fonctionne ce mécanisme ? Comment un risque devient-il acceptable ou au contraire intolérable ?

Le sentiment de contrôle est central dans la perception des risques par les profanes. C'est cette impression de maîtrise du risque, même si elle est tronquée, qui permet à l'individu de l'accepter ou non. Cela permet de mettre à distance le caractère anxiogène du risque. Mais il existe des « lois communes » dans l'acceptabilité des risques. Ainsi, Fischler (1998) montre que nous craignons davantage ce qui est invisible. De même, un risque est mieux accepté lorsque ceux qui y sont exposés ont le sentiment d'avoir choisi de le prendre. De plus, les risques naturels sont mieux acceptés que les risques artificiels (produits par l'homme).

L'acceptabilité passe donc par le sentiment de maîtrise, de contrôle. Il est plus facilement accepté lorsqu'il est perçu comme évitable. Ce mécanisme entraîne des écarts entre risque perçu pour soi et pour les autres, ce que Peretti-Watel (1999) nomme « le biais d'optimisme ». De même, le phénomène de « dénégaration du risque », consistant à affirmer une maîtrise du risque pour le mettre à distance, mérite une attention particulière lors d'une recherche sur la perception des risques. Afin de rendre un risque plus acceptable, il existe également un autre phénomène de mise à distance du risque, mais celui-ci de manière collective. Ce mécanisme consiste à stigmatiser des groupes à risque selon des logiques qui ne sont pas forcément scientifiques. Ces victimes « expiatoires » sont souvent sélectionnées car déviantes, le meilleur exemple restant les toxicomanes et homosexuels pour le cas du SIDA. Ce phénomène, que Peretti-Watel (1999) nomme la « sélection victimaire », rend le risque acceptable car il permet une mise à distance du risque et le report de ce dernier sur un autrui

bien défini. En effet, le risque étant une notion abstraite, les individus ont tendance à l'incarner en désignant des victimes stéréotypées, reconnaissables, éloignées.

Ces processus d'acceptabilité du risque laissent également apparaître des problèmes d'estimation des mêmes risques. Ainsi, Duby (1998) montre « qu'un risque a tendance à être sous-estimé quand il est connu, maîtrisable ou perçu comme tel, et que l'on s'y expose volontairement. A l'inverse, un risque est d'autant plus surestimé qu'il est mystérieux, qu'on ne peut le contrôler et qu'on y est exposé *volens nolens* ».

Peretti-Watel (1999) pointe la limite de la rationalité probabiliste : « on peut se livrer aux calculs de risques les plus complexes, on en arrivera, en fin de compte, à cette conclusion qu'un risque acceptable est un risque accepté. » Et il existe un décalage entre ce que les individus pensent de la relation entre un risque et la population de leur pays par exemple, et entre le même risque et eux même. C'est ce que l'on peut nommer le risque pour soi et le risque en général. Peretti-Watel (2000) illustre ce décalage, ce « biais d'optimisme » grâce à l'analyse de la perception d'un risque en termes de fréquence, gravité et crainte. En même temps qu'ils révèlent les représentations des individus à l'égard de ce risque, ces trois éléments permettent de vérifier si un décalage s'opère entre soi même et les autres. Se sent-on moins sujet à un risque qu'autrui ?

S'il existe des perceptions des risques, c'est qu'il y a des différentes acceptabilités du risque, et donc des inégalités sociales. Fischler (1998) montre par exemple que dans le domaine de l'alimentation, les femmes manifestent davantage d'anxiété que les hommes. D'autre part, Peretti-Watel (2000) montre que « la pauvreté raccourcit l'horizon temporel, installant les plus démunis dans une précarité qui les ancre dans le présent et leur interdit de se projeter dans l'avenir ». De même, « l'economics theory » suggère que les plus riches seraient moins averses aux risques car ils auraient la possibilité de transformer ces risques en opportunités. Mais ils seraient par ailleurs plus sensibles à d'autres risques (en particulier les risques environnementaux) car ils considèrent pouvoir agir sur ce futur, ce qui s'opposerait au « fatalisme » des plus pauvres. Les perceptions du risque diffèrent donc selon les groupes sociaux.

Mais même s'il existe des inégalités sociales face au risque, on ne peut pas en conclure que les individus socialement « dominés » subissent les risques, et que les « dominants » les infligent et les imposent. Nous sommes tous confrontés quotidiennement à une multiplicité de risques, même si nous ne percevons pas les mêmes et nous ne les acceptons pas de la même manière. La situation objective face aux risques ne permet pas de démarcations nettes entre les groupes sociaux. Mais la façon dont nous les appréhendons, c'est-à-dire par nos représentations, met en évidence des inégalités sociales.

2.6. Communication sur le risque et risque de la communication

« Plus une société calcule et communique sur le risque, plus la perception du risque augmente. » (Giddens, 1991).

Le constat que les profanes ont une perception différente des risques amène à compléter l'approche technique du risque par une approche en terme de communication (Figuié et Bricas, 2002).

Duby (1998) nous explique que l'information est l'élément clé qui conditionne la juste évaluation des dangers par le public. En 1999, Peretti-Watel montre dans une étude sur les perceptions du risque lié à l'ESB qu'il existe des inégalités sociales devant un risque. Mais il précise que cela se traduit en une corrélation plus ou moins forte entre le statut social et la confiance que l'on porte au gouvernement. Ainsi les catégories sociales « élevées » feraient

d'avantage confiance aux modes d'action du gouvernement, ce qui impliquerait une faible évolution de leurs comportements alimentaires. A l'inverse, les individus à faibles revenus, exclus ou dominés au niveau professionnel accepteraient moins ce risque car faisant moins confiance aux autorités. Ceci montre que le regard que l'on porte aux informations dépend du niveau de crédibilité que l'on y accorde. Ce phénomène joue ainsi sur la perception d'un risque.

Par ailleurs, Wildavsky, qui réfute la « knowledge theory », précise que « ce n'est pas le niveau d'information qui est important dans la perception des risques par les profanes, mais sa provenance et la crédibilité qui lui est accordée. » (Wildavsky in Figuié et Bricas, 2002). La construction de la confiance entre les acteurs devient alors centrale.

Le danger que peut représenter la communication sur le risque rejoint dans un sens les rapports inégalitaires face au risque. En effet, Peretti-Watel (2000) nous montre que nous n'avons pas tous la même conception de la connaissance et des conditions légitimes de sa production. Ce rapport à l'information participe donc au phénomène d'inégalités sociales inérant à la perception du risque.

2.7. Les apports de la sociologie du risque pour notre étude

Les précédentes études, d'abord centrées sur l'objet lui-même, visaient à une définition objective du risque. Ensuite, nous avons vu que le décalage entre experts et profanes restait un axe de lecture majeur pour l'étude des perceptions du risque. « Ceci a alors amené à étudier les sujets face à ces objets et à compléter ainsi l'étude de l'objet par celle de la relation sujet-objet. » (Figuié et Bricas, 2002). D'autre part, le risque est aujourd'hui étudié comme une construction sociale. « L'objet devient finalement secondaire face aux relations qui se tissent autour de lui, face aux conflits et enjeux dont il fait l'objet. C'est dans les interactions entre les sujets que se construit l'objet. » (Figuié, Bricas, 2002).

Pour cette étude, nous nous situons donc dans une perspective compréhensive, à savoir de tenter de dépasser le simple constat de l'irrationalité apparente des individus face aux risques.

La sociologie du risque nous apporte nombre d'éléments de compréhension pour l'étude des perceptions du risque de grippe aviaire à Hanoi.

Des précautions d'abord, notamment entre l'enquêteur et la culture étudiée. Comment cette société fonctionne-t-elle ? Il est ainsi intéressant de repérer les différents groupes la composant et de saisir les systèmes de normes et valeurs.

Le décalage experts/profanes est également à prendre en compte ; d'abord collecter les connaissances scientifiques pour ensuite les confronter aux savoirs profanes.

La grippe aviaire représente-t-elle un risque acceptable ? Accepté ? Et si oui par quels types d'individus ?

Nous pourrions également vérifier si les individus tentent de mettre à distance le risque de grippe aviaire, notamment grâce aux concepts de fréquence, gravité et crainte qu'il serait intéressant de soumettre aux enquêtés, notamment lors de la phase d'entretiens. Les deux premiers, fréquence et gravité, nous permettraient aussi de mesurer la crédibilité des messages d'information et éventuellement de comparer les groupes sociaux entre eux selon la perception qu'ils ont de ces recommandations. Le troisième concept, la crainte, nous aiderait à situer le phénomène à un niveau plus individuel et par là même, à saisir les représentations du risque de grippe aviaire.

Il s'agira également de comprendre la représentation de la nature de ce risque par les consommateurs, qu'elle soit naturelle ou artificielle.

Le niveau d'information des individus enquêtés, mais aussi le niveau de crédibilité qu'ils portent à ces informations, et par là même au gouvernement, restera également un indicateur pertinent pour la compréhension de la perception d'un risque mais aussi pour la « transposabilité » de modèles théoriques occidentaux dans un pays du Sud comme le Vietnam.

3/ « L'économie des conventions »

3.1. Présentation

À la fin des années quatre-vingt, des économistes, s'éloignant du rationalisme néo-classique des agents, cherchent à articuler, dans ce qu'il est convenu d'appeler « l'économie des conventions » (Dupuy all, 1989), la micro-économie et la macro-économie grâce à des catégories d'analyses du type *coordination* ou *règle*, qui marquent le passage du seul marché comme acteur à celui de l'interaction des acteurs qui ne sont plus seulement des agrégats (les entreprises et les ménages), mais également des individus. Ils font l'hypothèse que l'accord entre des individus, même lorsqu'il se limite au contrat d'un échange marchand, n'est pas possible sans un cadre commun, sans une convention constitutive, c'est-à-dire sans « un ensemble d'éléments qui, à tout instant, pour les participants à la convention, vont ensemble et sur lesquels ils partagent un accord commun » (Dupuy all, 1989). La convention est donc, à la différence du contrat où chaque détail est expliqué, un système d'attentes réciproques sur les compétences et les comportements. C'est Keynes qui utilise le premier ce terme de *convention* et le définit comme « la manière dont les gens sont capables d'anticiper et de faire des prévisions sur un marché financier » (Dosse, 1997). Les caractéristiques de l'économie des conventions ont été formalisées dans un modèle général d'analyse par Boltanski et Thévenot : « Les économies de la grandeur », portant sur les mobiles et modalités de l'action collective et la justification de l'action (Cheyns, 1998). Le régime des « cités » de Boltanski et Thévenot (1991) aide l'économie des conventions à articuler la nécessité, à laquelle doit se soumettre chacune des organisations (entreprises de production comme administrations) pour survivre, d'intégrer des logiques qui paraissent étrangères, en apparence, à la définition des objectifs les plus souvent invoqués. Dans « Les économies de la grandeur », les auteurs relèvent six « mondes » et « cités » : « de l'inspiration », « domestique », de « l'opinion », « civique », « marchand » et « industriel ».

3.2. De l'économie des conventions aux conventions de qualité pour les produits agro-alimentaires

Sylvander (1995) nous propose d'adapter ce modèle de l'économie des conventions au domaine de l'agro-alimentaire et plus précisément à la qualité des produits. Ainsi, il montre qu'en parallèle du fonctionnement concurrentiel du marché, « les voies de définition de la qualité d'un produit agro-alimentaire supposent un certain degré de coordination entre acteurs, qu'il s'agisse de construire des institutions génériques aboutissant à définir des normes sur les produits ou des institutions spécifiques impulsées par des sous-systèmes d'acteurs ». A partir des six types de justification qui servent à coordonner l'action élaborés par Boltanski et Thévenot (1991), Sylvander retient quatre manières de définir la qualité qui peuvent être fondées sur :

- Des standards, ce qui correspond à la coordination industrielle. Les biens sont définis par des règles objectivées. « Il existe des normes extérieures et un processus par lequel les acteurs vérifient la capacité des uns et des autres à s'y conformer ».
- Des liens durables entre les acteurs, c'est la coordination domestique. « Il s'agit alors de relations basées sur la confiance envers des personnes ou des marques, due aux transactions passées ».
- L'adhésion d'un ensemble d'acteurs à un corps de principes collectifs, c'est la coordination civique.
- Le fonctionnement du marché « où les acteurs sont en mesure d'évaluer directement la qualité des biens échangés lors des transactions ». C'est la coordination marchande.

Dans ce modèle, le jeu des interactions entre acteurs peut aboutir à « la construction d'une définition institutionnelle de la qualité qui s'impose aux acteurs dans leur activité économique de définition et d'identification des produits (Sylvander, 1995).

3.3. Les apports de l'économie des conventions pour notre étude

Nous considérerons ici l'approche de l'économie des conventions comme une première entrée pour la perception des notions de qualité et de confiance. Elle consiste à comprendre à quel type de coordination le consommateur fait référence dans ses choix, mais aussi, nous le verrons, dans ses manières de mettre à distance le risque de grippe aviaire. Ainsi, à chaque lieu d'achat par exemple correspondraient une ou plusieurs coordinations. Les consommateurs, en faisant référence à ces lieux comme signes de qualité nous permettraient de comprendre les coordinations mises en avant pour se protéger du risque.

Perçoivent-ils davantage la qualité, et ici la sécurité sanitaire particulièrement, dans des logiques domestiques ? Industrielles ?

Font-ils confiance aux filières courtes favorisant le contact direct entre producteur et consommateur ? Ou davantage aux supermarchés par exemple pour la confiance portée aux contrôles effectués et aux méthodes développées par les experts et professionnels ?

On remarque ainsi que l'approche en termes de coordination nous rapproche des concepts de *qualité* et de *confiance*.

L'économie des conventions appliquées à l'agro-alimentaire n'est pas une approche exhaustive de la perception de la qualité ni de la confiance en terme d'achat, mais un premier regard sur ce vaste champ. Elle nous permettra de faire émerger un premier sens concernant ces notions de qualité et de confiance, notions liées aux perceptions d'un risque sanitaire.

III. Mise en problématique

1/ Hypothèses

Ces apports théoriques nous permettent ainsi d'affiner nos premières réflexions. Le problème concret que représente la grippe aviaire à Hanoi nous avait suggéré des questionnements que nous sommes maintenant aptes à formuler plus finement.

Ainsi, après avoir défini le problème de grippe aviaire, décrit la filière avicole au Vietnam et retracé l'historique de cette crise, nous nous étions interrogé sur l'appréhension du risque en question par les consommateurs urbains. Ceci supposait d'abord de comprendre comment ces

derniers percevaient la grippe aviaire, notamment en termes d'inquiétude et de consommation. Nous nous étions ensuite interrogé sur l'éventuelle homogénéité des réactions et perceptions à l'égard de ce risque et avons fait l'hypothèse d'une diversité de comportements et de raisonnements en fonction des niveaux sociaux de la population. A cette diversité des comportements, venaient s'ajouter des écarts dans l'accès à l'information et aux moyens de prévention diffusés par le gouvernement. Une dernière hypothèse suggérait une fuite des informations officielles, polluées par un ensemble de rumeurs et/ou de connaissances profanes circulant par le biais de réseaux sociaux. Des rapports de domination et autres influences entre les acteurs, participant ainsi à la diffusion d'informations erronées, modifieraient les comportements de ces derniers en parallèle aux messages officiels.

Ces hypothèses et questionnement de départ étaient nés de la prise de connaissance du problème de grippe aviaire à Hanoi. Ils résultaient de l'étude de la filière avicole au Vietnam et de l'historique de la crise. Ces premiers éléments de réflexion étaient donc issus d'un problème « concret », de terrain.

Les travaux en sociologies de l'alimentation et en sociologie du risque nous ont aidé à éclairer ces axes de recherche, à les affiner et à justifier l'orientation théorique de l'étude.

2/ Problématique de l'étude

Nous avons vu que la communication sur un risque avait le pouvoir de faire évoluer la perception que les individus ont de ce risque. Il serait donc primordial de délimiter le niveau d'information des individus enquêtés, d'abord pour vérifier les influences des messages d'information sur la perception du risque de grippe aviaire, mais aussi et surtout afin de vérifier si la population est tout simplement consciente de ce risque. Car au-delà de la compréhension d'un message d'information, il faut vérifier qui y a accès, quelle crédibilité les individus accordent aux médias et par là même au gouvernement vietnamien. S'ils sont conscients du risque, c'est qu'ils sont ou ont été informés ; mais par qui ? Comment ont-ils réagi face à ces messages d'information ? Les ont-ils suivis ou ont-ils réagi différemment ? Comment communiquer sur le risque, si besoin en est ?

De même, si le risque de grippe aviaire est perçu comme tel, il s'agit dans un premier temps de noter l'influence que ceci peut ou a pu avoir sur le système de pensée des individus. Sont-ils ou ont-ils été inquiets ? Mais comment naît cette inquiétude ? Est-elle construite, individuelle, médiatisée, communiquée, « socialement transmissible » ? Nous avons vu qu'un risque est mieux accepté lorsqu'il est connu. Cela supposerait que les consommateurs, s'étant habitués à cohabiter avec le risque, auraient moins peur aujourd'hui qu'à l'apparition du phénomène fin 2003. Pourtant, le nombre de victimes humaines n'a jamais été aussi élevé qu'à la troisième crise, début 2005.

Ce processus d'accoutumance au risque aurait également une incidence sur les pratiques alimentaires des individus. Car nous faisons l'hypothèse qu'un individu inquiet et conscient d'un risque sanitaire a pu modifier ses pratiques et a donc pu réagir face à la crise. Mais de quelle manière ? S'est-il arrêté de consommer de la volaille ? A-t-il continué, et si oui, s'est-il protégé du risque de grippe aviaire ? Et de quelle manière ? Divers éléments ou acteurs ont pu le faire réagir face à cette crise ; il apparaît ainsi comme essentiel de connaître ces déclencheurs et de saisir les modalités d'action de ces derniers.

Mais pour comprendre ces comportements, l'analyse en termes de représentations apparaît comme évidente. En effet, pour pouvoir saisir de manière complète l'appréhension qu'ont les individus de ce risque, il faudra comprendre les représentations qu'ils ont du même risque, mais également les manières qu'ils mettent en œuvre pour construire leur démarche intellectuelle. Car ces représentations, nous en faisons l'hypothèse, influencent les prises de

décision et les réactions des individus. Par le biais de la pensée magique et du principe d'incorporation notamment, il serait intéressant de vérifier si un consommateur est capable de manger un poulet atteint de grippe aviaire mais cuit à plus de 70°C. Ce phénomène fait ici référence aux décalages entre les modalités d'évaluations scientifique et profane d'un risque. Par ailleurs, le système de représentations des individus pourrait être visible au travers des justifications mises en place par ces derniers.

Nous avons fait l'hypothèse d'une diversité de comportements et de raisonnements à l'égard du risque de la grippe aviaire. La théorie culturelle de Douglas nous incite à creuser dans cette direction notamment en vue d'isoler des groupes partageant des caractéristiques communes quant à leurs pratiques et leurs représentations du risque. Ces catégories pourraient notamment se constituer en fonction de critères sociaux.

Nous en venons à nous interroger sur les éventuelles retombées de ces évolutions alimentaires sur la filière avicole. Dans quelle mesure les consommateurs ont-ils pu l'affecter ? S'agit-il d'une affectation durable ? Car nous faisons l'hypothèse que les consommateurs auraient « appris des choses » sur le gouvernement et sur l'organisation de la filière elle-même. La confiance ne serait plus au rendez-vous. Il s'agirait ainsi de prendre en compte les connaissances mais aussi les peurs, les craintes et les souhaits des consommateurs en vue d'une « reconstruction » de la filière avicole au Vietnam. Il faudrait avant tout reconstruire la confiance des consommateurs au travers de signes de qualité crédibles.

Le but de l'étude est donc d'analyser les représentations que les consommateurs de Hanoi ont du risque de grippe aviaire.

Par ailleurs, les conséquences de ces représentations du risque, notamment en termes de pratiques alimentaires, seront également analysées. De plus, il est également intéressant de montrer s'il est possible de s'éloigner du modèle communément admis d'un consommateur qui, informé par les autorités officielles, modifierait en conséquence son comportement, modèle qui discréditerait toute autre forme de savoirs et canaux d'informations qui permettent aux consommateurs de s'adapter aux changements de contexte, et de façonner ce contexte. Il est donc intéressant de voir si les consommateurs ont, oui ou non, suivi les recommandations officielles à l'égard du risque. Mais analyser ce phénomène de manière sociologique permet également de comprendre les moyens mis en place par les consommateurs pour s'en prémunir. Ont-ils construit des savoirs, des stratégies de protection propres ? Dans quelle mesure sont-ils *acteurs* dans ce phénomène ?

Nous nous interrogerons également sur la communication autour de ce risque, afin de comprendre les recommandations adaptées, adoptées ou rejetées. Enfin, nous envisagerons les moyens de rétablir la confiance chez les consommateurs, notamment en vue d'une « reconstruction » de la filière avicole au Vietnam.

D'autre part, et en des termes plus théoriques, il serait ainsi pertinent de vérifier si la perception d'un risque dépend, entre autres, des relations qu'entretiennent les acteurs entre eux, des influences qui les animent et des savoirs scientifiques et/ou profanes qu'ils propagent autour d'eux.

La représentation d'un risque est elle *socialement transmissible* ?

Outre l'analyse du phénomène de grippe aviaire en lui-même, il serait ainsi intéressant de vérifier l'éventuelle « transposabilité » des modèles théoriques occidentaux à l'égard de la perception des risques sanitaires dans un pays du sud comme le Vietnam.

3/ Récapitulatif

Le présent travail propose donc de s'interroger sur **les modes de représentation** que les consommateurs de Hanoi ont développés et développent encore aujourd'hui vis-à-vis des épisodes de grippe aviaire au Vietnam.

Dans le cadre de l'analyse, nous développerons les axes suivants :

- **Le niveau d'information** des consommateurs, afin de déterminer leur niveau de conscience du risque, les modalités d'accès à l'information et le niveau de crédibilité qu'ils lui portent.
- **L'inquiétude** des consommateurs au sujet de la crise. Comment s'est-elle construite et comment a-t-elle évoluée ?
- **Les réactions** en termes de pratiques alimentaires, notamment lors des phases d'achat de volailles, de préparation et de consommation.
- **Les représentations** qu'ont les consommateurs de la crise, les rationalités qu'ils mettent en place et les justifications auxquelles ils ont recours pour légitimer leurs actes et leurs raisonnements.
- **Les différences entre les individus**, selon les réactions et les représentations.
- **L'affectation** que l'évolution des pratiques alimentaires et des systèmes de représentations des consommateurs a pu avoir **sur la filière avicole au Vietnam**.
- **La reconstruction de la confiance** au travers de signes de qualité crédibles, à l'achat et à la préparation.

IV. Outils de collecte des données

1/ Recherche bibliographique et courants de pensée

“Caminando hay camino” est un proverbe espagnol qui signifie littéralement, “en cheminant il y a chemin” ; ce proverbe (Chalas, 2000) renvoie à la position de Gaston Bachelard, dans le sens où la démarche adoptée lors d’une étude peut davantage être fondée sur une succession d’erreurs rectifiées que sur une vérité première. Ceci justifie donc la prise en compte continue et permanente d’éléments de compréhension et de travaux de recherche sur le sujet. C’est en partie le terrain d’étude, le milieu social choisis et la culture dans laquelle se déroule la recherche qui orientent les choix méthodologiques.

Une étude en sociologie ne saurait se construire sans une recherche bibliographique ; ouvrages de méthodes, ouvrages de sociologie générale, références spécifiques au sujet, études proches déjà menées, bref cette première phase reste essentielle. En effet, chaque étude doit naître et « vivre » en fonction des précédentes, car il est intéressant et essentiel de commencer par « prendre la mesure » de ce qui a été déjà fait et de ce qu’il reste à faire ou serait intéressant de faire. Cette logique facilite l’entrée dans le sujet, permet de ne « pas enfoncer de portes ouvertes » et de s’intéresser à d’autres études d’apparence éloignée mais dont la comparaison peut faire émerger du sens.

Cette phase est donc essentielle pour une recherche en sociologie et prend toute son ampleur dans une étude menée dans une autre culture, où le « simple » travail du chercheur doit être soumis à des références bibliographiques.

Comment travailler dans une culture différente, inconnue ?

Comment appliquer des méthodes de travail occidentales dans un « pays du sud » ?

Comment appliquer les connaissances acquises et les subtilités de la recherche en sociologie dans un contexte différent, avec une langue inconnue, et des normes et valeurs nouvelles ?

Faut-il déconstruire nos connaissances et nos acquis pour mieux les reconstruire et les adapter à cette nouvelle culture ? Ou vaut-il mieux essayer de les adapter le plus « honnêtement » possible ?

Cette ambivalence mérite réflexion car elle nous place en situation d’introspection, nous devenons nous-mêmes notre propre sujet d’étude. Elle va plus loin même, car elle pointe l’éternel débat qui a participé et participe encore à l’évolution du champ de la sociologie : individualisme et holisme. En effet, est-on capable de s’adapter à une nouvelle culture au point d’y conduire une étude le plus objectivement possible (perspective individualiste où l’individu est plutôt atomisé), ou sommes nous condamnés à reproduire nos acquis dans une telle recherche, même en « connaissance de cause » (perspective holiste où l’individu est davantage pré-déterminé) ? Le débat reste ouvert et mérite réflexion. Le but d’une étude en sociologie passe par une recherche d’objectivité, condition *sine quo non* pour son accès aux sciences « acceptées, reconnues ». Cette objectivité est évidemment garante du bon déroulement de l’enquête, et permet d’obtenir des résultats construits, utilisables.

C’est en ce sens qu’une telle étude mérite une attention toute particulière à un domaine de recherches voisin : l’anthropologie.

Jeanne Favret-Saada (1977) nous expliquait les difficultés de compréhension des coutumes de certains groupes faisant pourtant partie de notre société. Mais elle a mis en avant que cette incompréhension, ou du moins cette compréhension tronquée, était faussée par une mauvaise appréhension de la population étudiée. Cette mauvaise appréhension était elle-même due à une mauvaise acceptation du chercheur au sein du groupe de référence. Le problème de l’objectivité en sciences sociales est à nouveau montré du doigt ; comment recueillir du matériau utilisable, « subjectivement vierge » pour une étude comme celle-ci ? La technique

de l'observation participante largement utilisée en anthropologie peut constituer une solution intéressante, à condition de trouver un équilibre de référence, c'est-à-dire de s'aménager des prises de recul et de suffisamment s'immerger dans la population étudiée pour récolter des données intéressantes.

C'est en ce sens que l'observation participante mérite une attention particulière. Elle s'inscrit dans un courant interactionniste où l'observation et les relations entre chercheur et population étudiée sont privilégiées. Cette méthode de travail aura accompagné ma recherche, dans la mesure du « faisable », avec les biais de langue et de culture.

Mais cette étude se rattache en priorité au courant de la sociologie compréhensive. En effet, comprendre les actions individuelles et les manières dont les acteurs les justifient s'est imposé comme étant un des objectifs premiers et comme une démarche adaptée à la problématique de l'étude. Il fallait entrer dans la sphère intime des individus enquêtés afin de comprendre leurs démarches et leur raisonnement vis-à-vis de la consommation de volailles dans ce contexte de crise. Max Weber pense que la sociologie ne peut pas toujours parvenir à l'explication des faits sociaux, dans le sens durkheimien. La sociologie travaille sur l'homme en société. L'homme est déterminé dans son comportement par beaucoup d'éléments. Les éléments objectifs n'agissent pas directement sur le comportement de l'individu, mais avec un filtre de subjectivité. Cette méthode justifie l'intérêt de la prise en compte des rationalités et justifications des acteurs, quant à leurs pratiques alimentaires et représentations du risque de grippe aviaire.

La première étape du travail bibliographique fut donc de rassembler, outre les ouvrages de sociologie, de sociologie de l'alimentation et de sociologie du risque, des données sur le Vietnam et particulièrement sur Hanoi (en termes de démographie, de normes et valeurs mais aussi de géopolitique et d'économie) afin de mieux comprendre le contexte dans lequel il fallait travailler. Par la suite, des données traitant des modèles alimentaires vietnamiens (Poulain, 1997) mais aussi concernant la place des volailles dans l'alimentation locale m'ont aidé à aborder le sujet d'étude avec un regard neuf et de la manière la plus neutre possible. C'est à ce niveau que la phase d'observation des marchés, principaux lieux de ventes et d'achat des volailles à Hanoi (VSF), est apparue comme essentielle, et le point de départ du travail de terrain.

2/ Les observations



L'originalité de l'interactionnisme est de considérer l'action réciproque des êtres humains et les signes qui la rendent visible comme le phénomène social majeur. Dans cette optique, des entités comme la société, les institutions, les classes sociales ou la conscience collective n'ont pas de réalité indépendante des interactions sociales.

J'ai d'abord développé des affinités avec le courant de l'interactionnisme parce qu'il perpétue une tradition de recherche ethnographique et privilégie l'observation participante. La relation directe entre le sociologue et les individus prévaut dans le but de cerner avec le plus de justesse possible et dans leur contexte effectif, les activités et relations des observés. L'approche ethnographique s'est donc révélée intéressante pour aborder et comprendre cette nouvelle culture et plus particulièrement au travers des marchés alimentaires. Il restait à comprendre comment observer intelligemment.

L'observation fut le fer de lance de l'Ecole de Chicago. En effet cette méthode empruntée à l'ethnologie permet d'accéder à l'objectivité des pratiques dans l'étude des différentes communautés aux Etats-Unis. Il faudra un certain temps pour que cette méthode se généralise dans la sociologie française plus partisane d'une méthodologie quantitative apportant scientificité et légitimité sur les recherches. Il serait réducteur d'affirmer qu'il n'existe qu'une méthode d'observation. Dans un même champ de la sociologie, chaque sociologue adapte ou crée une méthode en fonction de son objet sociologique étudié, mais aussi par rapport aux particularités du terrain où il opère. Ainsi, le sociologue peut mobiliser différentes méthodes de recueil de l'information lors d'une étude. L'observation ne peut se résumer à elle-même en tant que méthode, elle est fréquemment utilisée en complément de l'entretien. Cette méthode illustre bien « la non-neutralité épistémologique des outils de la recherche », elle nous donne accès à des informations à caractère qualitatif. Lorsque l'on observe un milieu social par exemple, on cherche à voir ses mises en scène, ses codes, son langage, ses signes de reconnaissance. Peneff (1997) définit l'observation comme le fait de chercher à savoir ce que les gens font effectivement et non pas ce qu'ils disent faire. C'est aussi que le social est toujours en train d'être produit dans les interactions. L'observation est la méthode qui nous permet de visualiser ces interactions et ainsi d'essayer de comprendre comment le social se construit. L'observation permet ainsi d'accéder à un premier niveau de connaissances, qu'il est possible et intéressant de confronter aux comportements et représentations des individus accessibles lors de la phase d'entretiens.

Cette phase d'observation s'est déroulée sur trois marchés alimentaires : le marché Hôm, marché de centre-ville fréquenté par une clientèle assez aisée (le quartier abrite une population assez riche qui fait ses courses alimentaires à proximité du lieu d'habitation, comme il est courant à Hanoi), le marché Mô, marché un peu excentré où la clientèle est plus pauvre, et le marché Long Bien, marché de gros de Hanoi où les individus habitant à proximité s'y rendent à titre personnel bien qu'il soit davantage fréquenté par des restaurateurs ou des commerçants.

Mais comment adopter une démarche interactionniste avec la barrière de la langue ? Peut-on saisir une interaction sans comprendre la langue ? La réponse n'est pas si évidente que ça. Car au-delà de la parole qu'il est donc impossible de saisir dans une conversation, d'autres éléments apparaissent au grand jour. Nous sommes privés d'un sens, mais l'esprit humain a cette capacité d'adaptation qui lui permet de prendre appui sur d'autres éléments. Et nous ne sommes pas devenus sourds ! La langue n'est pas le langage. Il est possible de comprendre certains éléments au travers des formes de communication. Même en fonction des biais culturels, il est possible de saisir des formes de domination par exemple dans une conversation observée. De plus, l'observation visuelle aide à une meilleure compréhension.

Mais sans parler la langue, le chercheur s'engage à un travail spartiate. Nous en arrivons au délicat problème de traduction. « Toute traduction est une trahison » (Paul-Lévy, in Poulain 1997). Mais elle est inévitable dans un tel contexte. Concernant les observations, il est évident qu'un occidental, même accompagné d'une interprète, ne passe pas inaperçu dans un petit marché de Hanoi. L'observation incognito est donc malheureusement impossible. Mais il est possible d'en jouer ; il faut se faire accepter des commerçants, gagner leur confiance. Le chercheur doit effectuer un travail de mise en scène de sa présence pour s'adapter à la

population qu'il étudie. Et ce n'est pas tellement différent qu'en France. Une précédente étude avait montré combien il était difficile de passer inaperçu auprès des commerçants d'un marché alimentaire français lorsque l'on fréquente quotidiennement un tel lieu, qu'on y prend des photos et que l'on discute avec les clients (Fournier, 2003). Se présenter directement auprès des commerçants peut éviter que le doute ne les envahissent, ce qui peut facilement compromettre la suite de l'étude. Ils sont au courant de l'enquête et c'est au chercheur de faire en sorte que les liens se tissent pour espérer une « coopération » sincère, notamment en vue de la phase d'entretiens.

Par ailleurs, quelques individus ont accepté que je les accompagne au marché, lors des courses alimentaires quotidiennes. Deux observations ont donc été réalisées au sujet des manières de choisir une volaille. Il s'agit ici de pratiques observées.

3/ Traitement statistique

Deux enquêtes statistiques ont été réalisées en 2004 sur la perception du risque que représentait la grippe aviaire à Hanoi à cette période :

- Enquêtes réalisées par des stagiaires du CIRAD et des étudiants de l'IJC (Institut du Journalisme et de la Communication) sur 40 foyers de Ba Dinh en avril 2004.
- Enquêtes CIRAD- IJC (Nguyen Minh Huong) auprès de 214 foyers de Hanoi en juillet 2004.

Il a donc fallu réaliser un traitement statistique de ces enquêtes avec le logiciel SPSS. Plusieurs incohérences sur la forme du questionnaire ou sur les modalités de réponse sont apparues. Mais le traitement, au travers la création de nouvelles classes de variables (âge, niveaux de revenus par exemple) et grâce aux tableaux croisés par la suite, a révélé des éléments très intéressants qui ont pu faciliter l'accès à la phase d'entretiens. Cela a également permis de mettre en avant certaines corrélations, notamment entre les variables d'âge, de revenus, de peur, de connaissances profanes et de sensation de maîtrise du risque. Ces « pistes » doivent être abordées par un travail qualitatif où, comme nous l'avons expliqué plus haut, la notion de confiance entre le chercheur et les enquêtés doit être présente. Ces avantages de la méthode qualitative permettent non seulement d'affiner ce type d'éléments mais aussi d'obtenir des informations plus fines et plus « personnelles ». C'est ainsi que l'on peut accéder à un matériau utilisable, fiable. Dans ce contexte, le questionnaire aura permis de « défricher » le terrain et d'orienter les démarches et la constitution des hypothèses concernant la phase qualitative.

4/ Les entretiens individuels

➤ 5 entretiens auprès de commerçantes de marchés alimentaires

- 3 commerçantes de volailles (vivantes, abattues, à la découpe)
- 1 commerçante d'œufs de cane, de poule, de caille, d'oie, d'œufs couvés et d'œufs « préparés »
- 1 commerçante de plats « prêt-à-manger » à base de volaille

➤ 7 entretiens auprès d'experts

- FAO
- Mission économique
- Président du Comité de Gestion du marché Hom
- Président de l'association des consommateurs du Vietnam

- Présidente du club des consommatrices du Vietnam
 - Vétérinaires Sans Frontières
 - Directeur de l'usine-nord Proconco (aliments pour volailles et élevage de poussins)
- **20 entretiens auprès de consommateurs de Hanoi**
- Des hommes et des femmes de 22 à 60 ans, de tous niveaux sociaux et ayant comme caractéristique commune de cuisiner tous les jours et de faire les courses

Entretien biographique ou compréhensif ?

Quelques éléments d'ordre méthodologique sont à préciser pour la réalisation des entretiens. D'abord, il est important de préciser que les entretiens se sont déroulés sous la forme de pratiques rapportées. On voit ici l'intérêt et la complémentarité de la phase d'observations, notamment des deux pratiques observées qui viennent étayer cette phase d'entretiens. Précisons que la technique de l'entretien devait se situer entre le récit de vie et l'entretien compréhensif. En effet, il s'agissait de rendre compte à la fois du côté personnel et historique de l'individu (que l'on retrouve dans le récit de vie ou l'entretien biographique) comme de l'expérience du sujet (présente dans l'entretien compréhensif).

- Le récit de vie

Le récit de vie demeure une technique difficile à appliquer, autant sur le fond que sur la forme. Si l'enquêteur demande explicitement un récit de vie, cela signifie qu'il s'intéresse à la personne elle-même en tant que telle, à la totalité de son expérience, y compris privée (Bertaux, 1997). En revanche, s'il mentionne, dans la consigne même, la catégorie sociale à laquelle elle appartient ou a appartenu (ce qui correspond de toute façon au précentrage, au "filtre" mis en place dès le premier contact), cela signifie que l'enquêteur s'intéresse à un phénomène collectif. On désamorce ainsi le caractère inquisitoire de l'entretien, tout en orientant l'esprit du sujet vers ce phénomène collectif dont il ou elle a une expérience directe. Techniquement, l'approche biographique consiste à travailler sur des données longitudinales qualitatives. On peut travailler sur des périodes d'une vie ou sur des générations. Cette approche permet d'abord de comprendre des mondes sociaux construits autour d'activités spécifiques qu'elles soient professionnelles ou autres (ex. : activités associatives, culturelles, sportives...). Elle permet aussi de comprendre des catégories de situation : des gens qui ont en commun une pratique (ex. : toxicomanes), un état (ex. : les pères divorcés). Cela permet de comprendre les trajectoires qui mènent à ce type de situation et leurs mécanismes.

Cette technique est particulièrement appropriée à cette étude, dans la mesure où l'intérêt est de saisir et comprendre la crise de la grippe aviaire selon chaque individu enquêté. C'est un récit de vie, le récit de vie d'un individu portant sur les trois années pendant lesquelles la grippe aviaire a sévit.

Il y a deux grandes difficultés dans l'analyse des récits de vie : d'abord la tentation de prendre l'individu comme un type social (dans quelle mesure la vie d'un individu peut-elle se résumer à une figure d'un phénomène social ?), ensuite c'est la question de l'hyper individuel, l'unique, le singulier : que doit-on en faire ?

- L'entretien compréhensif

S'inspirant de l'anthropologie, l'entretien compréhensif consiste à considérer les interviewés comme des informateurs et à découvrir leurs catégories de pensées, tant pour conduire les entretiens de façon efficace que pour produire des hypothèses. La compréhension intime de la manière dont la personne pense et agit est ainsi utilisée pour mettre en évidence des processus sociaux. Le but de l'entretien compréhensif est de briser une trop grande hiérarchie (présente dans certains entretiens et entraînant une soumission de l'enquêté). Le ton à trouver est beaucoup plus proche de celui de la conversation entre deux individus égaux. Attention, il ne faut tout de même pas oublier l'entretien et les rôles de chacun ; il s'agit de trouver un bon équilibre. Tout en étant très actif et en menant le jeu, l'enquêteur doit savoir rester modeste et discret ; c'est l'informateur qui est en vedette. Dans certains cas, il faut pousser les questions pour obtenir des réponses plus précises. Pour y parvenir il faut avoir recours à des relances et des dynamisations de la conversation (par exemple des rires). Jean Claude Kaufmann (1996) préconise l'emploi de la méthode empathique qui consiste à intégrer le système de valeurs d'un individu et y adhérer pour le faire parler. L'enquêteur s'engage activement dans les questions, pour provoquer l'engagement de l'enquêté.

Cette technique est également primordiale pour l'étude ; il est nécessaire de construire une relation de confiance et de sincérité à travers l'entretien, le but étant de comprendre non seulement les représentations et justifications de l'individu quand au phénomène de grippe aviaire, mais également de connaître son niveau d'information sur le sujet et le niveau de crédibilité qu'il porte à ses informations, et par là même au gouvernement vietnamien.

Il a donc fallu réaliser des entretiens se situant entre les récits de vie et les entretiens compréhensifs, de manière à saisir à la fois les expériences passées et les représentations de l'individu, mais également les manières dont « ils objectivent leur subjectivité » (Berger et Luckmann, 1986), c'est-à-dire les manières dont ils rendent disponibles les informations concernant une partie de leur vie, ici les périodes de grippe aviaire.

Les premiers entretiens ont été réalisés auprès de quelques commerçants des marchés observés. Le but était de « prendre la température », car la grippe aviaire, officiellement, était quasiment terminée. Les cinq entretiens réalisés auprès des commerçants sont donc davantage des entretiens exploratoires, non-directifs. Ils ont la valeur de récit de vie, car le but était de dresser une « biographie » des crises de grippe aviaire du point de vue de ces commerçants.

Les entretiens d'experts ont été réalisés avant ceux avec les consommateurs car il était d'abord nécessaire de saisir leur définition du risque que la grippe aviaire représente. Rappelons que la sociologie du risque montre qu'experts et profanes n'ont pas la même définition d'un risque, et que ce décalage entraîne des incompréhensions et dévalorisations d'un groupe envers l'autre. Les entretiens avec les experts m'ont également permis d'accéder aux connaissances scientifiques sur le domaine de la grippe aviaire, éléments primordiaux pour l'étude. En effet, afin d'optimiser les entretiens semi-directifs avec les consommateurs, il fallait pouvoir vérifier leur niveau de connaissances sur le sujet. Ces données étaient donc nécessaires, non seulement pour une meilleure compréhension de l'épizootie, mais également pour pouvoir « piéger » les consommateurs à travers des questions sur leurs connaissances et ainsi saisir les éventuels recours à la pensée magique (Rozin, 1994 et Fischler, 1990) et autres systèmes de rationalités.

Les individus ont été « recrutés » selon deux manières :

- Une recherche déléguée : Nguyen Duc Hoan, assistant de recherche à l'Institut de Sociologie du Vietnam, m'a aidé à trouver des contacts ayant des caractéristiques

précises (niveau de revenus, âge, mais aussi arrêt ou non de la consommation de volailles pendant la crise).

- Une recherche plus autonome : suite à chaque entretien, je demandais à « l'interviewé » s'il connaissait une personne ayant certaines caractéristiques, parfois même des amis à lui (s'il parlait d'influences entre amis sur la consommation par exemple) afin de vérifier si ces influences fonctionnaient sur le mode des « réseaux sociaux » par exemple.

S'ajoutent également les entretiens réalisés avec les trois interprètes avec lesquelles j'ai travaillé au cours de cette étude. Il y a plusieurs raisons à cela. Premièrement, les trois interprètes sont des jeunes femmes qui commencent à cuisiner, il était donc intéressant de discuter avec elles de leurs comportements alimentaires, de leurs perceptions et de leurs représentations de la grippe aviaire. Cela nécessitait évidemment d'organiser ces entretiens dès notre première rencontre, avant tout autre entretien où elles auraient travaillé comme interprètes et auraient ainsi pu anticiper mes questions. Le caractère spontané tant convoité n'aurait pas été au rendez-vous. D'autre part, cette démarche s'inscrit également dans un souci de recherche d'objectivité lors du travail de terrain. Au problème de traduction, il faut éviter d'ajouter des problèmes de compréhension entre le chercheur et l'interprète. Cet exercice a donc permis de régler les problèmes de traduction, mais aussi de compréhension entre deux cultures différentes, tant sur la forme que sur le fond de l'enquête. De plus, cet exercice a permis aux interprètes de comprendre le but de l'enquête et l'intérêt d'une traduction exacte, fidèle.

5/ Les focus groups

Suite aux entretiens, certaines hypothèses, déjà émises grâce au traitement statistique et approfondies lors de ce travail qualitatif, se sont révélées intéressantes à développer et à affiner. C'est la raison pour laquelle il m'a paru judicieux d'organiser des focus groups.

Mais comment faire ? Était-il plus pertinent de rassembler des individus présentant des caractéristiques communes afin de saisir d'éventuels décalages dans les rationalités mobilisées, ou valait-il mieux confronter des individus « différents » dans le but de discuter un sujet et ainsi de faire émerger du sens à un niveau supérieur ?

La première solution est apparue comme étant la plus propice à l'organisation du travail. En effet, il est difficile d'organiser et surtout d'animer un débat entre des personnes par le biais de la traduction. Comprendre les opinions et justifications de chacun assez rapidement pour pouvoir réinjecter des éléments dans le débat n'est pas chose aisée. C'est pour cette raison que des focus group, rassemblant des individus partageant des caractéristiques semblables est apparue comme plus « faisable » et surtout plus « utilisable » pour l'analyse et la constitution des résultats.

Nous avons donc réalisé 5 focus group rassemblant :

- 7 individus ayant arrêté de consommer de la volaille pendant la grippe aviaire
- 7 individus ayant continué à consommer de la volaille pendant la grippe aviaire
- 7 individus riches (niveau de richesse déterminé selon des catégories socioprofessionnelles)
- 7 individus pauvres (habitants d'un quartier défavorisé : Quynh Mai)
- 3 jeunes et 3 personnes âgées

Les trois premiers focus groups ont été réalisés avec l'aide de la présidente du club des consommatrices du Vietnam. C'est elle qui a recruté les individus selon les caractéristiques souhaitées et a accueilli les groupes de discussion chez elle.

Le focus group rassemblant des individus pauvres a dû se dérouler au CIRAD car une « réunion » dans le quartier de résidence de ces personnes nécessitait une autorisation gouvernementale qui aurait pris du temps et aurait donc ralenti l'étude.

Le dernier focus group, rassemblant des individus jeunes et âgés s'est déroulé dans un quartier excentré. Nous avons recruté ces personnes dans le voisinage d'une des interprètes.

Lors de la phase de recrutement, nous avons évité de parler de la grippe aviaire afin d'éviter toute réflexion antérieure au focus group, de manière à conserver le caractère spontané de la discussion. Les individus pensaient ainsi participer à un groupe de discussion portant sur les risques alimentaires. Cette technique n'a pu avoir lieu pour les deux premiers groupes, l'arrêt ou non de la consommation de volaille lors de la crise étant la caractéristique principale pour le recrutement. Ceci a également permis de comparer le risque que représente la grippe aviaire à d'autres risques liés à la consommation de viande, éléments discutés au début de chaque focus⁴. Pour ce faire, nous avons utilisé une technique notamment employée par Peretti-Watel lors des études sur la perception des risques, à savoir le classement du risque de grippe aviaire en termes de fréquence, de gravité (considérées pour la population du Vietnam) puis de crainte (afin d'observer les éventuels décalages entre la perception d'un risque « général » extérieur à la sphère du foyer et d'un risque « proche », à un niveau plus intime).

Il aurait été intéressant de confronter des individus pauvres et des individus riches dans un même focus group ; pourtant, une discussion entre eux aurait pu mettre au jour des rapports de domination, éléments intéressants à analyser mais n'ayant pas sa place dans le cadre de cette étude. C'est pourquoi ces deux populations ont été séparées lors du travail de terrain. Pour les individus ayant arrêté ou continué à consommer de la volaille pendant la crise, il est apparu intéressant de les séparer également car diverses rationalités et justifications animent ces individus partageant la même caractéristique de comportement alimentaire. Les mélanger aurait été intéressant, mais irréalisable pour les raisons de traduction. Les isoler a permis de comprendre les différentes représentations d'individus présentant pourtant une attitude de consommation similaire. Le dernier focus group a rassemblé des personnes jeunes et des personnes âgées. La confrontation était moins risquée qu'entre riches et pauvres et a révélé des oppositions significatives.

Deux techniques étaient donc possibles pour l'organisation des focus groups : tenter de comprendre le processus de construction mentale d'individus présentant des caractéristiques communes, ou de mélanger des individus « sélectionnés pour leurs différences » et d'analyser les éventuels affrontements d'opinions et diverses justifications. La première est apparue plus judicieuse car permettant de capter plus de sens. Cela a permis de comprendre comment fonctionnait un groupe pour ensuite le comparer à d'autres groupes, et ainsi vérifier les hypothèses de départ.

Ces 5 focus group ont nécessité le travail des deux interprètes. En effet, l'une était chargée de traduire les conversations entre les interviewés et entre les interviewés et moi-même. L'autre prenait des notes sur les discussions parfois en parallèle de la conversation commune. Les focus ont tous été par ailleurs enregistrés sur cassette, ce qui a permis de les transcrire puis de les traduire en français.

⁴ cf Annexe 10, « guide focus groups » p166

Conclusion de la première partie

Cette première partie nous a d'abord permis d'exposer le cadre institutionnel de l'étude. Après avoir retracé l'historique de la grippe aviaire en prenant en compte les experts mobilisés et la communication opérée sur le phénomène, nous nous sommes penchés sur les travaux des sociologies de l'alimentation, de la sociologie du risque et de l'économie des conventions. Cette recherche nous a permis de mieux cibler la problématique, de nous appuyer sur des études déjà réalisées sur la perception des risques sanitaires et d'en isoler des concepts que nous utiliserons par la suite. Une fois cette problématique mise en place, nous avons commenté la méthodologie suivie lors de cette étude à travers les outils de collecte des données mobilisés. Regardons ensemble maintenant les résultats de l'enquête, outil par outil.

DEUXIÈME PARTIE

EXPOSITION DES RÉSULTATS PAR OUTILS

I. Le travail d'observations

1/ Le marché Hom

Nous allons illustrer le cheminement d'une volaille de l'arrivée au marché jusqu'à l'achat. Prenons l'exemple du marché Hom, un marché de centre-ville, de première catégorie⁵ qui est régi par un comité de gestion, qui a depuis début janvier 2005 un abattoir fermé dédié aux volailles et qui est soumis à des contrôles vétérinaires quotidiens. Les commerçantes n'ont plus à abattre les volailles, ce sont des personnes employées à cette tâche qui en sont désormais chargées. Ici les stands de volailles et derrière l'abattoir avec lequel les commerçantes peuvent communiquer au travers des fenêtres.



A droite de l'abattoir sont réunies les cages accueillant les volailles. Elles sont stockées ici jusqu'à leur abattage. C'est également à cet endroit que sont réalisés les contrôles vétérinaires quotidiens, comme le prouve cette étiquette.



Voici l'abattoir du marché Hom, tout en longueur avec, de chaque côté de l'allée centrale, de petits compartiments avec une tâche par compartiment.

L'atelier « abattage » où travaillent trois garçons assez jeunes. Ils abattent des volailles toute la journée.



⁵ cf Annexe 3 « Réglementations » p121



Un atelier plumage qui s'effectue dans un cylindre en acier. Les plumes sont récupérées dans ces bassines et la volaille est rincée.



La volaille est ensuite vidée. Les abats sont conservés et vendus avec le sang. Un fois abattues et vidées, les volailles sont redirigées vers les stands.



La volaille est alors vendue directement au client qui l'avait choisie vivante, ou exposée sur les stands. Dans ce cas, les pieds et la tête sont le plus souvent découpés car vendus à part ou en plus de la volaille.

Pour les poulets industriels, la commerçante peut vendre la volaille entière ou à la découpe.



2/ Résultats des observations

Intéressons nous premièrement aux conditions d'hygiène dans les abattoirs et marchés. Aucune des précautions signalées dans les réglementations des marchés et dans les recommandations officielles n'est prise sur les trois marchés observés. Concernant les abattoirs, on remarque que les volailles sont entassées dans des cages disposées à même le sol, dans le sang, la poussière et les plumes des volailles abattues. Les « abatteurs » ne portent pas de gants ni de masque. Ils travaillent à même le sol (pour abattre, vider et nettoyer les volailles) dans des conditions d'hygiène n'assurant pas une sécurité vis-à-vis de la grippe aviaire. Les commerçantes ne portent pas de gants non plus et ne déclarent pas se laver les mains régulièrement durant leur travail.

Concernant les stands de volailles, on remarque qu'il y a des invendus. Certaines volailles déjà abattues et préparées sont donc conservées jusqu'au lendemain, comme le prouve ce congélateur improvisé :



II. Le traitement statistique

Deux enquêtes statistiques ont été réalisées en 2004 sur la perception du risque de grippe aviaire chez les consommateurs de Hanoi à cette période :

- Enquête réalisée par des stagiaires du CIRAD et des étudiants de l'IJC (Institut du Journalisme et de la Communication) sur 40 foyers de Ba Dinh en avril 2004.
- Enquête CIRAD- IJC (Nguyen Minh Huong) auprès de 214 foyers de Hanoi en juillet 2004.

Nous prendrons ici en compte principalement l'étude réalisée sur 214 foyers de Hanoi, la première ayant un échantillon trop faible⁶. Cette étude n'avait pas encore été traitée. Elle a l'avantage d'avoir été réalisée un an avant la présente étude ce qui nous permet d'observer s'il y a eu des évolutions.

L'étude quantitative de Juillet 2004, CIRAD/IJC

1/ L'échantillon

L'échantillon se compose de 90 % de femmes.

8 % ont moins de 29 ans, 79 % ont entre 30 et 59 ans et 13 % plus de 60 ans.

60 % des individus interrogés ont un niveau d'étude « supérieur » (ayant continué les études après le collège, ce qui marque la fin d'instruction obligatoire).

Nouvelles variables :

- De classes de revenus (avec 1 Euro = 20 000 VND) :

- Les plus pauvres : - de 2 000 000 VND par mois et par foyer, représentent 30% de l'échantillon.
- Les « couches moyennes » : de 2 000 001 VND à 10 000 000 VND, représentent 61% de l'échantillon.
- Les plus riches : + de 10 000 001 VND, représentent 9% de l'échantillon.

⁶ cf Annexe 8, « Traitement statistique » p159

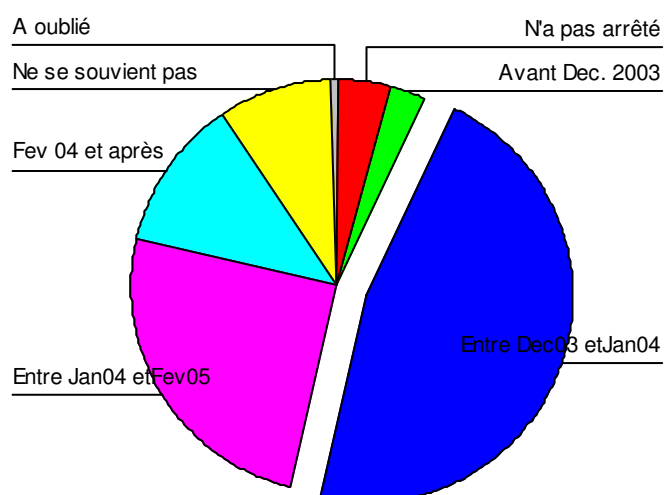
- De classes d'âge :

		Fréquence	Pour cent	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	-29 ans	18	8,4	8,4	8,4
	30-34	28	13,1	13,1	21,5
	35-39	29	13,6	13,6	35,0
	40-44	37	17,3	17,3	52,3
	45-49	34	15,9	15,9	68,2
	50-54	16	7,5	7,5	75,7
	55-59	24	11,2	11,2	86,9
	+60 ans	28	13,1	13,1	100,0
	Total	214	100,0	100,0	

2/ Consommation

- 94% des individus ont stoppé ou ont réduit leur consommation de volaille depuis la première crise.
- 46 % des personnes ayant arrêté de manger de la volaille l'ont fait entre mi-décembre 2003 et début janvier 2004.
- 74 % des personnes ayant arrêté de manger de la volaille l'ont fait avant février 2004.
- 45 % des personnes ayant arrêté de manger des œufs de volailles l'ont fait avant janvier 2004.

Date d'arrêt de la consommation de volailles à Hanoi



Il semble que ce soit les plus riches qui aient arrêté de consommer de la volaille le plus tôt. (74% entre Janvier 2004 et Février 2004 contre 27% des plus pauvres pour la même période).

Ils seraient ainsi plus rapidement réactifs aux recommandations officielles (survenues fin décembre 2003), ou bien ont-ils d'autres sources d'informations.

- 90 % des personnes ayant arrêté de manger de la volaille sous toutes ses formes l'ont fait car elles avaient peur de la grippe aviaire.
- 74 % des personnes ayant arrêté de manger de la volaille sous toutes ses formes l'ont fait en fonction des recommandations du gouvernement.
- Presque toutes les personnes ayant arrêté de manger de la volaille sous toutes ses formes se sont tournées vers d'autres aliments : porc, tofu, poissons et fruits de mer puis bœuf. Les données ne sont pas réellement traitables puisque plusieurs réponses sont données par variables.
- 42 % des personnes prévoient de conserver cette stratégie de remplacement une fois la crise terminée, 38 % ne l'envisagent pas et 19 % ne savent pas.
Accoutumance à d'autres produits ? Nouvelles habitudes d'achat, de préparation, de consommation ? Ou la confiance ne sera-t-elle pas au rendez-vous ?

3/ Inquiétude

- 59 % se sentent très inquiets quant à la grippe aviaire et 26% plutôt inquiets.
- Seulement 20 % se sentent très inquiets quant à l'éventuel retour de la grippe et 23% pas inquiets du tout. La deuxième crise sévit pourtant à l'époque de l'étude.
- 64 % des plus pauvres ont déclaré être très inquiets par rapport à la grippe aviaire contre 47 % des plus riches.
- 42 % des plus riches ne sont pas du tout inquiets quant à la probabilité du retour de la grippe aviaire, contre seulement 23 % des plus pauvres.
Cela fait-il référence à *l'optimisme des riches contre le fatalisme des pauvres* de Peretti-Watel (2000) ?
- L'inquiétude face à la crise baisse quand le niveau d'instruction augmente.

4/ Communication et connaissances profanes

- 81 % des individus font *absolument* confiance aux informations qu'ils ont reçues.
- 78 % pensent que les recommandations du gouvernement pour se protéger de la grippe aviaire sont *absolument* appropriées.
- La moitié de l'échantillon a entendu parler de la grippe aviaire en décembre 2003. 83 % en ont entendu parler par la télévision. Ils ont suivi les événements de la crise premièrement par la télévision, puis par les journaux et enfin par les messages diffusés par mégaphones.
- 30 % de la population pensait, à l'époque de l'étude (juillet 2004), qu'il n'y avait plus de volailles contaminées au Vietnam.

Présence de volailles infectées au Vietnam aujourd'hui

		Fréquence	Pour cent	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	121	56,5	56,5	56,5
	Non	63	29,4	29,4	86,0
	Ne sait pas	30	14,0	14,0	100,0
	Total	214	100,0	100,0	

Globalement, les interviewés pensent que tous les acteurs de la filière avicole ont pris les mesures nécessaires. En tête de liste le gouvernement, les organisations internationales et les consommateurs, en fin de liste les commerçants.

La majorité des interviewés a d'assez bonnes connaissances sur la grippe aviaire (modes de transmission, nombre de personnes touchées...), mais auxquelles se mêlent des « savoirs profanes ». Par exemple beaucoup d'entre eux se sentent complètement aptes pour distinguer une volaille infectée d'une volaille saine (alors qu'une volaille porteuse saine peut même passer inaperçue lors des contrôles, le seul moyen de les détecter étant la prise de sang). Comment ces savoirs se sont-ils construits ? Ces savoirs pourraient avoir pour source une déformation des messages officiels qui pourrait être volontaire et/ou consciente (ne pas tenir compte de ces informations ou ne pas y croire) ou involontaire et/ou inconsciente (par le biais de discussions et d'influences avec d'autres individus par exemple). Cela pourrait également provenir d'une mauvaise information à la base, comme pour le Têt 2005 où le Comité de Vétérinaires de Hanoi a annoncé une grande accalmie dans la contamination des provinces alors que cette contamination était en pleine progression (source OMS). Les consommateurs ont-ils conscience des enjeux qui sous-tendent la crise ?

5/ Maîtrise et sensation de maîtrise du risque

- 42 % des plus pauvres pensent pouvoir *absolument* se protéger eux-mêmes de la grippe aviaire contre 26 % des plus riches.
- 68 % des plus de 60 ans pensent pouvoir *absolument* se protéger eux-mêmes de la grippe aviaire, contre seulement 33 % des moins de 29 ans.
Les plus jeunes ont-ils tendance à déléguer davantage que leurs parents et grands-parents ?

Capacité à pouvoir détecter une volaille contaminée

- 48 % des plus pauvres se sentent capables de reconnaître une volaille vivante contaminée contre seulement 10 % des plus riches.
- 24,5 % de la population totale ne s'en sentent pas capables, 33% n'en sont pas sûrs et 42,5% s'en sentent capables.
- 62 % des plus pauvres ne se sentent pas capables de reconnaître une volaille abattue (et préparée ?) contaminée.
- 55,5 % de la population totale ne s'en sent pas capable, 26% n'en sont pas sûrs et 17,5% s'en sentent capables.

6/ Les apports de l'étude quantitative pour le travail qualitatif

Le travail quantitatif nous apporte des informations intéressantes, objectives sur le phénomène de grippe aviaire perçu par les consommateurs. Pourtant, des limites de l'outil lui-même apparaissent, notamment sur les manières d'aborder, de saisir et de comprendre les représentations des individus à l'égard du risque. En effet, le travail statistique manque de finesse pour comprendre ce système de représentations. C'est davantage une analyse du discours des individus qui peut en apporter une meilleure compréhension. L'approche en termes de manières de se protéger ou des signes de qualité perçus requiert une certaine confiance et une analyse plus poussée. L'individu ne met à disposition son système de pensée qu'en présence d'un individu dont il a confiance. Comment se livrer à un questionnaire qui plus est empêche l'individu de justifier ses actes et restreint ses comportements à quelques modalités de réponse. De plus, le rôle de l'enquêteur est également d'intégrer le système de valeurs de l'individu (Kaufmann, 1996) pour comprendre les attitudes, les représentations et les choix qui s'offrent à lui, ce qui permet par ailleurs de juger du niveau de conscience de l'individu vis-à-vis de son raisonnement. Comment capter les justifications des individus au travers d'un questionnaire ? Elle sont pourtant essentielles à la compréhension d'un phénomène comme la grippe aviaire puisqu'elles peuvent, par exemple, révéler des décalages entre les normes et les pratiques.

Le travail quantitatif et le traitement statistique qui l'accompagnent ont pourtant été, comme nous l'avons vu, porteurs de sens. Ils permettent de « défricher » ce terrain épineux, complexe et orientent le travail qualitatif. En effet, ils pointent des axes de lecture qu'il s'agira d'approfondir par le biais des entretiens. Le traitement statistique montre par ailleurs de lui-même ses limites. Certains éléments ne sont pas accessibles par les statistiques et doivent être saisis par le travail qualitatif. Certaines sont ainsi restées floues ; et ceci oriente les entretiens puisque nous nous attacherons à éclaircir ces zones floues. Le questionnaire ne permet pas par exemple de saisir les rapports de confiance qu'entretiennent les consommateurs vis-à-vis du gouvernement. On remarque pourtant qu'une grande majorité de la population a arrêté de consommer de la volaille les premiers mois de la crise alors que les autorités, dès le mois de février 2004⁷, ont proposé une série de recommandations permettant de reconsommer de volaille. Il faut comprendre comment fonctionnent les représentations à l'égard du gouvernement car la perception d'un risque est en partie liée au niveau de crédibilité que l'on accorde aux informations reçues ; au Vietnam, rappelons qu'une grande majorité des médias sont étatiques. Les consommateurs ont-ils eu la sensation de suivre ces recommandations ou ont-ils développé des stratégies propres ?

De même, nous chercherons à creuser cette modalité de « l'influence mutuelle des acteurs » qui a pu être mal comprise dans le questionnaire. Nous cherchons en effet à savoir si les individus, en discutant, en faisant courir des rumeurs... ont produit de l'information qui aurait suscité des évolutions dans les pratiques et des écarts face aux recommandations officielles. En résumant ce processus en une question fermée dans le questionnaire, il est extrêmement difficile de saisir le sens que les individus accordent à ceci.

Enfin, le questionnaire pointe des décalages entre différents groupes sociaux, notamment sur des critères de richesse et d'âge. Le travail qualitatif nous permettra de tester certaines des corrélations explicitées auparavant, notamment au travers des focus groups.

Le traitement statistique est donc une base essentielle à cette étude puisqu'il apporte des données chiffrées concernant les attitudes des consommateurs de Hanoi vis-à-vis de la grippe

⁷ cf Annexe 5 « Recommandations » p139

aviaire. Il permet également de « défricher » le travail de terrain et oriente ainsi le travail qualitatif qui pourra s'appuyer sur ces données dans le but d'affiner les recherches, de tester les résultats de l'analyse statistique et d'éclairer les zones floues que ce premier travail a mis en avant.

Résumé du traitement de l'étude quantitative de Juillet 2004

- **94% des individus ont stoppé ou ont réduit leur consommation de volaille depuis la première crise.**
- **Une très grande confiance aux informations reçues.**
- **Un avis très positif sur les recommandations proposées par le gouvernement.**
- **60% de la population qui se sentent inquiets par rapport à la crise.**
- **90% des individus qui ont arrêté de consommer de la volaille l'ont fait par peur de la grippe aviaire.**
- **Oppositions pauvres/riches :**
 - Les plus pauvres pensent davantage pouvoir se protéger de la grippe aviaire que les plus riches.
 - Les plus pauvres se sentent davantage capables de reconnaître une volaille vivante contaminée que les plus riches.
 - Les plus pauvres sont plus inquiets par rapport au phénomène grippe aviaire que les plus riches.
 - Les plus pauvres sont plus inquiets que les plus riches quant à un éventuel retour de la grippe aviaire.
- **Oppositions jeunes/vieux**
 - Les plus vieux pensent davantage pouvoir se protéger de la grippe aviaire que les plus jeunes.

III. Les entretiens individuels

Suite à l'analyse des entretiens réalisés, des thèmes récurrents se sont dégagés et ont pu ainsi révéler des informations, des oppositions et faire émerger du sens.

1/ Rapport à l'information

Les individus interviewés ont entendu parler de la grippe aviaire pour la première fois à la fin de l'année 2003. Ils ont appris le phénomène par divers médias, mais la télévision arrive en tête. C'est également ce médium dans lequel la population semble faire le plus confiance.

« C'est la télévision qui m'inspire le plus confiance car ce sont des reportages avec des images et il est donc plus difficile de montrer des choses fausses. » (Tham, le 29 juin 2005).

Nous avons fait l'hypothèse que la population avait appris « des choses » sur le gouvernement à travers ses modes de gestion de la crise de grippe aviaire. Ainsi avait-il déclaré officiellement et à plusieurs reprises s'être débarrassé du fléau, mais la grippe avait alors augmenté dans tout le pays, plaçant le gouvernement en situation inconfortable aux yeux de la population. Cette prise de recul sur la politique intérieure ne fait pas l'unanimité auprès des individus interviewés mais il semble qu'une montée d'interrogations sur la gestion de la crise s'amorce.

« Je pense que le gouvernement, via les médias, a caché des informations à la population. A la première crise par exemple, pour que les SEA Games se déroulent sans encombre, le gouvernement a caché que la grippe aviaire sévissait dans le pays. Il y a sûrement d'autres éléments cachés mais je ne les connais pas puisqu'ils sont cachés. Je me doute que le gouvernement a pu mentir sur les chiffres des décès, en déclarer moins pour rassurer la population et montrer qu'il gérait bien la crise. Je pense qu'il y a en réalité plus de morts que ce qu'il a annoncé officiellement ». (Tuân, le 06 Juillet 2005).

« Les médias, dans l'ensemble, ont caché quelques informations, ou plutôt ce sont les autorités des villes qui ont fait cacher des informations aux médias.

Pourquoi penses-tu ça ?

Pourquoi ? Pour assurer l'intérêt du gouvernement, des services vétérinaires, ou des hôpitaux en déclarant que les vétérinaires travaillent bien et que le gouvernement aide financièrement les services médicaux par exemple. » (Hoan, le 30 juin 2005).

D'autre part, l'homme est petit à petit mis en « accusation » par la population qui a pu découvrir, avec les informations, des éléments qu'elle ne connaissait pas, notamment au sujet de l'élevage des volailles et des méthodes de gestion du gouvernement.

« La confiance envers le gouvernement aurait baissé de 20% pour la population, et tout ça à cause des informations. » (Thoa, le 28 juin 2005).

« La grippe aviaire est un risque naturel et artificiel, car c'est l'homme qui détruit l'environnement et qui fait se multiplier des maladies comme ça. Dans la nature, cette maladie n'existe pas. » (Hoan, le 30 juin 2005).

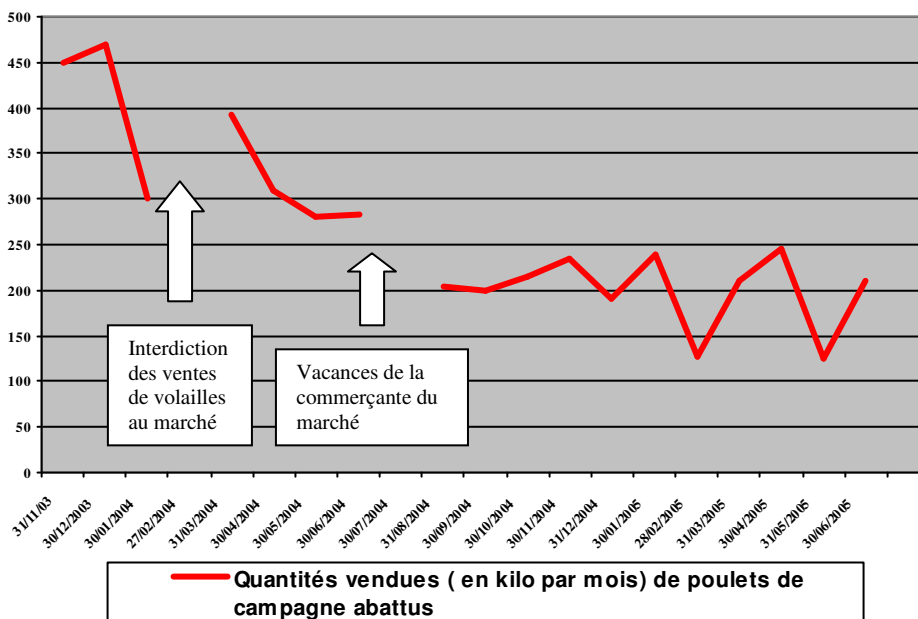
2/ Consommation

La majorité des individus interviewés consomme aujourd'hui de la volaille et affirme que la majorité de la population a recommencé à manger de la volaille. Seuls quelques uns n'ont pas repris leur consommation d'avant-crise mais espèrent pouvoir bientôt en remanger. Ils sont optimistes quant à la reprise généralisée de la consommation de volailles.

« Je pense aujourd'hui que la consommation de volailles est enfin revenue à la normale. » (Madame Chich, le 17 Juin 2005).

Pourtant, la consommation ne serait pas réellement revenue aujourd'hui à la normale. L'offre est moindre, car comme nous l'avons vu plus haut, une grande partie du cheptel de volailles a été décimée au Vietnam. Mais ce serait davantage la demande qui ne serait pas au rendez-vous et impliquerait cette plus faible consommation. En effet, les commerçants des marchés ont désormais des invendus quotidiens, alors que ce phénomène était inexistant auparavant, d'autant plus, rappelons le, que l'offre ne serait pas revenue à la normale. Regardons ce schéma indiquant l'évolution des quantités de poulets de campagne vendues à un restaurant du centre-ville de Hanoi.

Evolution des quantités vendues de poulets de campagne abattus, du marché Hom à un restaurant du centre-ville de Hanoi



On remarque que ce restaurant est passé d'une commande mensuelle de 450 kg de poulets de campagne abattus à une commande mensuelle avoisinant aujourd'hui les 200 kg. La quantité de poulets achetés a baissé de moitié, ce qui confirmerait les éléments apportés lors des entretiens individuels.

3/ Les peurs

3.1. Volailles et parties de volailles devant le risque

Tous les individus ont cité le poulet comme étant la volaille la plus à risque. Cette explication tiendrait du fait que les volailles les plus touchées sont les poulets, les individus pensent donc que les plus touchés sont les plus faibles et donc les plus à risque. D'autre part, les volailles d'eau seraient davantage protégées par l'eau contre le virus. Mais nous avons vu qu'il existe plusieurs « types » de poulet. Existe-t-il une différence ? Oui, le poulet industriel est bien plus à risque que le poulet de campagne, et les justifications à ce sujet sont multiples.

« Avant, quand il n'y avait que des poulets de campagne, il n'y avait jamais de maladies comme ça. » (Madame Tin, le 30 Juin 2005).

Le premier élément serait les conditions d'élevage ; en batteries, la maladie a plus de chances de se propager. Ensuite vient la nourriture ; une mauvaise nourriture (faisant référence à celle utilisée pour les élevages en batteries) ne permet pas de lutter contre un virus et affaiblit l'animal. De plus, la nourriture industrielle serait un facteur de propagation du virus car elle serait élaborée à partir d'éléments pouvant être contaminés (référence à des farines issues d'os de volailles broyés).

Les organes des volailles seraient les parties les plus à risque. Le foie est par ailleurs montré du doigt car il serait le lieu de concentration de toutes les maladies d'un animal. Le sang est de même cité comme élément dangereux. Les individus déclarent ne plus en consommer même s'il est toujours possible d'en acheter au marché.

3.2. L'influence des proches

3.2.1. Responsabilités devant le risque

Les parents déclarent avoir évité de consommer de la volaille notamment à cause de leurs enfants. Ces derniers, comme les personnes âgées, sont considérées comme des consommateurs à risque. La notion de responsabilité surgit ; la peur pour ses proches est donc au rendez-vous. Ils ont peur de prendre un risque pour leurs proches. Rappelons que la majorité des individus rencontrés sont des mères de famille qui ont la responsabilité et la gestion alimentaire du foyer. En décidant de prendre un risque, elles le font courir à toute la famille. La peur pour ses proches a donc eu une influence sur la consommation de volaille et des représentations qui l'accompagnent.

3.2.2. Les influences mutuelles

D'autre part, il est important de signaler que les relations qu'ont entretenues et qu'entretiennent encore les individus entre eux ont joué un rôle dans l'appréhension du risque de grippe aviaire. En effet, tous déclarent en parler avec les proches et certains expliquent comment leur peur et/ou leur consommation a évolué grâce ou parfois à cause d'eux. Dans la première partie de la crise, les individus qui continuaient à manger de la volaille semblent avoir été rappelés à l'ordre par leurs proches, ces derniers mettant en avant le caractère dangereux et risqué d'un tel comportement. Si certains ont saisi cette « réprimande » et l'ont transformée en opportunité (valorisation sociale de la prise de risque), la majorité a accepté le « raisonnement » et la consommation et/ou l'appréhension à l'égard du phénomène a évolué. Plus récemment, les influences entre acteurs se sont inversées ; les individus déclarent rassurer leurs proches qui n'ont pas recommencé à consommer de la volaille et à les encourager à en manger à nouveau.

« J'essaie de faire arrêter mes amis qui ont continué. Et j'ai réussi avec certaines personnes qui avaient continué, je leur ai parlé des risques et leur ai dit que c'était trop bête de mourir en mangeant du poulet, qu'il était si facile d'éviter ce risque en arrêtant d'en manger. » (Madame Tin, 30 Juin 2005).

3.3. Préparation et consommation

Les consommateurs ont plus peur de préparer une volaille que de la consommer.

L'achat et la préparation sont donc les phases délicates. En effet, la consommation n'effraie plus tellement car les recommandations semblent être passées en matière de cuisson de la viande. Chacun sait que le virus meurt à haute température. Peu s'accordent sur le degré d'inoculation du virus (70°C), allant de 60°C à 100°C. Mais les consommateurs ne placent pas de thermomètre dans leur marmite, ils font cuire la volaille longtemps, font bouillir l'eau dans laquelle elle cuit et ne mange plus, pour la plupart, de viande de volaille rosée. Ils considèrent ainsi que le risque d'attraper le virus par la consommation est extrêmement limité et surtout maîtrisable.

Mais qu'en est-il du toucher de l'animal ? Peu d'informations circulent à ce sujet. Les consommateurs savent que le virus peut être transmis par voies respiratoires, notamment en présence de volailles vivantes contaminées via les plumes, ou par contact avec les déjections des volailles. Mais qu'en est-il du contact avec un animal mort et plumé par exemple ?

Très peu mettent des gants lors de la préparation et évitent à tout prix de toucher la volaille. D'autres comptent sur l'abondance de l'eau lors de l'abattage et du nettoyage au marché. Mais on observe dans l'ensemble un manque d'informations à ce sujet.

3.4. Une peur qui décroît

Les consommateurs ont moins peur qu'au début de la crise. Tous les individus interviewés sans exception, même ceux ayant arrêté de consommer de la volaille depuis début 2004, déclarent avoir de moins en moins peur de la grippe aviaire. Certains ont directement été rassurés par les autorités et les recommandations, d'autres se sont habitués au phénomène, d'autres enfin prévoient reconsommer très prochainement de la volaille.

Précisons que pour la plupart la crise est finie et ce sentiment d'avoir moins peur est saisi dans un contexte « d'accalmie ». Mais les consommateurs semblent s'être habitués à cohabiter avec la grippe aviaire.

3.5. Peur ou danger ?

A la fin de chaque entretien, les individus devaient citer deux adjectifs définissant la grippe aviaire selon leur point de vue. Ils avaient ainsi le choix d'exprimer leurs sentiments face à la crise. Citer deux adjectifs permet d'exprimer des contradictions, des oppositions dans la perception du risque, de tout simplement relativiser la situation ou au contraire d'exprimer doublement ses craintes et/ou mécontentements.

Une très grande majorité a d'abord cité le terme « dangereux ». Une moitié de l'échantillon a ensuite fait part de ses craintes par l'utilisation d'adjectifs comme « effrayant », « vicieux », « fatigant »...

L'autre partie a relativisé la situation en citant « évitable », « guérissable », « pas dangereux pour les mangeurs »...

Un individu, jeune, n'a pas fait part de crainte dans cet exercice et a cité « pas très effrayant et ordinaire comme les autres épidémies ». Deux autres individus, jeunes également, ont par ailleurs déclaré qu'ils n'avaient « peur de rien » et que leur consommation de volaille n'avait été influencée par la grippe aviaire qu'en terme économique, le prix de la volaille n'ayant cessé d'augmenter.

La majorité des consommateurs rencontrés considèrent ainsi la grippe aviaire comme quelque chose de **dangereux**. Une partie en a **encore peur**, l'autre **relativise** la situation.

4/ Les manières de se protéger du risque

Au travers des entretiens réalisés, on remarque que la majorité des consommateurs a développé des manières de se protéger du risque que représente la grippe aviaire. Il y a donc eu des modifications et évolutions des comportements alimentaires et des représentations qui les accompagnent.

4.1. Les lieux d'achat

Comme lieu d'achat, nous considérerons ici les marchés, les supermarchés et les restaurants (dans lequel nous incluons les échoppes qui vendent des plats préparés à base de volailles). De même, nous inclurons les pratiques d'achat à la campagne, le but étant de saisir les opportunités qui s'offrent au consommateur urbain et les choix qu'il opère au sein de ces opportunités.

4.1.1. Les marchés

C'est encore le principal lieu d'achat pour les volailles. Les consommateurs sont pour une grande partie habitués à acheter leur volaille aux stands « connus », dans le marché habituel, près de chez eux. Mais la crise sanitaire dont la grippe aviaire est à l'origine a quelque peu modifié ces habitudes. Il a été ainsi interdit de vendre des volailles pendant

environ un mois (février-mars 2004), période qui a incité les consommateurs à changer leurs habitudes et leur lieux d'achat. Les méthodes d'abattage et de présentation des volailles sur les étals ont été montré du doigt par les services vétérinaires et les autorités et relatées par les médias.

4.1.2. Les supermarchés

Le lieu d'achat le plus sûr pour les individus rencontrés est le supermarché. Il représente, depuis les épisodes de grippe aviaire, le summum en matière d'hygiène et de sécurité sanitaire concernant les volailles. Le problème pour les consommateurs reste que ces supermarchés sont en général situés assez loin du centre-ville et qu'il s'agit donc de réorganiser toutes les habitudes alimentaires d'auparavant qui consistaient à aller au marché le plus proche de chez soi. Il faut notamment prendre un moyen de transport pour s'y rendre ce qui implique un surplus d'argent et une perte de temps. Le consommateur procède donc à un calcul coût-bénéfices qui n'est alors pas toujours au profit du supermarché.

« Je pense que la volaille de supermarché doit être mieux garantie encore que celle des marchés, et si j'avais du temps j'achèterais ma volaille là-bas. » (Madame Chich, le 17 Juin 2005).

4.1.3. Les restaurants

La majorité des enquêtés ne fait pas confiance aux restaurateurs. Ils ne savent pas où ils se sont approvisionnés ni comment ils conservent ou préparent leur viande. De plus, le poulet est davantage considéré comme une viande d'endo-consommation. En effet, les individus déclarent manger qu'occasionnellement du poulet et de volaille en général au restaurant. Ils préfèrent consommer des mets qu'ils cuisinent moins dans le cercle familial.

4.1.4. La campagne

Au-delà de la nouvelle confiance portée aux supermarchés, le symbole de bonne qualité et de sécurité sanitaire reste la volaille de la campagne. Ce sont non seulement les côtés nature et liberté mis en avant, avec les grands espaces et une nourriture saine et naturelle mais aussi le fait que ces volailles appartiennent bien souvent à un membre de la famille ou de celle d'un voisin. L'aliment est ainsi de bonne qualité et devient sûr, au-delà de tout soupçon, dès lors qu'il provient de la campagne et a été élevé par un proche.

4.2. La confiance aux commerçants

Cet élément est essentiel pour la majorité des consommateurs rencontrés. Rappelons qu'il est habituel d'effectuer ses achats alimentaires au marché proche de chez soi à Hanoi. Les consommateurs connaissent ainsi le marchand de volaille et déclarent se rendre toujours au stand habituel. Qu'est ce que cela leur apporte ? De la sécurité et de la confiance, car l'argument mis en avant est que si le commerçant informe mal sa clientèle, il la perdra et son

métier avec. Il n'a donc aucun intérêt à mentir à ses clients, surtout aux habitués avec qui s'est construit une relation de confiance, amicale.

« Je vais tout le temps au même stand car je connais bien les commerçantes. Je ne suis pas capable de reconnaître une bonne volaille d'une moins bonne, c'est pourquoi je laisse cette tâche à ma commerçante habituelle car je lui fais tout à fait confiance. » (Lan Anh, le 10 Juin 2005).

Le commerçant n'aurait ainsi aucun intérêt à vendre des volailles contaminées. La connaissance du commerçant, associée à un mode de confiance, est un des éléments cités permettant de se protéger du risque de grippe aviaire. Il est parfois cité en premier lieu, parfois derrière les connaissances personnelles quant au choix d'une volaille de qualité.

4.3. Les connaissances profanes

Les consommateurs ont l'habitude à Hanoi d'acheter leur volaille au marché. Il y a quelques années, on n'achetait les volailles que vivantes. Aujourd'hui, la majeure partie de la clientèle des marchés choisi une volaille vivante puis la fait abattre et préparer par le commerçant. Mais ceci implique que les consommateurs ont des connaissances, scientifiques ou non, pour reconnaître une volaille saine, de bonne qualité et permettant ainsi de la choisir personnellement. Chacun peut donc mettre en avant ses techniques permettant de savoir si un poulet est « bon ou pas ».

Pour illustrer ces connaissances, jetons un œil au portrait d'une consommatrice qui compte avant tout sur ses connaissances.

Les connaissances de Madame Hai en matière de volaille



Comment choisit-elle un poulet de campagne par exemple ?

Elle choisit elle-même son poulet dans la cage du commerçant. Elle le prend, le regarde, le touche, l'inspecte.

- Il faut qu'il ait une crête bien rouge.
- Lorsque l'on appuie sur son ventre, il doit être bien tendre.
- Il faut des cuisses bien rondes.
- La peau doit être bien jaune.
- Il faut des petits « pieds » minces.
- Le cloaque ne doit pas être humide.

Elle compare les poulets aux humains.

« Lorsque l'on est en bonne santé, on a une peau rose et fraîche ; c'est pareil pour un poulet en bonne santé. Un poulet doit avoir une peau bien jaune et être agile, dynamique. » (Madame Hai, le 30 Juillet 2005).

La majorité des individus interviewés déclare avoir des connaissances en matière de choix des volailles, connaissances transmises de génération en génération. Mais le degré de confiance en soi varie d'un individu à l'autre ; de la confiance absolue en ses connaissances (n'accorde sa confiance à rien d'autre) jusqu'à une prise en compte minime de ses connaissances au milieu d'autres éléments plus importants (notamment la provenance des volailles, la proximité avec les commerçants habituels, les supermarchés ou encore les tampons des vétérinaires). Certains affirment donc pouvoir détecter d'un coup d'œil ou d'un coup de pouce si une volaille est malade et atteinte de la grippe aviaire. Comme nous l'avons précisé auparavant, le virus H5N1 a pourtant une période d'incubation d'environ trois jours pendant lesquels la volaille appelé ainsi « porteur sain » ne peut être déclarée infectée que par prise de sang, aucun autre élément ne permettant de vérifier son état de santé.

4.4. Le suivi des recommandations du gouvernement

Le gouvernement, une fois l'épidémie officiellement déclarée, a lancé une campagne de recommandations ayant trait à la grippe aviaire et à destination de la population. Il a d'abord expliqué ce qu'était le virus et les manières de s'en prémunir (éviter des contacts directs et prolongés avec des volailles, cuisson supérieure à 70°C). Il a fait interdire la vente de volailles à Hanoi entre les mois de février et mars 2004 puis a encouragé tout au long de la crise la population à reconsommer de la volaille (notamment au travers du « festin du poulet » du 17 Mars 2004). Les médias ont encouragé la population, dès les premiers poulets garantis par le gouvernement au début de l'année 2005⁸ à acheter des volailles garanties en supermarchés. Le gouvernement a ainsi participé à la modification des lieux et modes d'achat de volaille, mais aussi des modes de préparation et de consommation. En effet, les consommateurs se sont habitués à bien cuire leur volaille ; tous lavent abondamment la volaille à l'eau avant de la faire cuire.

Mais le gouvernement, ayant souvent changé de positions vis-à-vis de la grippe aviaire (déclarant à deux reprises la maîtrise de l'épidémie puis étant obligé de rectifier l'information quelques jours après suite à des décès humains par exemple), a donc fait évoluer la

⁸ cf Annexe 5 « Recommandations » p139

consommation de certains consommateurs confiants, oscillant entre consommation raisonnée et arrêt provisoire.

« Plusieurs de mes amis ont totalement arrêté de consommer de la volaille, ils ont essayé de me persuader mais j'ai vraiment confiance au gouvernement et aux vétérinaires. » (Tuan, le 06 Juillet 2005).

4.5. Religion et traditions

Certains consommateurs ont mis en avant un élément permettant de mettre à distance le risque, légitimant ainsi leur consommation de volaille : la religion bouddhiste. Le bouddhisme est la première religion au Vietnam. Les bouddhistes ont la particularité de croire au destin, et pensent ainsi que « tout est écrit ».

« J'ai d'abord eu peur. Mais j'ai continué à en manger car, étant bouddhiste, je pense que si je dois mourir de la grippe aviaire, c'est que c'est décidé comme ça. » (Madame Liêu, 16 Juin 2005).

« Si je dois mourir de la grippe aviaire, et bien je ne pourrai l'éviter, c'est écrit, c'est le destin. » (Lan Anh, 10 Juin 2005).

D'autre part, les traditions de la culture vietnamienne ont également influencé la consommation de volailles. Au Têt par exemple, le nouvel an traditionnel, il est de coutume d'abattre soi même un poulet et de le présenter devant l'autel des ancêtres. La consommation de poulet pendant la période du Têt est également importante. Mais le premier et le second épisode de grippe aviaire se sont déroulés à cette période, aux environs du mois de février. Au premier Têt (début 2004), la vente de volailles était interdite à Hanoi ; la population n'a donc pas pu honorer les ancêtres et a donc du modifier ce rituel : des pattes de porc ont été présentées devant l'autel des ancêtres. Notons toutefois que certains avaient réussi à se procurer des poulets de la campagne où des proches en élevaient mais cette pratique est restée minoritaire car le transport de volailles était interdit à cette période. Mais au Têt du début de l'année 2005, il était possible d'acheter de la volaille. Les individus, même ceux ne consommant plus de volailles depuis le début de la crise, ont acheté des poulets et en ont mangé, faisant honneur aux traditions.

« Je n'ai pas mangé de poulet depuis le début de la crise, juste au Têt 2005 car c'est la tradition. » (Tham, 29 Juin 2005).

Cette tradition a donc influencé la consommation de volailles ; les consommateurs les plus méfiants ont du avoir recours aux différentes manières de se protéger du risque citées précédemment.

4.6. « Abstinance »

La dernière façon de se protéger du risque représenté par la grippe aviaire reste l'abstinence, l'arrêt de la consommation de volailles. Si quasiment tous les individus

rencontrés ont arrêté (au début de la crise par peur ou par manque d'informations) ou ont du arrêté (interdiction des ventes de volailles en février mars 2004) de consommer de la volaille, très peu ont totalement arrêté. Cet arrêt catégorique n'est pourtant pas définitif ; la grippe aviaire a totalement bouleversé les comportements alimentaires de certains mais ces derniers déclarent vouloir reconsommer de la volaille une fois la crise totalement terminée.

« Pour que je recommence à manger de la volaille, il faudrait que les médias annoncent que la grippe est contrôlée dans tout le pays, qu'il n'y ait plus une seule province touchée. » (Madame Tin, 30 Juin 2005).

Nous voyons ici l'intérêt de comprendre les décalages entre les individus ayant arrêté de consommer de la volaille pendant la crise et ceux ayant continué.

Par ailleurs, au travers de cette « réduction des risques » suivie ou élaborée, on remarque qu'il existe également des différences individuelles, qui découlent, nous en faisons l'hypothèse, de différences de niveaux sociaux.

Afin de vérifier ces hypothèses de départ selon lesquelles les risques ne seraient pas représentés de la même manière selon les niveaux sociaux, examinons ce que nous apportent les cinq focus groups réalisés.

Résultats que nous apportent les entretiens individuels en terme de :

Communication

- La majorité des individus a entendu parler de la grippe aviaire fin 2003.
- C'est la télévision qui est le média dans lequel ils ont le plus confiance.
- Influences entre les acteurs : certains tentent de convaincre des proches d'arrêter ou au contraire de reprendre la consommation de volailles
- Avec la grippe aviaire, la population a « appris des choses » :
 - Montée de suspicions à l'égard de la gestion de la crise (des informations ont pu être cachées).
 - Le risque représenté par la grippe aviaire est également artificiel car la population a découvert des négligences humaines qui ont permis au virus de se propager.

Consommation

- La majorité de la population consomme de la volaille aujourd'hui.
- La consommation de volaille ne serait pourtant pas revenue à la « normale », l'offre et surtout la demande étant inférieures à celles d'avant-crise.

Peurs

- Le poulet industriel est perçu comme étant la volaille la plus à risque.
- Les organes intérieurs sont perçus comme étant les parties de volaille les plus à risque.
- Une partie de la population a eu peur de prendre le risque de consommer de la volaille vis-à-vis de responsabilités familiales.
- La population a plus peur de préparer de la volaille que d'en consommer. Les connaissances concernant les risques hors consommation sont mal connus.
- La majorité perçoit la grippe aviaire comme quelque chose de dangereux mais le sentiment de peur à son égard est divergent.
- Certains individus, des jeunes, ont déclaré qu'ils n'avaient pas peur de la grippe aviaire et que leur consommation de volailles n'avait été influencée qu'en terme économique, le prix n'ayant cessé d'augmenter.

Manières de se protéger

- Les lieux d'achat :
 - Le supermarché est vu comme étant le lieu de vente le plus sûr.
 - Les marchés restent par ailleurs les principaux points de vente.
 - La majorité ne fait pas confiance aux restaurateurs, notamment en ce qui concerne la provenance et le conditionnement.
 - La population associe qualité et sûreté aux volailles élevées par des proches à la campagne.
- Le fait d'acheter la volaille à un stand habituel et de connaître le commerçant est un argument de confiance.
- Les consommateurs ont pour une majorité des connaissances en matière de choix des volailles. Certains ne s'appuient que sur leurs connaissances.
- Suivre les recommandations du gouvernement reste une manière de se protéger répandue mais pas exclusive.
- L'arrêt définitif de la consommation de volailles reste isolé.
- Pour une minorité, la religion bouddhiste est leur protection.
- Certaines traditions de la culture vietnamienne comme le nouvel an impliquent une consommation de poulet, et ainsi d'avoir recours à ces manières de se protéger.

IV. Les focus groups

Pour chacun des focus group réalisé, trois tableaux présentant un portefeuille de risques liés à la consommation de viande était proposé aux participants. Au milieu de ce portefeuille, nous avons placé le risque de grippe aviaire. Le but est de comprendre comment les individus classent ce risque vis-à-vis des autres, et selon des critères de fréquence, de gravité et de crainte.⁹ Par ailleurs, nous avons analysé ces cinq focus group en regroupant par thème les propos récurrents de chacune de ces discussions de groupe, thèmes présentés ici.

1/ Le focus group « pas d'arrêt de la consommation pendant la crise »

1.1 Présentation

Ce focus, réunissant sept femmes recrutées par la présidente du club des consommatrices de Hanoi, a pour ambition de saisir les représentations et rationalités mises en œuvre d'individus partageant une même caractéristique de consommation, ici le fait d'avoir continué à manger de la volaille pendant la crise. Certaines avaient pourtant stoppé cette consommation, notamment au début de la crise, par peur et par manque d'informations. Cet arrêt a été bref puisque qu'à partir du mois de mars 2004, toutes ont recommencé à en manger. Certaines avaient uniquement arrêté pendant la période d'interdiction des ventes de volailles à Hanoi, aux mois de février et mars 2004. Il est intéressant de comprendre ici les raisons de ce « non-arrêt » et les manières d'agir de la sorte.

Ont-elles conscience de ce risque ? Comment s'en protègent-elles ?

1.2. Pourquoi continuer à manger de la volaille ?

Continuer à manger de la volaille pendant la grippe aviaire peut être la caractéristique d'individus n'étant pas conscients du risque couru. Il peut également s'agir d'individus désirant prendre ce risque, pour des raisons aussi diverses soient-elles (distinction, goût du risque...). Mais ils peuvent aussi ne pas avoir la sensation de prendre un risque en consommant de la volaille.

Comment justifient-ils le fait d'avoir continué à manger de la volaille pendant la crise ?

La première raison déclarée est l'habitude de consommer de la volaille, et plus particulièrement le poulet. Cette viande est consommée régulièrement à Hanoi ; elle a également sa place dans la culture vietnamienne puisque le poulet fait partie des offrandes destinées à honorer les ancêtres.

« Le poulet est un plat fréquent chez les vietnamiens. »
(Madame Quynh Chi).

« Un repas copieux qui manque de poulet est nul. »
(Madame Tien).

Au-delà du risque que peut représenter la grippe aviaire, il y a tout un système d'habitudes alimentaires. Par ailleurs, la volaille répond, comme nous l'avons montré dans l'analyse des

⁹ cf Annexe 10 « Guide focus groups » p166

entretiens individuels, à une « endo-consommation », c'est à dire qu'elle est davantage consommé dans le cadre familial, privé, à la maison.

D'autre part, la volaille est perçue comme une viande saine, bonne pour la santé.

« Au club d'alimentation, on conseille de manger de la viande blanche. C'est mieux que de manger de la viande rouge. » (Madame Thanh).

« On conseille aussi de manger de la viande provenant d'animaux à deux pattes. C'est mieux que de manger de la viande provenant d'animaux à quatre pattes. » (Madame Nha).

Enfin, ces femmes continuent à consommer de la volaille car elles ont mis en place ou suivi des manières de se protéger, leur permettant de suivre leurs habitudes alimentaires et leurs représentations des bienfaits de la volaille sur la santé.

Examinons ces manières de se protéger.

1.3. Comment continuer à manger de la volaille ?

1.3.1. Suivre les recommandations du gouvernement

Dans ce groupe de discussion, les femmes accordent une grande confiance au gouvernement. En suivant les recommandations officielles, elles réduisent le risque de contamination, mieux, elle n'ont pas la sensation de prendre un risque en achetant ni en consommant de la volaille. Leurs pratiques et leurs représentations vis-à-vis du phénomène de grippe aviaire sont corrélées avec l'évolution des messages d'information et de prévention diffusés par le gouvernement. Ainsi, certaines ont arrêté au début de la crise car le gouvernement avait conseillé de stopper la consommation de poulets dans l'attente de meilleures connaissances sur le sujet et notamment sur les manières de s'en protéger. Elles ont donc arrêté d'en consommer jusqu'à nouvel ordre, c'est-à-dire suite à la levée de l'interdiction des ventes de volailles à Hanoi, au mois de mars 2004. Depuis cette date, leur consommation ne s'est pas stoppée, mais a pu ralentir ou croître en fonction des messages diffusés et de l'avancée de l'épidémie.

« Quand l'épidémie a augmenté et qu'il y a eu des personnes décédées de la grippe aviaire, personne a osé en manger. Et puis le gouvernement a expliqué quand pouvait-on manger du poulet et quelle était la façon de le préparer mais pour du poulet vivant, bien portant. Alors on a recommencé à en manger. » (Madame Nha).

1.3.2. Provenance et lieux d'achat

A cette confiance portée au gouvernement, s'ajoutent des critères de provenance et de lieux d'achat. Les grandes surfaces sont devenues le symbole des contrôles sanitaires. Le supermarché est perçu comme étant le premier lieu de confiance pour l'achat de volailles. Cette confiance portée au supermarché est récente et semble s'être développée en même

temps que la crise de grippe aviaire. Le gouvernement a par ailleurs joué un rôle dans ce phénomène.

« Le premier supermarché où l'on a vendu des poulets garantis c'était le supermarché Big C. Mon fils y en a acheté un jour avant le Têt. Il a dit que c'était les premiers poulets garantis du gouvernement et il en a acheté pour manger pendant le Têt. On les a fait bouillir et on les a bien mangé à la maison, sans problème. On a une grande confiance dans la garantie du gouvernement. » (Madame Quynh Chi).

Ces critères pour les lieux d'achat sont ainsi déterminés, en partie du moins, par les recommandations gouvernementales. Mais la provenance des volailles est également un élément convoité. La campagne reste un gage de qualité et de sécurité alimentaire ; à ce critère de provenance s'ajoute un critère de proximité sociale. Le poulet de campagne doit avoir été élevé par un proche ou une connaissance.

« En général, les volailles garanties sont vendues dans les supermarchés et dans les magasins garantis qui vendent de la volaille. Et pour les poulets vivants offerts par les proches de la campagne, c'est la confiance envers les éleveurs. » (Madame Nha).

Elles ont ainsi suivi les recommandations officielles et leurs pratiques ont évolué. Elles ne mettent pas en avant leurs connaissances personnelles pour choisir une volaille mais se sont davantage tournées vers les recommandations du gouvernement. Elles ont changé leurs manières d'acheter, de préparer, de cuisiner et de consommer de la volaille. Les références des lieux d'achats ont évolué même si les lieux d'achat réels n'ont pas vraiment changé ; la majorité continue d'acheter la volaille au marché, mettant en avant le système de garantie mis en place par le gouvernement au travers des tampons des services vétérinaires. Concernant la préparation, aucune n'accepte d'abattre une volaille ; elles la choisissent vivante puis la font abattre par le commerçant. Elles évitent de la toucher lors de la préparation. Toutes ne mangent de la volaille que si elle est bien cuite.

« Avant on pouvait manger de la viande saignante mais maintenant c'est impossible. C'est la façon d'éviter la maladie. » (Madame Nha).

Leur consommation, même si elle reste régulière a baissé en fréquence. C'est ainsi que leurs pratiques alimentaires ont évoluées en fonction de ces messages d'information, messages qui auraient façonné leur vision de la crise.

1.4. Les représentations

Nous remarquons donc que le système de représentations de ces individus vis-à-vis de la grippe aviaire est lié au niveau de confiance accordée au gouvernement. Elles ont eu peur de l'épidémie, et cette peur s'amenuise de jour en jour.

Pourtant, la dimension de la peur est présente dans cette discussion ; même si les participantes insistent davantage sur le fait que ce sentiment de peur baisse avec le temps, on remarque que leur consommation n'est pas revenue à la normale d'avant-crise, et que des appréhensions sont toujours visibles, malgré l'apparente confiance aux recommandations gouvernementales. Ceci est d'autant plus visible dans certaines contradictions et oppositions du discours ; on a parfois l'impression d'une perte de repères.

« Il faut dire que pendant la crise on en a mangé mais avec prudence. Je pense que la grippe aviaire n'est pas totalement terminée. Alors on limite plus notre consommation de volaille qu'auparavant. » (Madame Nha).

« Seules les personnes qui abattent les volailles sont en danger. » (Madame Tien).

Elles essaient de mettre à distance le risque, d'être confiante, de se rassurer mais elles continuent de penser au risque quand elles mangent de la volaille. Elles n'ont donc pas arrêté d'en consommer mais restent anxieuses face au risque.

Résultats du focus group « Pas d'arrêt de la consommation de volailles »

- **Veulent continuer à manger de la volaille :**
 - par goût
 - par habitude
 - pour des raisons de santé
- **La consommation est régulière mais moins fréquente qu'avant la crise.**
- **Ont conscience du risque mais ont des manières de s'en protéger, liées aux recommandations du gouvernement :**
 - bien faire cuire la volaille
 - éviter de la toucher
- **Elles ne mettent pas en avant leurs connaissances pour se protéger du risque**
- **Crainte et sensation de prendre un risque tout de même présentes.**
- **Les manières de préparer et de cuire la volaille ont évolué.**
- **Le supermarché est devenu la référence en matière de sécurité sanitaire.**
- **Mais les lieux d'achat n'ont pas vraiment changé, la majorité continue d'aller au marché.**

2/ Le focus group : « arrêt de la consommation pendant la crise »

2.1. Présentation

Ce focus group s'est déroulé le premier Juillet 2005 et a rassemblé 7 femmes ayant arrêté de consommer de la volaille pendant la crise de grippe aviaire. Les tableaux présentant le portefeuille de risques ont été présentés aux participantes. Voici les résultats concernant la grippe aviaire.

- **La fréquence** : Les individus considèrent le risque de grippe aviaire comme étant le moins fréquent parmi les risques liés à la consommation de viande proposés. Ils lui attribuent la note « non, plutôt pas fréquent ».
- **La gravité** : Elles voient le risque de grippe aviaire comme étant le plus grave et lui administrent la note « oui, très grave ».
- **La crainte pour soi** : Les participantes classent le risque de grippe aviaire en première position, cela signifiant qu'il est l'élément dont elles tiennent le plus compte lorsqu'elles préparent le repas par exemple. Elles lui attribuent la note de « oui, très important ».

Toutes les participantes déclarent avoir arrêté de consommer de la volaille pendant la crise. Pourtant une d'entre elles en mange à nouveau depuis le mois de mai 2005, et justifie cette reprise en déclarant que la grippe aviaire est terminée. Pour les autres, toutes ont au moins une fois consommé de la volaille, notamment pour le Têt 2005 où il était possible de trouver de la volaille (contrairement au Têt 2004) et d'avoir une garantie émanant du gouvernement. Mais l'heure est tout de même à la peur et au remplacement de la volaille par d'autres produits.

2.2. Une reprise prochaine de la consommation ?

Pendant deux années, elles n'ont plus consommé de volailles alors que leur consommation d'avant crise était « régulière et fréquente ». Par quoi ont-elles remplacé la viande de volaille ?

« Par le bœuf, le porc et le poisson. » (Tout le monde).

Et que pensez vous du prix de ces produits ?

« Ils ont augmenté, et la grippe aviaire en est une des causes. Mais il y a aussi l'augmentation du prix de l'essence. » (Hoa).

La grippe aviaire a ainsi eu une incidence sur leur consommation ; elles n'ont quasiment plus consommé de volailles pendant deux ans et ont du déboursier davantage d'argent pour des produits identiques.

Mais même si la grande majorité des participantes ne consomment plus de volailles, elles ont des connaissances sur la grippe aviaire et sur les moyens de s'en protéger. Elles suivent l'évolution des recommandations et se considèrent comme étant aptes à les suivre. C'est pour cette raison qu'elles sont tout à fait capables de se projeter dans l'éventualité d'une reconsommation, qui apparaît davantage comme une prévision.

Si vous recommencez à en manger, vous en achèterez où ?

« Au supermarché. » (Tout le monde).

« On peut en acheter au marché mais quand l'animal est vivant. On choisit celui qui est fort et on demande au commerçant de l'abattre. » (Thuy).

De cette manière, elles élaborent les stratégies qu'elles auraient mises en place si elles avaient consommé de la volaille pendant la crise. L'utilisation du « on » permet également de généraliser la pratique ; elles pensent ainsi que c'est une pratique commune aux consommateurs. Elles veulent anticiper cette reprise de la consommation de volaille.

2.3. Les peurs

Le thème de la peur est récurrent dans cette discussion. C'est la raison pour laquelle elles ont arrêté de consommer de la volaille. Mais on remarque que la peur diminue avec le temps. C'est la phase de préparation qui demeure critique ; c'est l'élément qui fait peur, et qui repousse la reprise de la consommation.

Par ailleurs, tout un système de justifications est mis en place, peut être destiné à se rassurer ou à légitimer une reprise prochaine de la consommation.

« On avait très peur de la grippe aviaire pendant la première vague. Cette année, on a expliqué que seules les personnes qui abattent les volailles sont vulnérables à la grippe aviaire. Mais quand l'animal est bien cuit, ce n'est pas très grave. Personnellement j'en ai moins peur que l'année dernière. » (Phuong).

2.4. Une perte de repères ?

Parallèlement à cette volonté apparente de consommer à nouveau de la volaille, des éléments contradictoires apparaissent dans le discours. On évolue entre volonté de reconsommation et justifications de l'arrêt.

« Mais les gens qui sont morts de la grippe aviaire sont ceux qui avaient directement touché et abattu l'animal. Si on mange de la viande bien cuite il n'y a pas de problème. » (Nghia).

« La force de contrôles est insuffisante tandis que les produits sont très abondants. » (Hoa).

On voit une hésitation se dessiner ; elles se sont habituées à ne plus manger de volailles mais une volonté de reprise apparaît. Le goût pour le poulet et la baisse du risque aux travers des manières de se protéger les incitent à envisager d'en manger à nouveau. Pourtant le risque demeure dans leur esprit et est la cause de ces contradictions.

Résultats du focus « Arrêt de la consommation de volailles »

- Arrêt par peur au début de la crise
- Remplacement de la volaille par bœuf, porc, poisson et crevettes
- Forte augmentation des prix de ces produits, la grippe aviaire en étant l'une des causes
- Suivent les informations et recommandations du gouvernement
- Le sentiment de peur est présent mais tend à diminuer
- Une volonté de reconsommer mais une perte de repères quant aux moyens de se protéger de la grippe aviaire

3/ Le focus group « les individus riches »

3.1. Présentation

Ce focus group s'est déroulé le 15 Juillet 2005 et a rassemblé 6 femmes ayant des professions supérieures.

Les tableaux présentant le portefeuille de risques ont été présentés aux participantes. Voici les résultats concernant la grippe aviaire.

- **La fréquence** : Les individus considèrent le risque de grippe aviaire comme étant le moins fréquent parmi les risques liés à la consommation de viande proposés. Ils lui attribuent la note « non, pas fréquent du tout ».
- **La gravité** : Elles voient le risque de grippe aviaire comme étant le plus grave et lui administrent la note « oui, très grave ».
- **La crainte pour soi** : Les participantes classent le risque de grippe aviaire en première position, cela signifiant qu'il est l'élément dont elles tiennent le plus compte lorsqu'elles préparent le repas par exemple. Elles lui attribuent la note de « oui, plutôt important ».

Les participantes ont recommencé à manger de la volaille il y a peu, de Mars 2005 à Juin 2005. Certaines en ont mangé lors du Têt 2005. Elles avaient arrêté car elles trouvaient dangereux le fait de consommer de la volaille en temps de crise.

Elles avaient ainsi remplacé la consommation de volaille par du bœuf, du porc, des crevettes et du poisson (par ordre d'importance). Elles ont remarqué une augmentation des prix de ces produits.

« L'évolution du prix s'est fait sentir. La situation s'explique par la grippe aviaire et la flambée du cours du pétrole. » (Thuan).

Elles n'achètent aujourd'hui que de la volaille abattue car c'est moins dangereux lorsqu'on les touche. Elles déclarent d'ailleurs que le fait d'acheter des volailles abattues est en train de se généraliser à Hanoi, car ce serait une conduite moins risquée. Signalons également qu'elles déclarent ne pas avoir beaucoup de connaissances dans le choix d'une volaille. Elles ont plus peur de préparer la volaille que de la consommer.

Depuis leur « reprise », leurs pratiques alimentaires ont quelque peu varié, notamment concernant les lieux d'achat. Elles avaient l'habitude d'acheter des volailles abattues au marché près de chez elle. Elles privilégient désormais les poulets abattus de supermarché.

3.2. Les grandes surfaces : une nouvelle référence ?

Nous assistons ainsi à une sorte de « passation de confiance ». En effet, l'habitude de faire ses courses au marché est petit à petit grignotée par l'image de sécurité sanitaire des supermarchés. Elles pensent qu'il est préférable d'acheter la volaille au supermarché pour des raisons de sécurité et en achètent désormais là bas. Cet élément diminue le risque.

Donc vous n'achetez plus vos volailles au marché ?

« Non, parce qu'on a peur de la grippe aviaire, on n'est pas rassurée malgré les tampons qu'il y a au marché. Et en acheter à un vendeur habituel n'est pas un argument de confiance car c'est un commerçant et donc il place souvent l'intérêt au premier rang. » (Nga).

« On fait confiance au supermarché. » (Thuan).

Elles regrettent par ailleurs que l'ensemble des consommateurs ne suivent pas leur manière de se protéger, à savoir d'acheter la volaille en supermarché, là où la sécurité sanitaire serait optimale.

« Le contrôle du Vietnam n'est pas aussi sophistiqué que celui des autres pays. Il est difficile d'assurer l'hygiène dans la distribution, des abattoirs jusqu'à la boutique. La majorité des vietnamiens ne s'habituent pas à l'achat au supermarché pour toute la semaine. Ils veulent acheter des aliments au marché chaque jour. » (Thuc).

Mais les supermarchés ont acquis une réputation uniquement en rapport à cette image de sécurité. Car la qualité, elle, ne serait pas au rendez-vous. En effet, les volailles seraient conservées trop longtemps ; cela n'agirait pas sur la sûreté du produit mais davantage sur sa qualité. Les consommatrices sont pourtant prêtes à acheter et à consommer de la viande de volaille moins bonne mais plus sûre.

3.3. Des autres référents ?

Cette « passation de confiance » est récente tout comme le changement de lieu d'achat. Avant la crise, toutes les participantes achetaient leur volaille au marché. On voit ainsi ressurgir parfois cet ancien référentiel qui était une habitude. Cela se traduit par des contradictions dans le discours. L'argument commun reste donc la garantie des volailles achetées.

« Dès la fin de la crise, j'en ai parfois acheté au marché Hom. C'est un grand marché où les poulets sont strictement contrôlés. » (Lien).

Mais vous avez dit que vous n'alliez plus au marché pour acheter de la volaille ?

« Mais les activités commerciales y sont actuellement en ordre. Il y a une station de vérification vétérinaire qui s'y est installée. Par ailleurs, le marché est près de chez nous, nous ne devons pas nous déplacer beaucoup. » (Lien).

Par ailleurs, ces consommatrices accordent une grande confiance aux volailles provenant de la campagne et ayant été élevées par des proches. La viande de la campagne est perçue comme une viande de qualité ; une volaille élevée par un proche sera sûre, la viande étant ainsi hors de tout soupçon. La combinaison de ces deux éléments est parfaite. Les consommatrices déclarent pourtant se procurer que très rarement ce type de volaille.

« Nous mangeons des poulets de nos proches vivant à la campagne sans souci parce que ce sont eux qui ont élevé ces poulets. » (Thuc).

Résultats du focus group avec « Les individus riches »

- **Ont recommencé à manger de la volaille depuis quelques mois**
- **Avaient remplacé la volaille par du bœuf, du porc, des fruits de mer et du poisson**
- **Suivent les informations et recommandations du gouvernement**
- **Les grandes surfaces comme un nouveau référent en matière de sécurité sanitaire**
- **Une grande confiance dans les volailles élevées par des proches à la campagne**
- **Des lieux d'achat qui évoluent : des marchés aux supermarchés**
- **Mais valorisation de certains marchés de centre-ville dits « bien contrôlés »**

4/ Le focus group « les individus pauvres »

4.1. Présentation

Ce focus group s'est déroulé le 14 Juillet 2005 et a rassemblé quatre hommes et deux femmes, tous habitants du quartier Quynh Mai, quartier défavorisé. Les tableaux présentant le portefeuille de risques ont été présentés aux participants. Voici les résultats concernant la grippe aviaire.

- **La fréquence** : les individus ne se sont pas du tout accordés sur cette dimension, la grippe aviaire étant perçue comme un risque parfois très fréquent, parfois très peu fréquent.
- **La gravité** : la grippe aviaire serait le risque le plus grave et a obtenu la note de « oui, très grave ».
- **La crainte** : la grippe aviaire serait le risque auquel ils feraient le plus attention lors de la préparation d'un repas.

Tous ont consommé de la volaille pendant la crise mais pas de manière continue. Ce n'est que depuis le Têt 2005 qu'ils déclarent en reconsommer régulièrement et « normalement ». Pendant la crise, ils avaient donc remplacé la volaille par des fruits de mer, du poisson et du porc. Le prix de ces produits aurait augmenté de 20% ; cela serait dû au phénomène de grippe aviaire. Tous les participants ont des connaissances sur la grippe aviaire, autant sur les moyens de se protéger du virus (cuisson supérieure à 70°C, danger de toucher les volailles et d'être en contact avec elles) que sur l'actualité de la crise. Ils ont des connaissances sur le choix d'une volaille et prennent cet élément en compte en complément d'autres manières de se protéger.

Il y a dans cette discussion de groupe beaucoup de contradictions, notamment autour des moyens de réassurance et des signes de confiance.

4.2. A qui faire confiance ?

La consommation de volailles des participants a évolué en fonction des recommandations du gouvernement. Ils ont ainsi consommé de la volaille quelques fois pendant la crise, notamment lorsque le gouvernement a annoncé à deux reprises qu'elle était terminée. Depuis le Têt 2005, ils en consomment de manière régulière puisque le gouvernement a déclaré maîtriser l'épidémie. Mais aujourd'hui, la grippe aviaire n'est pas terminée et ils mettent en avant les difficultés pour le gouvernement d'éradiquer rapidement ce problème.

« Il existe des poulets touchés par la grippe aviaire sur les marchés. Parce que le gouvernement ne peut pas tout vérifier et que ce ne sont pas tous les poulets qui sont passés au contrôle. » (Tho).

C'est depuis cette reprise de la consommation de manière régulière que des difficultés dans le choix des volailles sont apparues. A qui faire confiance ?

- Au gouvernement ? Même s'il existe par ailleurs des volailles contaminées pouvant passer entre les mailles du filet et se retrouver sur les lieux de vente.

- Aux commerçants connus des marchés habituels ? Même s'il existe de faux tampons sur les marchés.

- A nous même ? Mais nous ne savons pas reconnaître une volaille contaminée.

- Au supermarché ? Mais la viande y est moins bonne et plus chère et il faut un moyen de transport pour s'y rendre.

Le choix reste difficile et chacune de ces quatre « entités » peut amener de la confiance, mais implique également des prises de risque différentes, des changements d'habitudes...

Les individus participants à ce focus group semblent désorientés et essaient de justifier la prise d'une position, ce qui se traduit par d'importantes contradictions dans le discours.

« Au supermarché et au marché, les poulets sont passés au contrôle, c'est rassurant. » (Thanh).

« Le meilleur tampon est celui du supermarché. Les poulets au supermarché et au marché sont tous passés au contrôle, mais il y a de faux tampons au marché. » (Thanh).

4.3. Entre recommandations et connaissances profanes

On remarque que le gouvernement et les supermarchés sont les deux référents de base permettant la plus grande confiance. Ils font confiance au gouvernement et associent les supermarchés à cette marque de confiance. Le gouvernement a mis en place un système de garantie des volailles en vente et le lieu le plus sûr pour s'approvisionner en volailles garanties reste le supermarché. Certains éléments ne manquent pourtant pas de ressurgir de l'avant-crise et viennent polluer le discours des individus, concourant à d'innombrables contradictions. Les participants avaient en effet l'habitude d'acheter des volailles vivantes au marché, chez les vendeurs habituels. Ils ont des connaissances en matière de choix de volailles. Mais la peur de la grippe aviaire et les recommandations du gouvernement les poussent à chercher des garanties et des manières de se protéger « extérieures », même si les connaissances personnelles ont toujours leur place dans l'acte d'achat.

« Il est plus facile de découvrir la grippe aviaire sur un poulet vivant car ils sont souvent enfermés dans des cages et on peut les observer. Si on voit une crête tomber, de couleur noirâtre, c'est absolument déconseillé d'en acheter. » (Thanh).

« J'opte pour les poulets de supermarché. Les poulets vivants ce n'est pas rassurant. » (Thanh).

Le supermarché apparaît donc comme le référent en matière de sécurité sanitaire. Pourtant, ce n'est qu'une image car les individus continuent, en pratique, d'acheter leur volaille principalement au marché et d'avoir la sensation de pouvoir détecter une volaille contaminée, notamment si elle est vivante. Le gouvernement joue au marché un rôle prépondérant puisqu'il a mis en place un système de garantie et de contrôles vétérinaires, matérialisés dans les tampons sur chaque volaille. Mais les contrôles ne seraient pas aussi efficaces qu'au supermarché. On remarque une perte de repères chez ces consommateurs qui déclarent connaître des lieux sûrs pour acheter de la volaille mais ne s'y rendent pas, mettant en avant un prix plus élevé, un éloignement du centre-ville nécessitant plus de temps, d'argent (moyen

de transport) et un changement dans les habitudes. Une « accoutumance » au risque apparaît également.

« Un jour, quand des amis sont arrivés chez nous sans prévenir, nous sommes allées au marché pour être plus rapide. » (Anh).

Résultats du focus group avec « Les individus pauvres »

- **La majorité a recommencé à consommer de la volaille après le Têt 2005**
- **Ont remplacé la volaille par des crevettes d'eau douce, du poisson et du porc**
- **Augmentation des prix de ces produits à cause de la grippe aviaire**
- **Suivent les informations et recommandations**
- **Grande confiance au gouvernement**
- **En théorie, considèrent les supermarchés et les volailles élevées par des proches à la campagne comme des références en matière de sécurité sanitaire**
- **En pratique, peu de changements des lieux d'achat**
- **Des connaissances sur le choix d'une volaille qui ont leur place dans l'acte d'achat**
- **Perte de repères quand aux manières de se protéger**
- **Peur présente mais qui diminue**

5/ Le focus group « Les jeunes et les personnes âgées »

5.1. Présentation

Ce focus group a été réalisé le 15 Juillet 2005 et a rassemblé trois femmes âgées (de 49 à 56 ans) et trois jeunes femmes (de 27 à 29 ans). Nous nous intéressons ici aux éventuels décalages et représentations du risque de grippe aviaire selon l'âge. Nous avons mis en opposition des individus ayant une famille et étant responsables de l'alimentation familiale. Choisir des personnes plus jeunes ou plus âgées auraient pu fausser le jeu, les plus jeunes

n'ayant pas toujours la responsabilité des courses alimentaires et les plus vieux ayant tendance à déléguer cette tâche aux enfants ou beaux-enfants.

Les tableaux présentant le portefeuille de risques ont été présentés aux participants. Voici les résultats concernant la grippe aviaire.

- **La fréquence** : Des oppositions entre les deux « parties », les jeunes plaçant le risque de grippe aviaire comme le moins fréquent des risques (numéro 6 au classement sur 6 risques), les plus vieux ayant plus de doutes à ce sujet (Numéro 4 sur 6).
- **La gravité** : Tous les participants se sont accordés sur la gravité du risque ; il est le plus grave et ils lui attribuent la note de « oui, très grave ».
- **La crainte** : Le risque de grippe aviaire est le plus important dans le portefeuille proposé pour toutes ; cependant, les trois plus jeunes lui attribuent la note de « oui, plutôt important », tandis que les trois plus âgées proposent « oui, très important ».

Toutes ont mangé de la volaille pendant la crise mais pas de manière continue. Selon les informations et l'avancée de l'épidémie, elles réduisaient ou augmentaient la fréquence de consommation. Aujourd'hui, elles ont recommencé à manger de la volaille de manière régulière depuis quelques mois. Pour les périodes où elles ne consommaient pas régulièrement de la volaille, elles l'ont toutes remplacé par des fruits de mer, du poisson et du porc. Elles trouvent que les prix de ces produits ont augmenté significativement, la grippe aviaire en étant la principale cause.

« C'est une vraie préoccupation des consommateurs car les vendeurs d'autres viandes en profitent pour faire fortune en augmentant les prix. Ils sont encore élevés mais ils s'arrêtent de monter. » (Cuc).

Aucune d'elles ne se sent aujourd'hui parfaitement rassurée quand à la consommation de volaille. Il existe par ailleurs des différences entre les trois jeunes femmes et les trois plus âgées.

5.2. Rapport à l'information et aux contrôles sanitaires

Si leur consommation de volaille a été plus ou moins orientée par les médias et par là même par les recommandations du gouvernement, les trois jeunes femmes montrent davantage de méfiance quant à ces informations. Une prise de recul s'opère comme si elles voulaient conserver une part de réflexion, de choix. Les femmes plus âgées déclarent d'elles mêmes avoir une consommation dépendante des messages d'information.

« Quand les médias ont dit que la grippe aviaire était terminée, on en a remangé normalement. Quand ils en parlaient beaucoup, on en avait peur et on n'a pas osé en manger. » (Nghì, 56 ans).

« En général on a hésité quand les médias disaient que la grippe était guérissable. On était plus prudent lors de la consommation. » (Hoi, 27 ans).

D'autre part, on remarque que cette prise de recul départage à nouveau les deux « parties » devant la perception des contrôles sanitaires effectués dans les lieux de vente de volaille. En effet, si cet argument permet aux plus âgées d'être davantage rassurées, les plus jeunes s'interrogent sur ce genre de pratiques et sur leurs conditions. Les tampons, premièrement, rassurent les plus âgées même si elles déclarent connaître le problème des faux tampons. Ces faux tampons discréditent le rôle de réassurance des tampons auprès des plus jeunes.

« Je me sens rassurée quand le poulet a été passé au contrôle vétérinaire. » (Phuong, 49 ans).

« Les vendeurs peuvent bien verser des pots de vins aux agents de contrôle. Ces derniers apposent des tampons sans faire correctement les examens. » (Cuc, 29 ans).

5.3. Les moyens de se protéger

Jeunes et plus âgées partagent les mêmes représentations au sujet des volailles élevées par des proches à la campagne. Ces volailles ne présentent aucun risque et sont au dessus de tout soupçon. Campagne et proches sont les deux variables qui, une fois réunies, permettent totalement de se protéger du risque de grippe aviaire.

Les participantes partagent également un point de vue identique sur les supermarchés ; ce sont eux qui offrent les meilleures garanties en matière de sécurité sanitaire. Mais elles déclarent qu'ils se trouvent trop loin du centre-ville et que les prix pratiqués sur les volailles sont plus élevés que dans les marchés. Le temps et l'argent sont les éléments dissuasifs. Mais comment se protègent-elles en faisant leurs courses dans des lieux qu'elles trouvent « moins sûrs » ?

Toutes ont des connaissances mais déclarent être incapables de détecter une volaille contaminée. Les plus âgées ont largement insisté sur les tampons aux marchés, témoins des contrôles vétérinaires. C'est pour elles une garantie qui vient s'ajouter au fait de se rendre chez un commerçant connu, chose qu'elles faisaient depuis toujours, qui leur paraît naturelle et nécessaire pour acheter de la viande. Les plus jeunes, comme nous l'avons vu, prennent du recul quant aux tampons et contrôles réalisés. Elles insistent par ailleurs sur l'importance de connaître et fréquenter des boutiques et donc des commerçants connus. C'est, pour elles, le moyen de protection le plus efficace pour continuer à acheter de la volaille au marché, comme elles ont l'habitude de le faire.

« On doit choisir une boutique crédible, propre. On en achète chez un commerçant connu. » (Cuc, 29 ans).

Se rendre chez un commerçant connu permet ainsi de se rassurer. Une relation de confiance s'est construite et les clientes comptent sur cette proximité. Par ailleurs, les jeunes mettent en avant un autre argument. En se rendant chez un commerçant connu, il est possible de bénéficier non seulement de ce rapport devenu amical, mais également de se renseigner sur la provenance des volailles. En suivant l'évolution de l'épidémie de grippe aviaire sur le territoire vietnamien, elles peuvent savoir d'où viennent les volailles et si la localité est infectée ou non.

Qu'est ce qui est le plus important : aller chez un commerçant connu ou chez un commerçant dont les poulets sont contrôlés ?

« Moi je choisis le commerçant connu. C'est l'origine du poulet qui compte le plus et le tampon peut être faux. »
(Hoi, 27 ans).

De ce fait, les commerçants connus s'apparenteraient aux proches élevant des volailles à la campagne. Les plus jeunes mettent donc en avant le besoin d'être en contact avec une population connue, connaisseuse et confiante.

« J'en achète chez les commerçants connus ou chez les proches de la campagne, c'est plus garanti. » (Nga, 27 ans).

On remarque que les plus jeunes et les plus âgées de ce groupe ne partagent pas tout à fait les mêmes idées sur le sujet. Elles adoptent les mêmes comportements dans l'acte d'achat mais ne mettent pas en avant les mêmes arguments quant aux manières de se protéger du risque de grippe aviaire.

Résultats du focus group « Entre les jeunes et les personnes âgées »

- **Le risque de grippe aviaire est perçu comme moins fréquent et moins craint chez les jeunes**
- **Une prise de recul des jeunes sur les informations et les contrôles vétérinaires**
- **Toutes ont des connaissances mais ne se sentent pas capable de détecter une volaille contaminée**
- **Toutes partagent l'idée que les supermarchés et les volailles élevées par des proches à la campagne sont des références en matière de sécurité sanitaire**
- **Les lieux d'achat n'ont pas vraiment changé**
- **Les jeunes accordent de l'importance au degré de connaissance avec les commerçants, ce qui leur permet :**
 - **d'instaurer une relation de confiance**
 - **de connaître l'origine des volailles**
- **Les plus âgées font davantage confiance aux contrôles sanitaires et vétérinaires, mais se rendent toujours chez des commerçants connus.**

Conclusion de la deuxième partie

Dans cette seconde partie, nous avons exposé et commenté les résultats de l'enquête outil par outil. Le travail d'observations a consisté en un premier regard sur le phénomène, au travers des marchés alimentaires qui ont constitué le berceau du travail de terrain. Le traitement statistique, portant sur 214 foyers de Hanoi, nous a renseigné sur les pratiques et représentations des consommateurs à l'égard du risque de grippe aviaire en Juillet 2004, c'est-à-dire un an avant la présente étude. Il est essentiel car il pose non seulement une base de données intéressantes pour l'étude, mais il permet également, au travers des zones « floues » qui en émanent, d'orienter le travail qualitatif. La phase d'entretiens individuels nous a permis d'approcher les représentations des consommateurs à l'égard de ce risque. Une différenciation sociale, issue des hypothèses du travail quantitatif, s'est révélée être un axe de lecture intéressant de la perception de ce type de risque sanitaire. Enfin, afin de valider la corrélation entre l'appréhension du risque et les niveaux sociaux de la population de Hanoi, nous avons effectué des focus groups. Ces derniers nous ont permis de mieux comprendre encore les représentations des consommateurs.

TROISIÈME PARTIE

ANALYSE, SYNTHÈSE ET DISCUSSION DES RÉSULTATS

I. Une grille de lecture du risque sanitaire

Intéressons nous maintenant aux représentations du risque de grippe aviaire. A travers elles, cette partie vise à approfondir la notion même de représentation à l'égard d'un risque sanitaire. Dans les grilles de lecture concernant les représentations sociales rencontrées lors du travail bibliographique, le rapport à l'information qu'ont reçue les individus est le point de départ de l'analyse. C'est notamment le cas pour celle de Moscovici (1961) qui propose un système à trois composantes : l'information, l'attitude et l'ancrage. Dans ce modèle, l'information pénètre l'individu avec un impact et des conséquences différentes selon les caractéristiques de ce dernier (psychologique, sociales, économiques...). Il en résulte une évolution de ses attitudes puis une prise de recul plus ou moins intense sur la société, le regard qu'il porte sur divers secteurs, ce que l'on pourrait nommer l'ancrage.

Pourtant, dans notre étude sur le risque de grippe aviaire, il nous a semblé judicieux de saisir en premier lieu le rapport qu'entretiennent les consommateurs avec les produits « mis en cause », puis de comprendre leurs pratiques et les implications de ses dernières, enfin un niveau plus abstrait, plus théorique, plus « impalpable », le niveau des représentations, des systèmes de pensée, des significations que l'on a nommé *représentations du risque*.

1/ Produits

Il est intéressant ici de vérifier si des produits (volailles, parties de volailles, œufs...) ont été sanctionnés ou valorisés avec le phénomène de grippe aviaire. Nous avons répertorié, au préalable du travail qualitatif, les volailles et parties de volailles consommées au Vietnam.¹⁰ Cette fiche nous a servi dans les focus group ; après une discussion collective sur les différences de niveau de risque en fonction des volailles et des parties de volaille, la fiche de classement était soumise aux participants. Cet exercice, en deux temps, permettait en premier lieu de saisir les représentations que les individus avaient des produits et de laisser s'exprimer ces représentations dans le discours. Ensuite venait le moment où la fiche était présentée aux consommateurs, leur permettant de donner une opinion sur chacune des volailles et parties de volailles.

1.1. Des produits sanctionnés

1.1.1. *Les parties de volailles à risque*

L'exercice de la fiche lors des focus groups a été porteur de sens, car les individus exposaient d'abord leur point de vue quand à certains produits et laissaient ainsi transparaître les représentations qu'ils en avaient. Le premier temps était ainsi davantage marqué par le phénomène de « pensée magique ». Ainsi, le foie et les tripes étaient les premières parties de volaille désignées « à risque ». En termes vétérinaires, ces parties sont contaminantes car ce sont des « organes » où le sang, porteur du virus, circule. Mais les individus ne les citaient pas pour ces raisons. Ils justifiaient cette sélection par une transmission de savoirs par les ancêtres qui voyaient le foie comme le lieu de concentration de tous les maux d'un être vivant et les tripes comme l'élément interne le plus sale et le plus sujet aux parasites. Le virus H5N1 *a priori*, agirait de la sorte, c'est-à-dire que ces deux éléments seraient à proscrire car le virus

¹⁰ cf Annexe 2 « L'ordre du mangeable : les volailles au Vietnam » p120

« envahirait » avant tout ces deux parties. La représentation sociale que les individus ont, par le biais des ancêtres, de ces éléments participe à la « contamination symbolique » de ces derniers (Rozin 1994, Poulain 2002b), influence l'identité de l'aliment convoité, et par là même celle du mangeur, au travers du « principe d'incorporation ». Rappelons que le « principe d'incorporation » correspond à la croyance que l'on est ce que l'on mange, autrement dit qu'en incorporant un objet on assimile certaines de ses propriétés. Cela est vrai du point de vue objectif car on incorpore les qualités nutritionnelles de l'aliment, mais il l'est d'autant plus du point de vue symbolique car on incorpore également la représentation que l'on a de l'aliment. Un passage des propriétés de l'aliment au mangeur s'effectue (Lahlou, 1994). Si nous en étions restés à cette phase de discussion, nous aurions pensé que les consommateurs sanctionnaient en priorité le foie et les tripes des volailles. Mais en leur soumettant la fiche de l'ordre du mangeable concernant les volailles au Vietnam, les individus s'interrogeaient ou plutôt se ré-interrogeaient sur chaque constituant et un décalage se dessinait. En effet, ils citaient ainsi le sang comme étant l'élément le plus dangereux et le justifiait par les informations et les recommandations gouvernementales. On remarque ainsi que les consommateurs utilisent des connaissances profanes pour se protéger, même si elles sont complétées par les informations officielles. Leurs représentations et par là même leurs pratiques sont donc à la fois influencées par des savoirs profanes et des informations officielles.

1.1.2. Les volailles à risque

Le phénomène est quelque peu différent pour le niveau de risque que représentent les volailles. Dans un premier temps, les individus citent le poulet comme étant le plus à risque et justifient cela par le fait que le nom même du phénomène comprend le mot « poulet ». En effet, les médias ont diffusé pendant plusieurs mois des informations traitant littéralement de « la grippe du poulet ». Les individus ont alors d'abord cru que l'épidémie ne concernait que le poulet, et ce jusqu'à la troisième crise où le sud du pays a vu ses élevages de canards et de cailles ravagés par le virus. Encore aujourd'hui les médias parlent davantage de grippe du poulet que de grippe aviaire, et les consommateurs citent naturellement le poulet comme étant le plus à risque. Mais lorsque l'on leur soumet la même fiche sur l'ordre du mangeable concernant les volailles au Vietnam, les éléments de réponse deviennent plus précis. Ainsi, le poulet industriel est pointé du doigt comme étant la volaille la plus à risque et donc la plus risquée. La encore la pensée magique intervient ; en appliquant le « principe d'incorporation » sur les volailles, la nourriture industrielle utilisée dans les élevages en batterie, perçue comme étant de mauvaise qualité, serait un des facteurs de transmission du virus. Les poulets industriels, étant nourris avec des nourritures de moins bonne qualité que les poulets de campagne, seraient plus fragiles et ne pourraient pas lutter contre les attaques virales. D'autre part, la proximité des volailles dans les grands élevages est perçue comme un facteur aggravant du risque de transmission.

D'un autre côté, les individus, en observant la fiche de classement, citent les canards comme étant également des volailles à risque puisqu'une très grande quantité a été infectée dans le Delta du Mékong. Mais s'étant déroulée au sud du pays, les consommateurs ont davantage mis à distance ce risque et ne le cite pas *a priori*.

1.2. Des produits valorisés : le cas des œufs

Au Vietnam, les œufs de toutes les volailles se consomment même si certains, comme les œufs couvés, ne proviennent que des canes. Les sciences dures manquent à ce jour de connaissances sur les possibilités de contamination par la consommation d'œufs. Les médias ont donc recommandé la prudence mais ne se sont pas prononcés sur les risques éventuels. Le gouvernement a recommandé de ne manger que des œufs bien cuits. La consommation d'œufs, chez les consommateurs, aurait moins baissé que celle de viande de volaille (selon les déclarations des consommateurs et de la commerçante d'œufs rencontrée). Même certains individus qui ne consommaient plus de viande ont continué à manger des œufs. Les consommateurs n'auraient donc pas la même représentation du risque de grippe aviaire en fonction du type de produit.

L'hypothèse de l'influence des médias sur le système de représentations reste donc posée. Car les œufs, quasiment absents des communications officielles sur le thème, bénéficieraient dès lors d'une réappropriation par la pensée magique. En effet, les consommateurs mettent en avant le fait qu'une volaille contaminée n'est pas en bonne santé, et n'est ainsi pas apte à produire un œuf. La consommation des œufs devient par conséquent moins risquée que celle de la viande. Mais vient le délicat problème des œufs couvés : mi-œuf, mi-viande. D'autant que ce met est symboliquement considéré comme excellent pour la santé ; manger un œuf couvé reviendrait à incorporer quelque chose « en devenir ». Mais la cuisson reste l'élément de réassurance. Aujourd'hui, tous les consommateurs déclarent manger des œufs bien cuits.

On remarque ainsi que les représentations des consommateurs à l'égard des produits issus des volailles sont influencées par les messages d'information d'une part et la pensée magique, la symbolique, la culture d'autre part. Moins on communique sur un thème et plus les consommateurs construisent ou utilisent des savoirs profanes.

1.3. Une différenciation sociale à l'égard des produits ?

Tous les individus ayant participé aux entretiens ou aux focus groups ont déclaré préférer le poulet de campagne pour sa chair ferme, son « vrai » goût de poulet et toute la symbolique de la campagne, du naturel et de la liberté, qui l'accompagne. Le poulet industriel a lui une chair trop grasse et moins savoureuse.

Les goûts ne varient pas tellement en fonction des niveaux sociaux. Les plus riches ont tendance à varier davantage les mets, achetant parfois des cailles, des pigeons ou autres petits volatiles que les plus pauvres ne peuvent s'offrir. La fréquence d'achat semble différente en fonction des niveaux sociaux. Nous n'avons malheureusement pas de données quantitatives permettant d'étayer ceci. Toutefois, lors des entretiens, les pauvres ont déclaré ne consommer de la volaille qu'une fois par semaine en général, parfois moins, tandis que les plus riches citaient régulièrement deux fois par semaine.

Mais les représentations à l'égard des volailles les plus consommées, poulet et canard, ne changent pas sensiblement en fonction des niveaux de richesse, d'âge ou de sexe. Pourtant, même si le poulet de campagne est vu comme meilleur et coûte plus cher, les plus riches n'en achètent pas toujours. Car pour se procurer un poulet de campagne, il faut le choisir vivant puis le faire abattre et préparer par le commerçant avant de le ramener chez soi. Les femmes les plus riches rencontrées travaillent toute la journée et ne s'accordent pas toujours le temps pour cette longue préparation ; elles se rabattent parfois sur le poulet industriel qui est lui déjà prêt à cuire. Elles se rendent également au supermarché le week-end où il est possible d'acheter du poulet de campagne préparé dans certaines de ces grandes surfaces.

Les femmes les plus pauvres partagent ce goût pour la viande de volaille de campagne ; pour des raisons financières principalement, elles achètent également du poulet industriel qui est jusqu'à 30% moins cher. Mais le poulet de campagne reste la référence ; elles préfèrent consommer moins fréquemment du poulet mais en acheter de bonne qualité. Le poulet industriel peine encore à percer à Hanoi.

Mais les différences sociales ne s'affirment pas seulement dans les produits ou volailles consommées. Jetons un œil aux pratiques qui, elles, permettent davantage encore à ces décalages de s'exprimer.

2/ Pratiques

2.1. Des moyens de protection aux nouvelles habitudes alimentaires ?

La crise de grippe aviaire, qui a commencé fin 2003, a modifié, comme nous l'avons montré, les pratiques alimentaires des consommateurs d'Hanoi. Il s'agit ici de s'interroger sur l'éventuel effet d'accoutumance à l'évolution de ces pratiques. Les consommateurs ont-ils développé de nouvelles habitudes de consommation depuis l'épidémie ?

2.1.1. Entre achat et préparation

2.1.1.1. L'achat de volailles

Depuis Janvier 2005, les marchés de centre-ville de Hanoi doivent être équipés d'abattoirs fermés¹¹. Avant la crise, rappelons qu'il y avait quatre manières d'acheter de la volaille :

- Vivante pour la tuer et la préparer chez soi.
- La choisir vivante et la faire abattre et préparer par le commerçant.
- Abattue et préparée.
- A la découpe.

Pourtant, les consommateurs considèrent aujourd'hui qu'il y a un risque de contamination lors de l'abattage et de la préparation, par contact direct avec la volaille, vivante ou morte. Une grande majorité déclare donc faire abattre et préparer sa volaille par le commerçant. Ce procédé permettant de mettre à distance le risque et de le réduire serait devenu une habitude, un comportement alimentaire, une norme. La majorité des consommateurs rencontrés déclarent pourtant que cette pratique était déjà croissante avant la crise ; de plus en plus faisaient abattre leur volaille au marché, les facteurs de commodité, de gain de temps et d'amélioration des conditions d'hygiène dans les marchés étant mis en avant. Mais cette tendance s'accroît encore avec la crise aviaire. Pourquoi prendre le risque d'abattre une volaille chez soi alors que le commerçant peut le faire ? Ce processus participe ainsi au mécanisme de mise à distance du risque.

¹¹ cf Annexe 3 « Réglementations » p121

2.1.1.2. La préparation des volailles

Concernant la préparation, les consommateurs, ayant peur de toucher la volaille, ont élaboré, là aussi, une réduction des risques. L'eau est perçue comme élément purificateur et est donc largement utilisée lors de cette phase de préparation. Elle est additionnée de sel ou de vinaigre. La plupart essaie de toucher le moins possible la volaille, même abattue, préparée et lavée. Peu utilisent des gants pour la manier, cette pratique étant pourtant l'une des recommandations du gouvernement.

Par ailleurs, on remarque que le message sur la cuisson supérieure à 70°C est passé même si la température exacte d'inoculation du virus n'est pas toujours citée. En effet, il est possible ici de voir le décalage expert/profane puisque pour les experts, un degré de cuisson suffit à éradiquer le risque, tandis que les consommateurs s'interrogent sur cette cuisson. Très peu se sont procurés des thermomètres afin de vérifier la température de cuisson ; ils font donc « bien cuire » la viande, parfois pendant très longtemps. De même, ce décalage expert/profane s'exprime également avec la pensée magique des individus. En effet, peu se sentent capables de consommer une volaille atteinte du virus même si cuite à plus de 70°C. C'est donc une manière de se protéger, de se rassurer mais une viande infectée restera « souillée » pour une partie des consommateurs. Les individus ont toutefois pris l'habitude de bien faire cuire la viande de volaille, au départ par sécurité et mise à distance du risque, aujourd'hui par habitude et souvent par goût. Plusieurs assurent avoir changé « d'habitude de préparation » depuis la grippe aviaire et pensent conserver ces pratiques puisqu'ils les ont adoptées et s'en accommodent.

Pourtant, parallèlement à cette phase de préparation se dessine un paradoxe, à deux niveaux.

2.1.2. Une perte de repères

2.1.2.1. Préparation/consommation

Tous les individus déclarent avoir moins peur de consommer une volaille que de la préparer. Concernant la phase de consommation, nous avons vu que le message pour la cuisson supérieure à 70°C était non seulement passé mais avait été adopté. La consommation ne fait plus aussi peur qu'avant. Les individus s'attachent à bien choisir leur volaille et puisent ainsi dans différentes manières de se protéger. Mais entre l'acte d'achat et la consommation, la phase de préparation reste une zone de flou ; on ne connaît pas les risques que l'on court en touchant une volaille morte, en la préparant. Le gouvernement recommande le port de gants lors de la manipulation de la volaille. Mais cette recommandation n'a pas été suivie, les gants ôtant la dimension plaisir de la cuisine. La volaille est lavée avec de l'eau additionnée de sel ou de vinaigre, cette pratique étant antérieure à la crise aviaire. Mais la crainte reste le contact direct avec la volaille. Comment la découper, la laver et même la placer dans un récipient ?

Ils ont donc moins peur de consommer une volaille que de la préparer, car ils n'ont que peu de connaissances sur les possibilités d'attraper le virus autrement que par la consommation de viande mal cuite.

Les consommateurs ne vont pourtant pas plus au restaurant. En s'y rendant, ils auraient pu désamorcer le caractère effrayant de cette phase de préparation, en ne jugeant plus que le degré de cuisson de la viande. Nous aurions ainsi pu faire l'hypothèse qu'en craignant de préparer une volaille, ils auraient pu en consommer au restaurant pour mettre à distance ce risque vu qu'ils sont capables de juger du degré acceptable de cuisson. Mais les consommateurs ne font, dans l'ensemble, pas confiance aux restaurateurs, notamment concernant les méthodes d'approvisionnement, de préparation et de stockage.

2.1.2.2. Connaissances profanes/prise de risque

Un autre paradoxe se dessine concernant la phase de l'acte d'achat. En effet, nous avons vu que les consommateurs mettaient en avant des connaissances profanes lors de l'acte d'achat, mêlées aux recommandations officielles ou à d'autres manières de se protéger. Mais pour choisir une volaille, les individus ont besoin de la voir vivante, de la toucher, de la soulever, de l'inspecter... Or cette pratique implique une forte exposition au risque de contamination ; on respire près de la volaille vivante et, en se débattant, des plumes peuvent voler. En appliquant ses connaissances pour réduire le risque, on en revient à davantage s'y exposer. Les consommateurs, en voulant s'assurer de l'état de santé d'une volaille, ce qui permet d'en choisir une saine, prennent donc le risque d'être contaminé. Il faut donc faire un choix. Vaut-il mieux courir ce risque ou renoncer à laisser s'exprimer ses connaissances et se tourner vers d'autres moyens de réassurances, d'autres manières de se protéger ?

Mais vers quels moyens, quelle manières ?

Ces deux paradoxes participeraient ainsi à une certaine perte de repères, notamment lors des phases d'achat et de préparation.

2.1.3. Le remplacement de la volaille

Intéressons-nous au remplacement de la viande de volaille. Cette modalité ne concernerait *a priori* que la partie de la population qui a stoppé sa consommation de volaille. Pourtant, tous ont arrêté d'en acheter au moins à la période d'interdiction des ventes de volailles aux mois de février et mars 2004. Une si courte période ne permet pas de changer totalement des habitudes. Mais comme nous l'avons montré plus haut, la consommation de volailles a dans l'ensemble baissé en quantité et en fréquence. Les consommateurs se sont donc en partie tournés vers d'autres produits. Cela montre que les consommateurs n'achètent plus autant de volailles qu'avant ; ce peut être dû au prix encore élevé du poulet par exemple, environ 55 000 VND le kilo de poulet de campagne, (soit 3 Euros) contre 38 000 VND (soit 2 Euros) avant la crise. Malgré la hausse des prix généralisée, certains aliments sont moins chers que la volaille. Le porc coûte environ 40 000 VND pour un kilo de filet et il faut compter à peu près 35 000 VND pour un kilo de crevettes d'eau douce. Une partie des consommateurs a pu prendre ainsi l'habitude de consommer des produits de remplacement à moindre coût. Mais la volaille et plus précisément le poulet, reste une viande très prisée à Hanoi ; rappelons de plus qu'elle est perçue comme une viande d'endo-consommation et constitue ainsi un plat familial ; elle a également sa place dans la culture, notamment pour le culte des ancêtres. Le remplacement de la volaille par d'autres aliments serait donc corrélé à la crise aviaire ; les individus rencontrés déclarent que leur consommation de volaille n'est pas encore revenue à la normale en termes de quantité et de fréquence, mais que l'épidémie va être maîtrisée et qu'ils vont en reconsommer davantage, comme avant la crise. Depuis deux ans et demi, la vente de produits comme le porc ou les fruits de mer se serait multipliée, mais la consommation de volailles, une fois la grippe aviaire éradiquée, reviendrait à la normale, au détriment de ces « produits de substitution ». L'éradication n'étant pas prévue à court terme, il serait intéressant de vérifier dans un premier temps la part des ventes de fruits de mer et de porc due à la grippe aviaire. Dans un second temps, il s'agirait d'observer les modes de consommation afin de voir s'il y a eu accoutumance à ces nouveaux comportements alimentaires et donc vérifier si la grippe aviaire a influencé les habitudes alimentaires des consommateurs concernant d'autres produits.

Il est donc aujourd'hui difficile de comprendre si ce changement de consommation n'est dû qu'au sentiment de peur qui persiste et qui pousserait les gens à réduire leur fréquence de

consommation de volailles, qu'à la hausse des prix qui facilite la dispersion vers d'autres produits plus abordables, ou si réellement les individus se sont habitués à consommer d'autres produits.

Il est par ailleurs possible d'observer des différences sociales dans cette pratique de remplacement notamment en fonction des « produits de substitution » choisis, tout comme dans l'ensemble des pratiques alimentaires depuis le phénomène de grippe aviaire.

2.2. Pratiques et différenciation sociale

2.2.1. « Les produits de substitution »

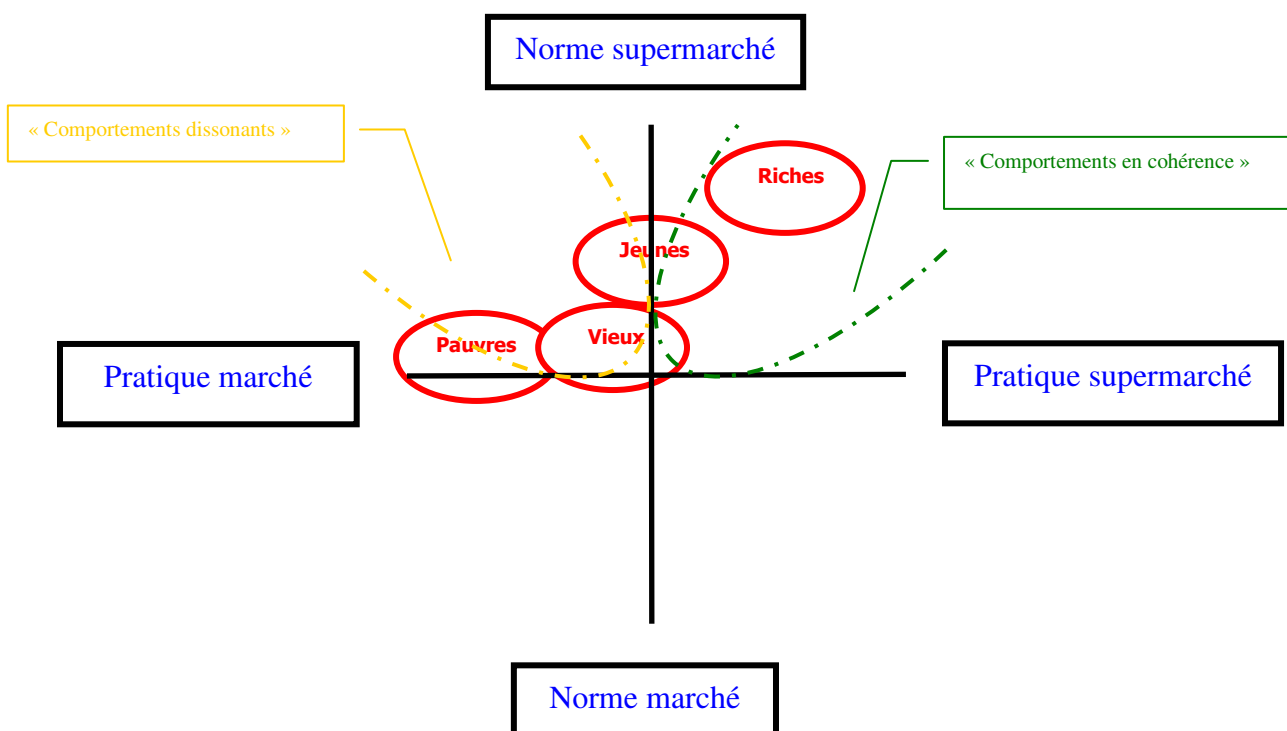
Comme nous l'avons vu, les consommateurs ont remplacé le poulet par d'autres aliments, certains pour une période courte (début de la crise, interdiction des ventes de volailles, d'autres pour un plus long terme). S'étant majoritairement tournés vers le poisson, les fruits de mer et le porc, il apparaissait dans un premier temps que les différences sociales ne s'étaient pas exprimées dans cette stratégie de remplacement. Pourtant, en affinant les entretiens et grâce aux focus groups, il est apparu que la notion de « fruits de mer » n'était pas la même pour tous les individus. En effet, les pauvres, en citant ce type de produits, font davantage référence à des petites crevettes d'eau douce qui n'excèdent pas les 35 000 VND le kilo. De même, le poisson n'est pas une catégorie d'aliments homogène au niveau des prix. Les plus pauvres par exemple ont ainsi acheté des petits poissons d'eau douce que l'on trouve à 15 000 VND le kilo. Les plus riches se sont davantage tournés vers les crevettes « de mer », les sèches et des poissons de mer. Ils ont également ajouté à ces produits de substitution le bœuf, viande quasiment inexistante dans les repas des plus pauvres. Des différences sociales sont donc visibles dans cette stratégie de remplacement. La célèbre citation de Brillat-Savarin « dis moi ce que tu manges, je te dirais ce que tu es » prend une fois de plus ici tout son sens.

2.2.2. Les lieux d'achat : un décalage normes/pratiques

La grande majorité des consommateurs rencontrés achètent leur volaille au marché. Pourtant, un lieu d'achat s'élevant à la référence en matière de sécurité sanitaire se dessine : c'est le supermarché. Deux établissements dominent le secteur. Ce sont Métro et Big C (groupe Bourbon), situés à la périphérie de la ville. Parallèlement, quelques petits supermarchés « poussent » à l'intérieur du centre-ville, logés au cœur des centres commerciaux. Les garanties y seraient meilleures que dans les marchés, et les consommateurs justifieraient ceci par les prix élevés qui seraient témoins d'une bonne qualité et le résultat d'une série de contrôles. Le prix est une preuve de qualité, un signe de qualité ; lors d'une étude sur les consommateurs de Hanoi, à la question « citez les avantages que vous voyez dans le supermarché », plus de 80% des individus ont répondu « qualité supérieure des produits » (Figuié, Truyen, 2005). Pourtant, si tous citent le supermarché comme étant le lieu d'achat le plus rassurant et le plus fiable, très peu s'y rendent en réalité pour acheter leur volaille. Tous non, pas vraiment, car il existe une différenciation sociale à l'égard de cette pratique. Ainsi, les plus pauvres déclarent avoir confiance dans les supermarchés mais semblent continuer d'acheter leurs volailles au marché. Ils mettent en avant la perte de temps et d'argent (« il faut payer un moyen de transport et une fois sur place on va acheter des choses non prévues ») pour justifier cet écart entre ce qu'ils pensent et ce qu'ils font réellement. Toutefois, une partie semble reconnaître dans les marchés une certaine forme de garantie, c'est pourquoi leurs comportements ne semblent pas être totalement en

« dissonance » (Poulain, 2002a). Les plus riches, eux, déclarent faire confiance au supermarché pour les mêmes raisons évoquées mais s’y rendent, majoritairement, pour l’achat de volailles. Selon Poulain (2002a), leurs comportements seraient ainsi « cohérents ». Nous avons remarqué que les plus jeunes et les plus vieux semblaient se situer entre ces deux pôles. Les plus vieux adhèrent à la représentation positive du supermarché mais semblent ne s’y rendre que rarement. Les plus jeunes voient le supermarché comme une référence en matière de sécurité mais semblent partagés en pratique entre le marché et le supermarché. Considérons le fait de penser le supermarché en tant que référence en matière de sécurité sanitaire comme une norme ; puis visionnons ce décalage « normes/pratiques » à l’aide de ce schéma :

Le décalage normes/pratiques



Ce décalage normes/pratiques aurait tendance à augmenter quand le niveau de revenus baisse et quand l’âge augmente. Cette corrélation reste un élément intéressant pour la compréhension des représentations d’un risque sanitaire. Mais elle mériterait d’être vérifiée à l’aide d’un travail quantitatif permettant la validation d’un tel processus. Ceci permettrait également d’analyser les raisons des comportements dissonants.

3/ Représentations du risque

3.1. Quelles représentations du risque ?

3.1.1. Fréquence, gravité et crainte

Afin de mieux comprendre le premier niveau de signification de ce risque pour les consommateurs de Hanoi, nous allons aborder cette notion de représentation à l'aide de trois éléments : la fréquence, la gravité et la crainte. Les deux premiers permettent de comprendre les rapports qu'entretiennent les individus avec les informations sur le risque et par ailleurs d'aborder leur jugement sur le phénomène. La crainte permet d'aborder davantage encore l'individuel, et s'oppose ainsi aux notions de fréquence et de gravité qui, elles, sont plus attachées au collectif. Ce décalage permet de mieux saisir les éventuelles mises à distance du risque que l'individu pourrait opérer. En effet, Peretti-Watel (1999) nous explique qu'un risque est davantage perçu comme dangereux pour les autres que pour soi-même, ce qu'il appelle « le biais d'optimisme », l'un des nombreux biais issus des théories de sociologie du risque. Ceci permettrait alors de distinguer *risque pour soi* et *risque en général*. Observons rapidement les manières dont les individus ont classé le risque de la grippe aviaire au milieu d'autres risques liés à la consommation de viande au Vietnam lors de l'exercice du portefeuille de risques¹².

Le portefeuille de risques

	Fréquence		Gravité		Crainte	
	Classement	Note	Classement	Note	Classement	Note
Viande abîmée						
Viande contenant des hormones de croissance						
Viande contenant des antibiotiques						
Viande provenant d'un animal atteint de grippe aviaire	6	4	1	1	1	1/2
Viande provenant d'un animal malade						
Viande transformée contenant des colorants ou des conservateurs (Borax, Formol)						

Classement :

- 1 = le plus fréquent/grave/important
- 6 = le moins fréquent/grave/important

¹² cf Annexe 10 « Guide focus groups » p166

Note :

- 1 : oui, très fréquent/grave/important
- 2 : oui, plutôt fréquent/grave/important
- 3 : non, plutôt pas fréquent/grave/important
- 4 : non, pas du tout fréquent/grave/important

Lors de cet exercice proposé aux individus rencontrés lors des focus groups, les résultats concernant la fréquence, la gravité et la crainte à l'égard de la grippe aviaire ont été assez homogènes. Une large majorité considère ce risque comme *pas fréquent du tout* mais comme quelque chose de *très grave*. Fischler (1998) explique cette corrélation entre fréquence et gravité ; l'individu a tendance à sous-estimer les risques de la vie quotidienne, et à l'inverse à surestimer les risques perçus comme moins fréquents. De même que l'on craint davantage ce qui est éloigné, invisible, inconnu et mystérieux. On remarque également que ce rapport s'applique au risque de grippe aviaire puisque les participants des focus groups ont déclaré se préoccuper de ce problème, davantage que les autres risques proposés. Pourtant, en observant les résultats des entretiens individuels, on remarque que des différences sociales partagent légèrement les individus. En effet, les uns craignent la grippe aviaire car ils qualifient ce phénomène de grave (en cas de consommation), les autres la craignent moins tout en la définissant comme aussi grave. Quel lien peut-il être placé entre ces notions de gravité et de crainte ? Simplement le fait qu'un risque n'est pas perçu de la même manière pour soi que pour les autres. Ce « biais d'optimisme » pointe une différenciation sociale à l'égard des représentations du risque de grippe aviaire. En effet, les plus jeunes et les plus riches ont davantage cité *oui, plutôt important* concernant le degré de prise en compte du risque de grippe aviaire lors de la préparation du repas à la maison tandis que les autres individus ont cité *oui, très important*. Mais les différences de représentations à l'égard d'un risque sont difficilement perceptibles lors d'un focus group réunissant des individus de tous horizons. En effet, le groupe a tôt fait d'engloutir et de modeler ces écarts ; il est plus facile de déclarer faire comme « tout le monde » que le contraire qui nécessite une justification et une argumentation. Les entretiens individuels ont donc davantage mis en valeur ces différences. L'individu aurait donc tendance à minimiser les risques de son quotidien, à oublier même la gravité de certains de ces risques habituels, mais à « exagérer » certains risques objectivement moins graves du fait de leur singularité et de leur faible fréquence, comme c'est le cas pour la grippe aviaire. Fischler, comme nous l'avons vu, montre que l'Homme, par nature, se méfie de ce qu'il ne connaît pas bien et a donc tendance à « trop » prendre en compte les éléments qu'il ne « maîtrise » pas bien, et par là même à minimiser des risques qui mériteraient une attention toute particulière.

3.1.2. Maîtrise et sensation de maîtrise du risque

Le sentiment de contrôle est central dans la perception des risques par les profanes. C'est cette impression de maîtrise du risque, même si elle est tronquée, qui permet à l'individu de l'accepter ou non (Peretti-Watel, 1999). Dans les précédentes parties concernant les attitudes à l'égard des produits à base de volaille et les pratiques des consommateurs de Hanoi, nous avons noté que ces individus avaient élaboré des manières de se protéger du risque de grippe aviaire. Ces manières de se protéger, influencées par les recommandations officielles ou par les connaissances, les habitudes et les représentations des consommateurs, amènent à un sentiment de contrôle donc d'acceptation du risque. Rappelons à ce sujet que pour Peretti-Watel (1999), un risque acceptable est un risque accepté. L'acceptabilité passe donc par le sentiment de maîtrise, de contrôle.

Les consommateurs acceptent davantage le risque de grippe aviaire aujourd'hui qu'au début de la crise. D'un côté, on remarque que le sentiment de peur tend à diminuer ; tous les individus déclarent avoir eu le plus peur au début de la crise, au début 2004. D'un autre côté, le niveau de consommation de volailles semble s'être stabilisé comme nous l'avons vu précédemment. Ce phénomène est également cité par les individus rencontrés qui déclarent consommer à nouveau plus et plus souvent de la volaille (même si ce niveau de fréquence serait inférieur à celui d'avant crise) et s'oppose ainsi aux 94% d'individus qui avaient arrêté ou réduit leur consommation de volailles en Juillet 2004, comme le travail quantitatif nous l'avait montré.

Par cette maîtrise, ou ce sentiment de maîtrise, les consommateurs de Hanoi ont appris à accepter le risque que représente la grippe aviaire.

Par ailleurs, il est intéressant de noter que les plus riches et les plus jeunes semblent davantage accepter ce risque. Le sentiment de peur est moins important dans leur discours ; il semblerait qu'ils se réfèrent à des manières de se protéger dans lesquelles ils font davantage confiance que les autres individus rencontrés. Comme nous l'avons vu grâce au décalage normes/pratiques concernant le marché et le supermarché, les plus riches semblaient avoir des comportements plus en cohérence que les autres groupes, notamment les plus pauvres et les plus âgés. Les représentations à l'égard de ce risque pourraient donc différer notamment en fonction de critères sociaux tels que l'âge ou le niveau de revenus. Et s'il existe **des représentations des risques**, c'est qu'il y a **des différentes acceptabilités du risque**, et donc une **différenciation sociale**. Rappelons que « l'economics theory » suggère que les plus riches seraient moins averses aux risques car ils auraient la possibilité de transformer ces risques en opportunités. Mais ils seraient par ailleurs plus sensibles à d'autres risques (en particulier les risques environnementaux) car ils considèrent pouvoir agir sur ce futur, ce qui s'opposerait au « fatalisme » des plus pauvres. Les perceptions du risque diffèrent donc selon les groupes sociaux. Mais même s'il existe des inégalités sociales face au risque, on ne peut pas en conclure que les individus socialement « dominés » subissent les risques, et que les « dominants » les infligent et les imposent. Nous sommes tous confrontés quotidiennement à une multiplicité de risques, même si nous ne percevons pas les mêmes et nous ne les acceptons pas de la même manière. La situation objective face aux risques ne permet pas de démarcations nettes entre les groupes sociaux. Mais la façon dont nous les appréhendons, c'est-à-dire par nos représentations, met en évidence des inégalités sociales.

Nous voyons ici la complexité de la notion même de représentation. Ce travail de saisie des représentations des acteurs vis-à-vis du risque de grippe aviaire est donc complexe. Afin d'affiner ces résultats, nous avons soumis les individus enquêtés à un petit jeu leur permettant « simplement » de nommer ces représentations. Jetons y un œil.

3.2. « Le jeu des adjectifs » ou l'expression des représentations du risque

Une représentation est par essence abstraite mais surtout difficilement palpable, nommable. Car le « simple » langage ne permet pas précisément de nommer l'image que l'on a de quelque chose. Pourtant, pour saisir et comprendre les représentations des individus, il nous a fallu avoir recours au langage. Au terme de l'analyse du travail qualitatif, des résultats se dessinent. Mais pourquoi prendre le risque de nommer, en fonction du sens porté par ce travail, les représentations qu'ont ces individus du risque de grippe aviaire ? Pourquoi ne pas leur faire définir eux-mêmes, à travers le langage, les représentations qu'ils ont de ce risque ? Ceci permettrait ainsi d'apporter davantage d'objectivité. Comme le montrent Berger et Luckmann (1986), l'intérêt du langage est « d'objectiver sa subjectivité ». Ce processus

permet ainsi de rendre objectif car mis à disposition ce que l'on pense c'est-à-dire notre subjectivité.

Nous avons donc choisi de demander à chaque individu rencontré de définir le phénomène de grippe aviaire en deux adjectifs. Pourquoi deux ? Car ceci permet à la fois à l'individu d'exprimer des choses différentes mais aussi d'être rapide. Citer trois adjectifs aurait pu être intéressant pour éventuellement mettre en opposition des éléments mais le temps de réflexion s'allonge et le caractère spontané tant recherché lors des réponses aurait pu s'effacer. Ce « résumé personnel » de la grippe aviaire s'est révélé être d'une extrême richesse. Les individus ont réellement joué le jeu. De plus, cette demande de réflexion, située à la fin de l'entretien, était d'autant plus intéressante qu'un niveau de confiance s'était installé entre les enquêtés et nous. Lors des focus groups, le même exercice était renouvelé. Mais l'effet de groupe a pu avoir des répercussions sur les réponses puisqu'elles sont relativement homogènes, parfois identiques. Mais des différences se sont tout de même dessinées entre les groupes. De plus, l'intérêt étant de faire résumer les représentations de chaque individu en deux adjectifs, tout autre mot cité prenait alors une place importante.

Une très grande majorité a d'abord cité l'adjectif « dangereux », posant ceci comme base d'où sont ensuite partis différents mots permettant d'exprimer différentes représentations.

3.2.1. Mise à distance du risque

3.2.1.1. La « sélection victimaire »

« *Dangereux mais évitable* », formule citée plusieurs fois, est révélatrice de cette mise à distance du risque. Les individus présentent premièrement la grippe aviaire comme un phénomène *dangereux*, utilisent ensuite le *mais* puis la qualifient d'*évitable*. Et lorsqu'on leur demande de commenter, de justifier l'utilisation des deux adjectifs cités, ils expliquent que la grippe aviaire est dangereuse pour les éleveurs et les personnes travaillant dans les abattoirs mais pas pour les consommateurs. En effet, les consommateurs ont, en termes d'experts, moins de risques d'être contaminés par le virus que les individus qui côtoient quotidiennement et de manière continue les volailles. Les consommateurs mettent ainsi le risque à distance et se sentent rassurés ; leur consommation est peu risquée du fait d'une bonne cuisson qui, comme nous l'avons montré précédemment, est aujourd'hui passée dans les habitudes alimentaires. Mais nous avons également vu que la phase de préparation restait mystérieuse, inquiétante. C'est la phase qui rapproche le plus les consommateurs du travail des éleveurs et autres « abatteurs ». Ils touchent la volaille. Et le fait de reporter le risque sur ces « individus à risque » permet de légitimer la consommation, de se persuader, de se rassurer. L'utilisation du « mais » est ici révélatrice d'un certain relativisme et nous informe quant à la mise à distance du risque opérée.

Cette « sélection victimaire » (Peretti-Watel, 1999) consiste à stigmatiser des groupes à risque selon des logiques qui ne sont pas forcément scientifiques. Ces victimes « expiatoires » sont souvent sélectionnées car déviantes, le meilleur exemple restant les toxicomanes et homosexuels pour le cas du SIDA. Ce mécanisme rend le risque acceptable car il permet une mise à distance du risque et le report de ce dernier sur un autrui bien défini. En effet, le risque étant une notion abstraite, les individus ont tendance à l'incarner en désignant des victimes stéréotypées, reconnaissables, éloignées.

Le risque de grippe aviaire est donc plus facilement accepté lorsqu'il est perçu comme évitable ; la « sélection victimaire » à l'égard des éleveurs et des « abatteurs » permet cette mise à distance du risque, ce relativisme.

3.2.1.2. Les influences mutuelles entre acteurs

D'un autre côté, mettre à distance un risque c'est aussi partager les mêmes sentiments que ses proches à l'égard de ce risque. Nous avons montré dans les résultats concernant les entretiens que plusieurs individus influençaient ou avaient été influencés par des amis, des voisins, des proches vis-à-vis de leur consommation de volailles. Cette stratégie de persuasion consiste à faire adhérer un individu dans le même champ que soi, et permettrait également une mise à distance du risque, cette fois plus collective encore. Avoir ses proches ou ses voisins qui adoptent le même comportement de consommation que soi est un moyen de réassurance supplémentaire, et les individus rencontrés l'ont utilisé à cet effet. Mais on remarque que ces influences ont fonctionné à deux niveaux. Dans un premier temps, correspondant au début de la crise (les premiers mois de 2004 notamment), les individus auraient incité les proches à arrêter de consommer de la volaille. Ceci s'apparente principalement à une stratégie de protection. Mais dans un second temps, plus récent, allant de mi-2004 jusqu'à la réalisation de cette étude, le phénomène inverse s'est produit. Cette pression sociale a été et est encore aujourd'hui exercée à l'encontre des réfractaires ; les individus ayant repris leur consommation de volailles incitent les proches à reconsommer à leur tour, comme si le fait que certaines personnes de leur entourage qui continuent d'avoir « ostensiblement » peur les faisait douter. Ils essaient donc de les convertir en minimisant le risque, ce qui leur permettrait de le mettre encore plus à distance et ainsi de se rassurer. La crise aurait donc été partagée en deux temps, et ce basculement serait révélateur d'une accoutumance au risque. Ces tentatives d'incitation laisseraient toutefois percevoir une certaine fragilité de ce phénomène d'accoutumance.

3.2.2. Accoutumance au risque ?

La formule « *Dangereux au début/avant puis guérissable/évitable* » montre que les représentations du risque de grippe aviaire ont évolué au fur et à mesure du temps. En effet, la simple utilisation des termes *avant* ou *puis* montre qu'un changement s'est opéré. Rappelons que pour Duby (1998) « un risque a tendance à être sous-estimé quand il est connu, maîtrisable ou perçu comme tel, et que l'on s'y expose volontairement. A l'inverse, un risque est d'autant plus surestimé qu'il est mystérieux, qu'on ne peut le contrôler et qu'on y est exposé *volens nolens* ». Et nous en arrivons aux difficultés d'estimation des risques. Les processus d'acceptabilité du risque laissent en effet apparaître des problèmes d'estimation des mêmes risques. Nous ne saurions dire si le risque de grippe aviaire est sous-estimé puisque nous n'avons pas de référentiel. Quelle serait une bonne estimation de ce risque ? Quoiqu'il en soit, on remarque qu'avec le temps, la majorité des consommateurs a eu de plus en plus la sensation de pouvoir se protéger du risque, donc de le maîtriser. Ils s'y sont donc accoutumés, ont appris à vivre avec lui, à cohabiter et à l'accepter, et ce par habitude, mais aussi par expérience et apprentissage résultant des recommandations et des manières de se protéger mises en oeuvre. Par accoutumance, précisons que nous entendons par là le fait de s'être habitué, ici à vivre avec le risque de grippe aviaire. Il ne s'agit nullement d'un phénomène passif dû au temps qui passe mais bien le résultat d'un processus dynamique. Les consommateurs, comme nous l'avons vu, ont développé des moyens de protection plus ou moins liés aux recommandations officielles.

Par ailleurs, accoutumance et appréhension peuvent cohabiter ; le sentiment de peur tend à diminuer mais reste présent dans la plupart des entretiens.

Accoutumance au risque et mise à distance du risque apparaissent ici comme étant des phénomènes liés, imbriqués.

Toutefois, il est important de préciser qu'une partie ne consomme toujours pas de volailles aujourd'hui même s'il ne s'agit apparemment que d'une minorité (la consommation remonte et les consommateurs déclarent que les personnes qu'ils savaient avoir arrêté ont repris).

3.2.3. « Amplification » du risque

Concernant cette partie de consommateurs qui n'a pas recommencé à consommer de la volaille, on remarque que le second adjectif cité sert d'amplificateur au premier qui reste très souvent *dangereux*. Les formules du type « *dangereux et vicieux* » permettent ainsi d'appuyer ce caractère dangereux. L'utilisation des deux adjectifs ne permet non pas ici de modérer ses propos ou d'exprimer une ambivalence mais au contraire d'insister sur le danger que la grippe aviaire représente. Comme pour l'inverse, à savoir l'accoutumance et la mise à distance du risque, des problèmes d'estimation se posent. Les individus « amplifient » le caractère dangereux de la crise dans le sens où l'utilisation des deux adjectifs est consacrée à la peur, au danger. Précisons qu'une partie seulement des individus entrant dans cette « catégorie » ne consomment pas aujourd'hui de volailles. L'autre partie rassemble des consommateurs inquiets qui ont su trouver ou se construire quelques signes de réassurance mais n'en sont pas convaincus. Ils utilisent, eux, un second adjectif précisant l'influence du phénomène sur eux-mêmes dans des formules du type « *dangereux et ennuyeux* » ou « *dangereux et stressant* ». Cette phase d'amplification est également visible dans l'utilisation du *et* entre les deux adjectifs.

Les représentations restent difficiles à saisir car elles sont par essence « innommables ». Le langage permet seulement d'approcher ces représentations, d'autant plus que la barrière de la langue ajoute une difficulté, et enlève de la précision. Cet exercice des adjectifs a été tout de même utile puisqu'il nous a permis d'approcher de plus près les systèmes de pensée des consommateurs de Hanoi.

La grille de lecture du risque

Produits

- Influences des recommandations officielles d'une part et de la pensée magique, de la symbolique, des habitudes alimentaires et culturelles d'autre part.
- Moins on communique sur un thème et plus les consommateurs construisent ou utilisent des savoirs profanes.
- Peu de différenciation sociale concernant les références, pour les volailles, en matière de qualité. En pratiques, les riches ont une consommation de volaille plus fréquente et plus diversifiée.

Pratiques

- Des manières de se protéger qui deviennent des habitudes alimentaires :
 - Acheter sa volaille abattue ou la faire abattre par le commerçant.
 - Consommer la volaille « bien cuite ».
- Une différenciation sociale lors du remplacement de la volaille.
- Un décalage normes/pratiques pour les lieux d'achat, où les plus riches ont davantage des comportements en cohérence.

Représentations du risque

- Un risque *pas du tout fréquent* mais *très grave*.
- Un « biais d'optimisme » qui montre une légère différenciation sociale : les plus riches et les plus jeunes auraient tendance à moins craindre le phénomène.
- Un phénomène d'accoutumance au risque de grippe aviaire :



II. La communication sur le risque

« Ce n'est pas le niveau d'information qui est important dans la perception des risques par les profanes, mais sa provenance et la crédibilité qui lui est accordée. » (Wildavsky in Figuié et Bricas, 2002).

Pour aborder le thème de la communication sur le risque de grippe aviaire, nous prendrons ici en compte plusieurs aspects. Il existe en effet différentes postures, différents points de départ permettant de comprendre comment ce phénomène fonctionne et quelles relations il entretient avec le risque. Regardons ensemble deux citations tirées d'ouvrages sur la perception du risque.

« Plus une société calcule et communique sur le risque, plus la perception du risque augmente. » (Giddens, 1991).

« Moins un individu a confiance aux autorités et aux experts mobilisés, moins il aura le sentiment de pouvoir contrôler le risque ». (Slovic, 1987).

Il y a eu communication sur le risque de grippe aviaire ; la population est donc consciente de ce phénomène et du risque que cela représente. On remarque l'importance d'un équilibre à la fois garant d'une réassurance des individus et d'une non amplification du risque. Comment les consommateurs de Hanoi ont-ils perçu les informations sur la grippe aviaire, et à travers cela comment ont-ils vécu et se sont-ils représentés le risque inhérent à ce phénomène ?

1/ Les informations sur la grippe aviaire

1.1. Des consommateurs bien informés

Il s'agit ici de savoir si les consommateurs ont été informés sur le phénomène de grippe aviaire et le risque qui l'accompagne. La réponse est oui. Les individus rencontrés connaissent les recommandations officielles même si, nous l'avons vu, ils ne les respectent pas forcément et ce pour différentes raisons évoquées plus haut. Par ailleurs, avec l'analyse de discours, il est possible de montrer l'influence des informations diffusées sur ces individus. Comme le montre Figuié dans une étude sur la perception des risques sanitaires par les consommateurs de Hanoi (2002), ces derniers utilisent les informations comme arguments pouvant justifier leurs raisonnements ou pratiques. Ainsi, nombre d'entre eux s'expriment de la sorte : « Ils disent que... », « J'ai vu à la télé que... », « J'ai entendu à la radio que... ». Ce phénomène montre donc que les consommateurs sont informés du risque. Par ailleurs, se référer aux informations officielles pourrait davantage servir à justifier ses actions ou son discours. Malgré tout, ce processus témoigne ici de la confiance et de la dépendance qu'entretiennent ces individus avec les informations diffusées, et par là même avec les experts et les autorités.

1.2. Des informations rassurantes...

La confiance au gouvernement et aux médias a été dans l'ensemble présente. Rappelons que la télévision est le média en lequel les consommateurs placent le plus leur

confiance. Malgré une partie des individus rencontrés qui affirme que le gouvernement a retardé l'annonce officielle de la grippe aviaire afin de laisser se dérouler les Sea Games en décembre 2003, les informations ont été dans l'ensemble bien perçues et rassurantes. Lors de la présentation du portefeuille de risques aux individus rencontrés, nous avons vu que la grippe aviaire était perçue comme *pas fréquente du tout*. Ceci reste un bon indicateur du **degré de confiance** que portent les individus aux informations et au gouvernement. Lorsque les informations arrêtaient d'en parler, la perception de la fréquence baisse. Cela montre la **dépendance** des consommateurs aux médias et au gouvernement.

Les premières recommandations du gouvernement¹³ ont permis de reconsommer de la volaille ; le festin du poulet du 17 mars 2004 à Ho Chi Minh-Ville en est un excellent exemple. Comme nous l'avons vu précédemment, les manières de se protéger « officieuses » ont pu concurrencer les recommandations et amener ainsi une réassurance à l'égard de la crise. Ces recommandations ont tout de même été suivies et rassurantes puisque certaines d'entre elles sont devenues des habitudes alimentaires, comme le niveau de cuisson ou l'achat de volailles abattues.

1.3. ... Mais incomplètes

1.3.1. Grippe aviaire ou grippe du poulet ?

La première « faille » qui apparaît lorsque l'on s'intéresse aux recommandations officielles se situe dans la dénomination même du phénomène en vietnamien : *cum gà*. Littéralement, cela signifie *grippe du poulet*. Le gouvernement a conservé ce terme pour désigner le phénomène de grippe aviaire qui, comme le montrent les situations épidémiologiques, est loin de ne concerner que le poulet. Le début de la crise était effectivement dominé par une contamination des poulets, de campagne ou industriels, mais il n'a fallu que quelques semaines pour que les premiers canards soient touchés et que les autres volatiles, domestiqués ou non, ne soient également concernés. Et l'appellation est restée ainsi, malgré les milliers de canards touchés dans le Delta du Mékong, les cailles et plus tard les oiseaux migrateurs. Ce phénomène se répercute dans le système de représentations des individus ; comme nous l'avons montré plus haut, les consommateurs désignent en premier lieu le poulet comme étant la volaille la plus à risque. De même, le canard et les cailles principalement n'ont pas été sanctionnés lors des deux premiers épisodes de la crise, alors que le risque de contamination était bien présent.

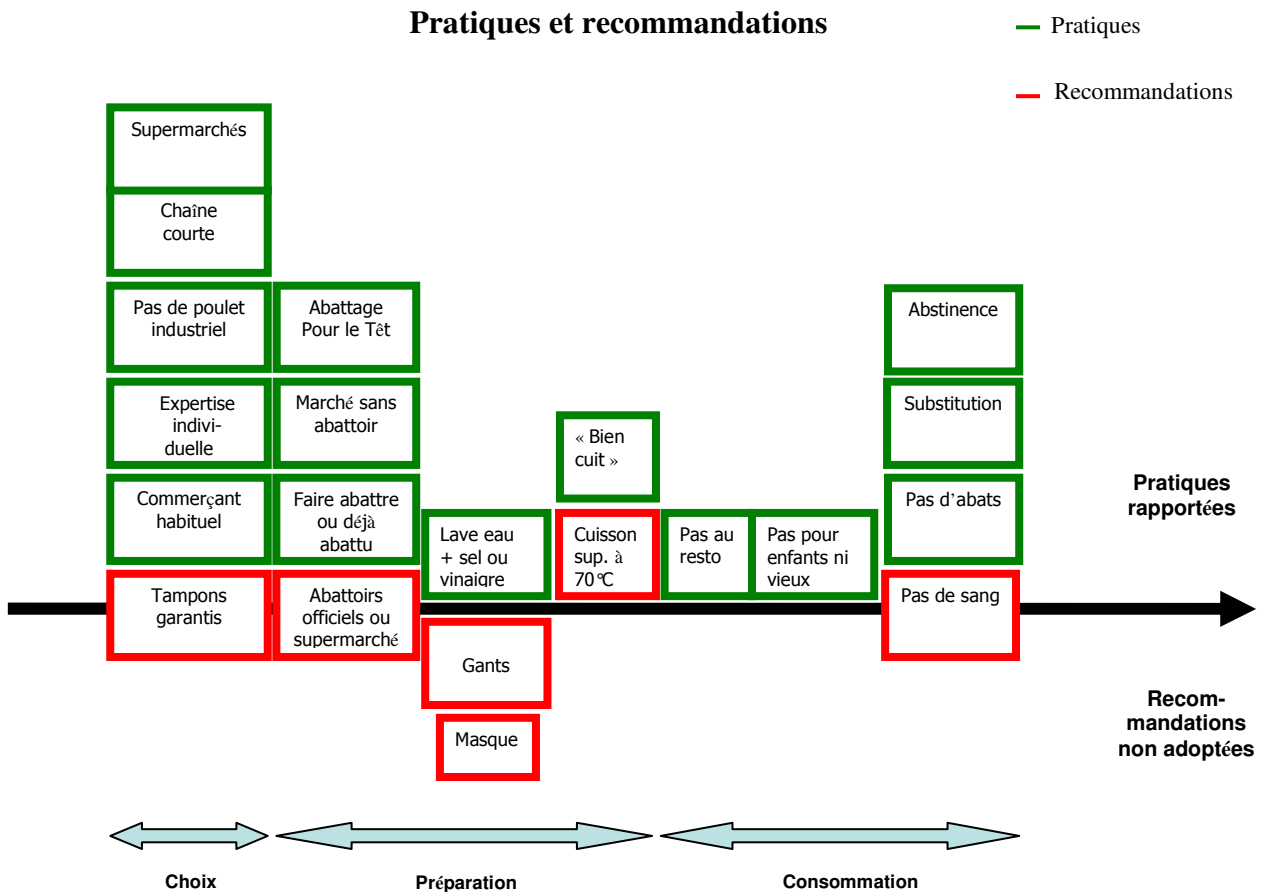
On remarque ici l'influence de la communication sur le risque par rapport aux individus.

1.3.2. La phase de préparation

Pourtant, on remarque que l'information est incomplète, en particulier concernant la phase de préparation des volailles. Car si le gouvernement a largement communiqué sur la cuisson ou l'achat, on remarque que les consommateurs voient cette phase comme quelque chose d'assez flou. Ils ne savent pas s'il y a risque ou non au moment du contact avec la volaille morte. En terme vétérinaire, toucher une volaille même abattue et plumée reste dangereux puisqu'il y a risque de contamination par frottement des yeux avec les mains ou contact entre les mains et la bouche ou le nez par exemple. Le gouvernement a recommandé de porter des gants lors de la préparation mais ceci n'a pas été respecté. Les individus

¹³ cf Annexe 5 « Recommandations » p139

rencontrés estiment que le port de gants enlève une dimension plaisir et naturelle à la cuisine et à l'alimentation. Regardons ensemble ce schéma pour comprendre les décalages entre recommandations et pratiques rapportées.



Les consommateurs ont plus peur de la phase de préparation que celle, par exemple, de consommation. Ils estiment ne pas avoir assez d'informations sur le sujet mais rejettent par ailleurs la recommandation du port des gants et du masque, pratique jugée ennuyeuse et contraignante.

2/ Les conséquences de la communication sur le risque

2.1. Une cacophonie

Au début de la crise, l'évolution du discours sur le phénomène de grippe aviaire a pourtant révélé une perte de repères chez les consommateurs de Hanoi. En effet, à deux reprises, le gouvernement a annoncé la maîtrise de l'épidémie au Vietnam durant l'année 2004 mais la crise reprenait de plus bel. Si la confiance portée au gouvernement n'a pas été

remise en cause, une « cacophonie » est apparue. Fischler (1990) avait identifié une situation de « cacophonie alimentaire » dans les sociétés françaises et nord-américaines. « Pour effectuer ces choix, il n'y a guère de critères univoques, cohérents. Il y a plutôt une mosaïque, une cacophonie de critères proposés, souvent contradictoires ou dissonants » (Fischler, 1990). Nous reprenons ici cette expression afin de rendre compte de la perte de repères qu'a pu susciter l'évolution de la communication sur la grippe aviaire et la multiplication des discours à l'égard de la maîtrise de cette épidémie. Comment reprendre une consommation habituelle de volaille quand le gouvernement annonce une maîtrise de la grippe aviaire alors que l'épidémie continue à toucher animaux et humains ?

Si les consommateurs ont suivi les recommandations du gouvernement, les raisons du développement des manières de se protéger dites « profanes » restent vagues. C'est face à cette perte de repères que la population aurait pu développer ces moyens de protection permettant de mettre à distance le risque.

2.2. Un changement de la représentation de la nature du risque

La communication sur le risque a également eu d'autres effets touchant davantage encore les représentations du risque chez les consommateurs. Reprenons les informations diffusées au début de la crise, début 2004. L'heure est la réassurance du public ; le gouvernement vietnamien organise un festin du poulet et tente de rassurer les consommateurs à travers les informations diffusées. Et l'on remarque qu'une partie de ces consommateurs n'a pas été tellement rassurée mais plutôt alarmée par certains messages. Les enquêtés déclarent avoir « appris des choses » qu'ils ne connaissaient pas. Effectivement, la population a pris connaissance, via la télévision, des systèmes de production à grande échelle, éléments restés auparavant assez inconnus. Ils découvrent ainsi les batteries d'élevage, la nourriture industrielle, les contrôles vétérinaires à la chaîne, les abattoirs à grande échelle... Comme pour la crise de l'ESB en France, les pouvoirs publics via les médias, pensaient rassurer la population en lui montrant que des acteurs compétents étaient sur le terrain et que les contrôles existaient bien. Mais quel terrain pour la population ! La sécurité et la qualité des aliments sont mis en avant au travers des informations, mais comme le montre Poulain (2002b) pour la « crise de la vache folle », les tentatives de réassurance du consommateurs n'ont fait qu'empirer les choses. En effet, le poulet industriel par exemple n'a pas encore bien percé chez les consommateurs vietnamiens. Le côté naturel d'une viande est mis en avant dans l'acte d'achat. Donc montrer à la télévision à la fois des victimes humaines du virus de grippe aviaire et des élevages à grande échelle a provoqué des réactions de dégoût et de méfiance vis-à-vis de ces produits. Plus même. Le consommateur découvre la mutation artificiellement provoquée des races de volaille notamment de poulet. En prenant connaissance de cette gigantesque « industrie de la volaille » orchestrée par l'Homme, les consommateurs associent ainsi ce dernier à la propagation du virus. Et c'est la représentation du risque qui change, ou plutôt la représentation de la nature du risque. Une majorité des consommateurs rencontrés associe aujourd'hui la grippe aviaire à un **risque « naturel et artificiel »**. L'Homme aurait ainsi participé, pour le public, à la propagation du virus H5N1 (problèmes d'hygiène et de propreté dans les établissements d'élevage ou d'abattage, mutations génétiques, course à la productivité, trop grande proximité des volailles, éleveurs ne respectant pas les recommandations...).

Rappelons à ce sujet que les individus ont plus peur d'un risque artificiel que d'un risque naturel (Fischler, 1998). Les informations auraient ainsi également joué sur les représentations du risque des consommateurs de Hanoi.

3/ « De l'acteur modèle à l'acteur autonome »

Ce rapport qu'entretiennent les individus avec les médias et par là même avec le gouvernement est d'abord central ; rappelons que pour Wildavsky (2002), « ce n'est pas le niveau d'information qui est important dans la perception des risques par les profanes, mais sa provenance et la crédibilité qui lui est accordée. » Et il est donc multiple, puisque « nous n'avons pas tous la même conception de la connaissance et des conditions légitimes de sa production » (Peretti-Watel, 2000). Ce rapport à l'information participe donc au phénomène d'inégalités sociales inérant aux représentations du risque. Le degré d'autonomie des acteurs vis-à-vis des recommandations apparaît être un axe de lecture intéressant pour la compréhension des représentations du risque. Nous avons dégagé du travail qualitatif des attitudes et représentations, révélant cinq différents degrés d'autonomie face aux recommandations officielles.

Types d'acteur	Principales caractéristiques	Concepts
Acteur modèle	A suivi les recommandations du gouvernement, et sa consommation de volailles a évolué en fonction des messages d'information. Ses représentations ont évolué (lieux d'achat...) et ses pratiques ont suivi.	Délégation totale de la mise à distance du risque.
Perte de repères	Cherche des conditions de sécurité et de réassurance. Essaie d'adapter les recommandations au contexte et à ses connaissances et ses habitudes alimentaires. Les représentations qu'il a des lieux d'achat ont évolué (supermarché plus sûr par exemple) mais ses lieux d'achat réels n'ont pas changé. Ses représentations ont donc évoluées, et sont accompagnées d'une perte de repères.	Décalages normes/pratiques
Arrêt de la consommation	Arrêt de la consommation de volaille. Perte de confiance généralisée, vis-à-vis des recommandations comme de ses connaissances. Il n'est pas prêt à changer ses habitudes de consommation et d'achat. Il prévoit reconsumer mais ne sait pas en qui faire confiance.	Refus total de prise de risque
Acteur pluriel	Il suit les informations et s'est construit « une réduction des risques » (connaissances profanes, recommandations gouvernementales, commerçants habituels, provenance des volailles, influences des proches...). Il prend en compte diverses sources d'informations (gouvernement, autres, lui) et se construit ses propres manières de se protéger du risque. Il « pioche » dans les informations disponibles et choisi ce qui lui convient. Il veut garder une sensation de maîtrise individuelle.	Auto réduction des risques Mise à distance du risque Recherche d'une maîtrise individuelle
Acteur autonome	Il n'a pas changé ses habitudes et continue de manger de la volaille comme avant car il est sûr de ses connaissances ou n'a pas la sensation de prendre de risques. Il peut alors déclarer avoir peur de rien.	Mise à distance du risque Biais d'optimisme Illusion de contrôle

Nous avons regroupé ici les pratiques et représentations des consommateurs rencontrés vis-à-vis de la grippe aviaire. On remarque que ce rapport à l'information partage la population ; le degré d'autonomie des acteurs face à cette information reste un élément essentiel à la compréhension des représentations d'un risque sanitaire. Mais il est difficile d'établir les causes de ces différences puisqu'elles sont multiples pour la plupart des cas.

4/ Outils de communication sur le risque

- Une population informée et consciente du risque.
- Une confiance dans le gouvernement qui permet un sentiment plus grand de maîtrise du risque.
- Des informations officielles rassurantes car certaines sont devenues des habitudes alimentaires. Cela montre une certaine dépendance à l'égard des recommandations.
- L'utilisation de *grippe de poulet* réductrice et peut-être dangereuse pour la perception du risque.
- Des informations encore incomplètes au niveau du risque lors de la préparation de volaille.
- Des informations parfois contradictoires au début de la crise qui ont créé une perte de repères, une cacophonie chez les consommateurs.
- Des informations qui, en voulant rassurer le public, ont fait évoluer ses représentations à l'égard du phénomène. Le risque est perçu aujourd'hui comme « naturel et artificiel », l'Homme étant mis en cause dans la propagation du virus.
- Partage de la population en fonction des degrés d'autonomie face aux informations sur le risque.

III. La « reconstruction » de la filière avicole

1/ Deux références se dessinent

1.1. Le supermarché

Le supermarché, nous l'avons vu, apparaît comme une référence en matière de sécurité sanitaire. Une majorité des individus le place au rang de lieu d'achat le plus sûr. Si toutefois encore peu de consommateurs s'y rendent dans les faits, il est important de noter qu'il reste ce symbole de sûreté. Précisons également que les supermarchés ne se sont implantés que très récemment à Hanoi (2003 pour Métro) même si de nombreuses « superettes » existent depuis

plus longtemps. Ces grandes surfaces, symbole de modernité, pourraient ainsi apparaître comme des lieux où les produits sont soumis à des contrôles draconiens. Les consommateurs justifient souvent leur représentation « positive » à l'égard des supermarchés par le fait que de tels groupes perdraient leur image et leur clientèle s'il arrivait qu'une volaille contaminée par le virus H5N1 y soit découverte. Les prix plus élevés que dans les marchés (Figuié et Truyen, 2005) sont également un signe de qualité. C'est finalement ce processus directement lié au caractère moderne du phénomène qui garantirait mieux la sécurité des produits, ici la volaille. Mais le supermarché ne fait pas « qu'améliorer » la sécurité des produits qu'il commercialise ; la qualité elle aussi, est soumise à ce processus. Le poulet industriel, nous l'avons vu, est perçu comme étant de moins bonne qualité que le poulet de campagne ; or, un poulet industriel acheté au supermarché est jugé *meilleur* du point de vue de la qualité par les consommateurs qu'un poulet industriel acheté au marché. Nous voyons ici que le supermarché amène de la **valeur ajoutée** au produit, que ce soit du point de vue de la **sécurité** comme de la **qualité**. De même, nous avons montré que les consommateurs valorisaient davantage les poulets de campagne que les poulets industriels face à la grippe aviaire, ces derniers étant plus à risque (élevés en batteries, mauvaise alimentation, plus fragiles...). Les consommateurs feraient ainsi confiance aux supermarchés malgré le fait qu'ils doivent acheter des poulets industriels (les supermarchés, pour une majorité, vendent principalement des poulets industriels), pratique étant désignée à *risque*.

1.2. La chaîne courte

Comme pour le supermarché, le fait d'acheter sa volaille à un proche à la campagne (ce que nous désignons par *chaîne courte*) amène de la valeur ajoutée au produit. Mais le processus est quelque peu différent. En effet, il est d'abord plus ancien, traditionnel. C'est le côté naturel de la volaille, au travers du mythe de la campagne, qui joue sur la qualité du produit. Les consommateurs ont largement insisté sur la qualité des poulets de campagne en développant les références en matière de goût, de fermeté, de couleur, de « nature ». Les volailles de campagne sont à l'unanimité jugées de meilleure qualité que les volailles industrielles. Quant au côté sûreté, ce n'est pas tant la provenance ni le produit lui-même qui l'apporte, mais la proximité avec l'éleveur. Le terme *proche* prend ici toute sa signification puisqu'il symbolise le degré de connaissance qu'il existe entre lui-même et le consommateur. C'est cette *proximité sociale* qui apporte la sécurité au produit et qui peut se résumer sous cette formule fréquemment citée : « non, on se connaît, c'est un proche, il ne pourrait pas me vendre une volaille contaminée ».

1.3. D'une « coordination domestique » à une « coordination industrielle » ?

Cette dichotomie dans les références sur les lieux d'achat nous amène à nous interroger sur l'éventuel passage entre tradition et modernité. En effet, la chaîne courte, avec le rapport direct entre producteur et consommateur qu'elle implique, correspondrait davantage à un modèle traditionnel. Le supermarché, lui, avec une relation entre acheteur et vendeur plus éloignée, plus distante et plus impersonnelle symboliserait la modernité de l'acte d'achat. Et cela reviendrait à s'interroger sur les mutations de la société vietnamienne par le biais des perceptions des consommateurs de la qualité des produits agro-alimentaires. Pour comprendre cette perception de la qualité, reprenons les travaux de Sylvander (1995). A partir des six types de justification qui servent à coordonner l'action, élaborés par Boltanski et Thévenot (1987), il retient quatre manières de définir la qualité, basées sur :

- Des standards, ce qui correspond à la coordination industrielle. Les biens sont définis par des règles objectivées. « Il existe des normes extérieures et un processus par lequel les acteurs vérifient la capacité des uns et des autres à s'y conformer ».
- Des liens durables entre les acteurs, c'est la coordination domestique. « Il s'agit alors de relations basées sur la confiance envers des personnes ou des marques, due aux transactions passées ».
- L'adhésion d'un ensemble d'acteurs à un corps de principes collectifs, c'est la coordination civique.
- Le fonctionnement du marché « où les acteurs sont en mesure d'évaluer directement la qualité des biens échangés lors des transactions ». C'est la coordination marchande.

Nous pouvons ici rapprocher la chaîne courte de la coordination domestique et le supermarché de la coordination industrielle. Notons tout de même que les consommateurs de Hanoi entretiennent des liens sociaux avec le personnel des supermarchés et notamment des « superettes ». Des consommateurs ont ainsi développé des relations de confiance avec certaines vendeuses de supermarchés ou de « superettes » (Figuié, 2004). La coordination domestique serait donc également présente dans les supermarchés. Toutefois, les consommateurs semblent partagés entre une logique d'action dominée par la coordination domestique et une autre par la coordination industrielle. Ces deux logiques seraient toutes deux garantes de qualité et de sûreté et amèneraient de la sorte de la valeur ajoutée aux produits agro-alimentaires. Il serait intéressant de comparer l'évolution des chiffres des ventes de ces deux phénomènes mais comment se les procurer ?

Ajoutons par ailleurs que ces deux pôles que sont la chaîne courte et le supermarché ne sont pas les principaux moyens permettant de se procurer de la volaille. Au « centre » se situent les marchés ; n'ont-ils pas encore un rôle à jouer ?

2/ Vers une revalorisation des marchés ?

2.1. Le marché comme norme

Nous l'avons vu plus haut, le supermarché est considéré comme une référence en matière de sécurité sanitaire. Cette corrélation peut être abordée sous le terme de norme puisque la majorité des consommateurs y adhèrent. Pourtant, il existe un décalage normes/pratiques puisque si les consommateurs s'accordent sur le fait que le supermarché est une référence en matière de sécurité sanitaire, très peu y achètent leur volaille en réalité. Les marchés restent le modèle dominant en matière de distribution ; la grande partie des individus rencontrés s'y rendent pour acheter de la volaille et affirme que traditionnellement les vietnamiens font leur courses alimentaires au marché près de chez eux. Les supermarchés sont en train de se développer au Vietnam ; ils ne représentent que 0,8% du marché alimentaire (Figuié M et Nguyen Duc Truyen, 2005). Sans tenir compte de la sécurité sanitaire, faire ses courses au marché peut donc encore être considéré comme une norme dominante. C'est en ce sens qu'il convient de s'interroger sur son devenir.

2.2. Une évolution de l'organisation

Depuis le début de l'année 2005 et en réponse à l'épidémie de grippe aviaire, les marchés de centre-ville ont vu leur organisation évoluer. En effet, un comité de gestion est

aujourd'hui obligatoire dans chaque marché de la ville. Le comité de gestion du marché Hom, dont nous avons rencontré le président, représente le marché et ses commerçants, permet une meilleure coordination des contrôles effectués au sein du marché et assure l'origine et la provenance des produits, notamment des volailles. Il permet par ailleurs de concentrer les problèmes d'organisation formulés par les commerçants du marché, pour ensuite les faire remonter aux autorités de la ville ou du district. Ceci permettrait une « standardisation » de l'organisation des marchés de Hanoi, se rapprochant de la « coordination industrielle » définie par Sylvander, caractéristique majeure des supermarchés.

D'autre part, depuis Janvier 2005, les marchés du centre-ville, les marchés de première catégorie, doivent être équipés d'abattoirs à volailles fermés. La réglementation concernant ces abattoirs a d'ailleurs évolué depuis la crise aviaire et vise à améliorer les conditions d'hygiène¹⁴. Des contrôles vétérinaires quotidiens sont effectués dans ces marchés. Des tampons sont apposés sur les poulets abattus.

On remarque ici que les marchés sont en train d'évoluer vers un nouveau mode d'organisation. Peuvent-ils concurrencer la montée des supermarchés ?

2.3. Des « coordinations domestique et industrielle » ?

Comme nous venons de le voir, les marchés tendent à se rapprocher de la « coordination industrielle » caractéristique des supermarchés. Par ailleurs, rappelons qu'une des manières de se protéger du risque de grippe aviaire pour les consommateurs de Hanoi consiste en la connaissance des commerçants. Le vendeur habituel rassure mais aussi informe, notamment au sujet de l'origine des volailles. De plus, le commerçant connu joue le rôle de médiateur entre la campagne et les clients ; il explique la provenance et cela rapproche les clients de l'image sécurisante des volailles de la campagne. Ce lien social, moins important au supermarché, rapproche le marché de la « coordination domestique », caractéristique de la chaîne courte. On remarque ainsi que le marché rassemble les caractéristiques tant convoitées dans les deux pôles de référence, certes à moindre intensité, mais notons que ce phénomène grandit. En effet, nous avons vu que l'organisation des marchés évoluait de plus en plus vers la « coordination industrielle » ; la « coordination domestique » est elle mise en avant puisqu'une partie des consommateurs voient le lien qu'ils entretiennent avec leur vendeur habituel comme garant de sécurité.

Le marché apparaît ainsi comme un lieu d'achat en mutation. Et le phénomène de grippe aviaire serait l'un des facteurs de cette évolution.

¹⁴ cf Annexe 3 « Réglementations » p121

3/ Les signes de qualité pour la « reconstruction » de la filière avicole

➤ **Produits :**

- Des volailles de campagne mieux perçues que des volailles industrielles, au niveau de la qualité et de la sécurité/sûreté
- Sang et abats perçus comme parties à risque

➤ **Pratiques :**

- Poulet comme plat familial, « d'endo-consommation »
- L'habitude de faire abattre la volaille
- Peur de toucher la volaille même abattue
- Peu de confiance envers les restaurants pour manger de la volaille

➤ **Les deux références pour les consommateurs de Hanoi :**

✓ **Le supermarché :**

- Valeur ajoutée à la volaille au niveau de la qualité et de la sécurité/sûreté

✓ **La chaîne courte :**

- Qualité de la volaille par le caractère nature, liberté, campagne
- Sécurité/sûreté par la proximité sociale de l'acte d'achat

➤ **Attachement à la situation d'achat *traditionnelle* caractérisée par la « coordination domestique »**

➤ **Attirance envers la situation d'achat *moderne* caractérisée par la « coordination industrielle »**



Révéléateur d'une évolution de la société vietnamienne

➤ **Revaloriser les marchés ?**

- Un décalage normes/pratiques qui relie encore les consommateurs à leur marché
- Evolution de son organisation qui le rapproche de l'image des supermarchés
- Importance des relations commerçants/consommateurs qui le rapproche de la chaîne courte
- Un *intermédiaire* qui allie « coordinations domestique et industrielle »

Conclusion de la troisième partie

Dans cette dernière partie, nous nous sommes attachés à analyser en profondeur les résultats issus du travail de terrain. Cette phase est la clé de l'étude puisqu'elle permet de mettre en relation tous les outils mobilisés et les résultats exposés dans la seconde partie. Nous avons d'abord proposé une grille de lecture du risque grâce à trois niveaux d'analyse portant sur les produits, les pratiques et les représentations du risque. Cette phase permet de comprendre comment les consommateurs urbains d'un pays du sud comme le Vietnam perçoivent un risque sanitaire comme la grippe aviaire. Nous nous sommes ensuite attachés à la communication opérée sur le sujet et le rôle qu'elle a eu sur les représentations des consommateurs ainsi que sur leurs comportements alimentaires. Nous avons montré comment avait fonctionné la communication sur le risque de grippe aviaire à Hanoi ainsi que ses conséquences. Cette sous-partie nous renseigne ainsi sur les moyens de communiquer sur un risque sanitaire. Enfin, nous avons mis en avant les éléments auxquels les consommateurs demeurent attachés en matière de choix de volaille. Ceci est particulièrement utile pour la phase de « reconstruction » de la filière avicole au Vietnam.

Conclusion générale

Nous avons évoqué en introduction le discours du président Bush à l'Assemblée Générale des Nations-Unies le 14 Septembre 2005. Il incitait les pays à se préparer contre l'éventuelle pandémie que représente la grippe aviaire. Nombre d'études vétérinaires et épidémiologiques sont donc en cours mais la sociologie demeure une discipline peu convoquée pour la compréhension de ce phénomène. Au terme de cette étude portant sur la perception du risque de grippe aviaire par les consommateurs de Hanoi, nous avons vu en quoi les sciences sociales, et particulièrement les sociologies de l'alimentation et la sociologie du risque, étaient intéressantes pour la compréhension de ce phénomène complexe. Cette conclusion se partagera en trois parties. Dans un premier temps, nous résumerons et discuterons les résultats obtenus. Nous nous pencherons par la suite sur les limites de ce travail et aborderons enfin les perspectives d'une telle étude.

Récapitulatif

Nous avons travaillé sur les manières dont les consommateurs de Hanoi perçoivent le risque de grippe aviaire. L'intérêt était de vérifier si les individus avaient suivi les recommandations du gouvernement ; plus, il s'agissait de comprendre en quoi ils avaient construits des savoirs et élaboré des manières de se protéger du risque à partir de ces messages d'information. Car nous l'avons vu, ils n'ont pas tous été suivis. Certains n'ont pas été pris en compte, d'autres ont inspiré des moyens de protection profanes. Ces prises de distance avec les recommandations traduisent premièrement les décalages qu'il existe entre experts et profanes. Ces acteurs n'ont pas la même définition et perception d'un même risque. Elles traduisent également la complexité de l'acte alimentaire qui est propre à chacun et qui est influencée par des éléments de toute nature, tels la religion, les modèles alimentaires ou les niveaux sociaux. Une différenciation sociale existe dans la perception de ce risque sanitaire. Précisons qu'elle semble être corrélée à l'évolution même de la société vietnamienne. En effet, si les plus riches, par exemple, achètent désormais, parmi les individus rencontrés, leur volaille au supermarché, c'est en partie pour des raisons de sécurité sanitaire comme nous l'avons vu dans la phase qualitative de l'étude ; mais c'est peut être aussi une caractéristique de l'évolution des modes d'achat. Dans les domaines économiques, toute pratique nouvelle suit un cycle de vie où les plus riches sont sur-représentés dans la phase qui précède l'adoption généralisée. Ils constituent un modèle, une référence pour le reste de la population. Où se situe la part de mode, témoin de l'évolution de la société marchande, et où se situe la part des consommateurs qui voient le supermarché comme le moyen le plus sûr de se protéger de la grippe aviaire ? La question reste posée et suggère de plus amples recherches. Mais il existe bien une différenciation sociale dans la perception de ce risque, notamment au niveau de l'âge et des revenus. Cet axe montre que des modèles théoriques occidentaux d'analyse de la perception des risques peuvent fonctionner dans un pays du sud comme le Vietnam. Le rapport à la communication sur le risque reste primordial pour la compréhension d'un tel phénomène. Il révèle et oriente les différentes représentations des individus. Mais d'autres éléments entrent également en jeu ; les relations qu'entretiennent les acteurs entre eux ont notamment influencé leurs systèmes de pensée et par là même leurs comportements alimentaires. La demande des consommateurs évolue en matière de volaille. Il est donc essentiel de la prendre en compte pour la « reconstruction » de la filière avicole au Vietnam. Et cette étude montre le degré d'implication des consommateurs des pays du sud dans la

perception de la qualité des aliments. On remarque ainsi qu'ils attachent une attention toute particulière à ce qu'il est convenu d'appeler « la sécurité sanitaire des aliments ».

Limites

Une étude sociologique reste difficile à mener dans une autre culture que la sienne. La barrière de la langue apparaît comme l'élément le plus délicat. Il est particulièrement difficile de saisir et d'analyser les représentations des individus par le biais de la traduction. Mais le décalage culturel doit également être pris en compte, tant sur la forme que sur fond. Les individus ne se livrent pas de la même manière et certaines choses ne se disent pas. Il n'est pas évident de parler du gouvernement vietnamien par exemple avec les enquêtés. De même, la notion même de risque n'a pas la même signification en fonction des cultures. Dans le bouddhisme et le confucianisme, deux religions fortes au Vietnam, les événements qui chamboulent la vie d'un Homme sont « écrits » ; les individus n'ont donc pas la même appréhension de l'avenir et donc des risques qu'ils peuvent courir.

Par ailleurs, l'accès aux données reste compliqué. Des chiffres précis sur l'évolution des ventes de volailles sur les marchés et sur les supermarchés par exemple nous auraient permis de mieux définir l'évolution de la crise et de ses répercussions sur la filière avicole.

Nous avons réalisé le travail qualitatif avec, entre autres, la technique des pratiques déclarées. Ceci constitue également une limite à cette étude puisqu'il aurait été important de pouvoir vérifier les déclarations des enquêtés. Deux observations sur les manières de choisir une volaille ont été réalisées post-entretiens et se sont révélées fort intéressantes. Il aurait fallu multiplier ces « vérifications » pour comparer ce qu'un individu déclare faire ou pense faire et ce qu'il fait réellement. Ceci nous aurait permis de faire émerger du sens à un niveau supérieur.

Perspectives

Pour la réalisation de cette étude, nous avons utilisé une base statistique que nous avons croisée avec un travail qualitatif comprenant des entretiens individuels et des focus groups. Pourtant, si des éléments de compréhension de la perception du risque de grippe aviaire ont émergé, les résultats ne sauraient être exhaustifs. Pour élargir ces pistes de recherche, il faudrait élaborer un questionnaire grâce aux descripteurs que le travail qualitatif nous a suggéré. Ceci permettrait non seulement de compléter l'étude et de vérifier les résultats de l'analyse sur un échantillon conséquent de consommateurs. Mais cela permettrait également de dresser une comparaison avec l'étude statistique que nous avons traitée et qui avait été réalisée en Juillet 2004. Nous pourrions ainsi comprendre comment le phénomène a évolué du côté des consommateurs.

Récemment, la demande de volailles à Hanoi semblait particulièrement affectée par les campagnes de vaccinations lancées début Septembre 2005. En effet, des mesures draconiennes ont été mises en place ; elles consistent à vacciner les volailles contre la grippe aviaire. Outre la difficulté d'une telle tâche dans un pays comme le Vietnam où chaque famille à la campagne possède ses propres volailles, un autre problème pointe aujourd'hui. Toute volaille vaccinée ne peut être consommée qu'un mois après selon l'OIE. Les effets sur la santé en cas de consommation prématurée ne sont pas réellement étudiés. Quoiqu'il en soit, les consommateurs de Hanoi semblent percevoir cet élément comme un rajout de risque. Ils mettent notamment en avant la crainte d'acheter de la viande de volaille où le vaccin ferait encore effet, ce qui aurait des répercussions sur leur santé. Il serait particulièrement

intéressant d'étudier l'impact de cette campagne de vaccinations sur l'évolution, s'il y a, des représentations du risque par les individus, sur la consommation de volailles et par là même sur la filière avicole. On remarque ici que le risque glisse et change de champ ; les consommateurs de Hanoi sembleraient avoir aujourd'hui plus peur du vaccin contre la grippe aviaire que de la grippe elle-même.

TABLE DES SIGLES

AFD	Agence Française de Développement
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations
CIRAD	Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement
DREE	Direction des Relations Economiques Extérieures (du Ministère français de l'économie, des finances et de l'industrie)
FAO	United Nations - Food and Agriculture Organisation
GAHP	Grippe aviaire hautement pathogène
IOS	Institut of Sociology
MALICA	Market and Agriculture Linkages for Cities of Asia
MARD	Ministry of Agriculture and Rural Development
NIAH	National Institute of Animal Husbandry
OIE	Office International des Épizooties
OMS	Organisation Mondiale de la Santé
ONG	Organisation non gouvernementale
RIFAV	Research Institute on Fruits and Vegetables
VASI	Vietnam Agricultural Science Institute
VASS	Vietnam Academy of Social Sciences
VSF	Vétérinaires Sans Frontières

BIBLIOGRAPHIE

- Abric J.C.**, *Pratiques sociales et représentations*, PUF, Paris, 1994.
- Apfelbaum M.**, *Risques et peurs alimentaires*, Odile Jacob, Paris, 1998.
- Aymard M, Grignon C et Sabban F.**, *Le temps de manger. Alimentation, emploi du temps et rythmes sociaux*, INRA-Maison des Sciences de l'Homme, 1993.
- Barbier M et Joly P.B.**, *Sécurité alimentaire. Quels enseignements pour les filières agroalimentaires ?* in Déméter, *Economie et stratégies agricoles, la nouvelle agriculture*, pp 73-138, Armand Colin, Paris, 2001.
- Beardsworth A, Keil E.T.**, *Sociology on the menu. An invitation to the study of food and society*, Routledge, London, 1997.
- Beck U.**, *Autour de la société du risque*, in **J. Franklin ed.**, *The politics and risk society*, Polity Press-IPPR, 1998.
- Beck U.**, *La société du risque : sur la voie d'une autre modernité*, Flammarion, Paris, 2003.
- Bertaux D.**, *Les récits de vie*, Nathan, Tours, 1997.
- Boltanski L et Thévenot L.**, *De la justification, les économies de la grandeur*, Gallimard, 1991.
- Becker T.**, *Consumer perception of fresh meat quality : a framework for analysis*, in *British Food Journal*, Vol 102, N°3, pp 158-176, 2000.
- Berger P et Luckmann T.**, *La construction sociale de la réalité*, Méridiens-Klincksiek, Paris, 1986.
- Bourdieu P.**, *La distinction. Critique du jugement social*, Editions de Minuit, Paris, 1979.
- Bree J.**, *Le comportement du consommateur*, Coll. Que sais-je ?, PUF, 1994.
- Brooker G.**, *An assessment of an expanded measure of perceived risk*, *Advances in consumer research*, 11, 439-441, 1984.
- Brunel O.**, *Les stratégies d'ajustement au risque inhérent perçu : le cas des produits issus de l'industrie agroalimentaire*, in *Colloque Société et consommation*, Premières journées normandes de la consommation, Rouen, Mars 2002.
- Cabin P, Desjeux D, Nourrisson D, Rochefort R.**, *Comprendre le consommateur*, Sciences Humaines, Auxerre, 1998.
- Calandre N.**, *Alimentation, nutrition et sciences sociales : concepts, méthodes pour l'analyse des représentations et pratiques nutritionnelles des consommateurs*, mémoire de DEA « Economie du développement agricole, agroalimentaire et rural », ENSA Montpellier, 2002.
- Chalas Y.**, *L'invention de la ville*, Anthropos, Edition Économica, Paris, 2000.
- Cheyns E.**, *Formats d'enquêtes, Expériences de recherche autour des processus de qualification des produits alimentaires en Afrique*, in Eymard-Duvernay F et Favereau O, *Convention et institution*, La Découverte, Coll. Recherches, 2005.
- Cheyns E.**, *Identification et construction sociale de la qualité de produits agro-alimentaires, le cas de l'alimentation urbaine au Burkina Faso*, Thèse de doctorat en Economie du Développement Agricole, Agro-alimentaire et Rural, Montpellier, 1998.

Chiva M, *Le mangeur et le mangé, la complexité d'une relation fondamentale*, in Giachetti, *Identités des mangeurs, image des aliments*, Ed. Polytechnica, Paris, 1996.

Chiva M, *Les risques alimentaires, approche culturelle ou dimensions universelles*, in Apfelbaum, *Risques et peurs alimentaires*, Odile Jacob, Paris, 1998.

Corbeau J.P et Poulain J.P, *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*, Ed. Privat, 2002.

Cox D.F, *Risk taking and information handling in consumer behaviour*, Ed. D.F Cox, Boston, Harvard University Press, 1967.

D'Andlau G, Cardinale E, Porphyre V et Gautier P, *Mission d'appui grippe aviaire au Vietnam, Fonctionnement de la filière et des systèmes de suivi épidémiologique : diagnostic et propositions d'amélioration*, AFD, CIRAD, Vétérinaires sans frontières, mars 2004.

Dao Thi Tuyet Mai et Nguyen Cong Hai (sous la direction de Figuié M et Nguyen Minh Huong), *Influences de la communication sur les connaissances, attitudes, comportements des habitants de Hanoi vis-à-vis de la grippe aviaire*, Rapport de stage de l'Institut du journalisme et de la communication, département de sociologie, Hanoi, mai 2004.

Degenne A et Forsé M, *Les réseaux sociaux*, Armand Colin, Paris, 1994.

Dosse F, *L'empire du sens. L'humanisation des sciences humaines*, Ed La Découverte, Coll. Sciences Humaines et Sociales, Paris, 1997.

Douglas M et Wildavsky A, *Risk and culture, An essay on the selection of technological and environmental dangers*, University of California Press, 1984.

Dovert S et Tréglodé (de) B (sous la dir.), *Viêt Nam contemporain*, IRASEC/Les Indes Savantes, Paris, 2004.

Dupuy J.P, Eymard-Duvernay F, Favereau O, Orlean A, Salais R, Thévenot L, *L'économie des conventions*, Revue économique, n°40, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 1989.

Favret-Saada J, *Les mots, la mort, les sorts, la sorcellerie dans le Bocage*, Bibliothèque des Sciences Humaines, Gallimard, Paris, 1977.

Feillet P, *Le bon vivant, une alimentation sans peur et sans reproche*, INRA, Paris, 2002.

Ferrières M, *Histoire des peurs alimentaires, Du Moyen-âge à l'aube du XX siècle*, Ed. du Seuil, Paris, 2002.

Figuié M, *Consumer perception of vegetable (tomatoes and water morning glories) quality in hanoi*, FSP Project, Hanoi, 2004.

Figuié M, *Perception of food-related risks by consumers in Hanoi, Vietnam*, CIRAD/IOS, 2002.

Figuié M et Bricas N, *Evolution de la consommation alimentaire au Vietnam. Etat des lieux prospectif et stratégique*, CIRAD/Malica, Hanoi, 2002.

Figuié M et Bricas N, *Risque et qualité des aliments : à la croisée de deux domaines de recherche*, in Agoral, *Prévision, analyse et gestion du risque alimentaire*, quatorzièmes rencontres scientifiques et technologiques des industries alimentaires, Nancy, Mars 2002.

Figuié M, Bricas N, Nguyen Than V.P, Truyen N.D, *Hanoi consumers' point of view regarding food safety risks: an approach in terms of social representation*, Paper for presentation at the XI World congress of Rural Sociology, Trondheim, Norway, 25-30 July 2004. *Vietnam Social Sciences*. 3 (101) : 63-72

Figuié M et Dao The Anh, *Food consumption in Vietnam : food markets, food habits, diversity and trend*, Malica, Hanoi, 2004.

Figuié M et Nguyen Duc Truyen, *The poor's participation in supermarkets*, Malica/ADB, Hanoi, 2005.

Figuié M, Vu Pham Nguyen Thanh et Bricas N, *Pour le développement de recherches en sociologie alimentaire au Vietnam*, Communication au séminaire franco-vietnamien sur la recherche contemporaine en sciences sociales et humaines au Vietnam, Hanoi, 23-24 mai 2002.

Fischler C, *Alimentation contemporaine et perception du risque*, in **Michaud**, *Université de tous les savoirs, T. 2 - Qu'est-ce que l'humain ?*, Odile Jacob, Paris, 2001, p. 239-248.

Fischler C, *La perception du risque alimentaire*, in **Chevassus**, *La sécurité alimentaire*, Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments, Paris, 2000.

Fischler C, *Manger magique, aliments sorciers, croyances comestibles*, Ed. Autrement, Coll. Mutations/Mangeur, 149, 22-37, Paris, 1994.

Fischler C, *Risques courus, risque perçus : consommateurs, citoyens et sécurité alimentaire*, Sciences, Troisième trimestre, 2001, 3, p. 50-53.

Fischler C, *Raison et déraison dans la perception des risques alimentaires*, Cahiers de nutrition et diététique, vol n°33, n°5, pp 297-300, 1998.

Fischler C et Lahlou S, *Comment digérer les informations ?*, *Le bureau surchargé*, Sciences Humaines, 1996, 65, p. 42-45.

Fischler C, Lukaszewicz E, Setbon M et Flahault A, *Comparaison de trois échelles d'évaluation de la perception des risques sanitaires*, Revue d'Epidémiologie et de Santé Publique, 2001, 49, 4, p. 377-385.

Fournier T, *Le marché des Carmes de Toulouse. Etude sociologique d'un dispositif commercial*, mémoire de maîtrise de sociologie, Université Toulouse Le Mirail, 2003.

Giddens A, *Les conséquences de la modernité*, L'Harmattan, Paris, 1991.

Ginhoux V, *Etude de la sensibilité des consommateurs urbains de viande porcine*, GRET, VASI, VSF, CIRAD, Programme Fleuve Rouge, Hanoi, 2001.

Godard O, *Risque théorique et risque réel*, La recherche, 339, 86, 2001.

Goffman E, *La mise en scène de la vie quotidienne, La présentation de soi*, Ed. de Minuit, Paris, 1973.

Goffman E, *La mise en scène de la vie quotidienne, Les relations en public*, Ed. de Minuit, Paris, 1973.

Goffman E, *Les rites d'interaction*, Ed. de Minuit, Paris, 1974.

Guillon F, *Sécurité alimentaire. Quelle gestion du risque et des crises ?* in Déméter, *Economie et stratégies agricoles, la nouvelle agriculture*, pp 15-71, Armand Colin, Paris, 2001.

Huard P et Durand M, *Connaissance du Viêt-Nam*, Imprimerie Nationale, Paris, 1954.

Jodelet D, *Les représentations sociales*, PUF, Paris, 1989.

Joly P.B, *Les exigences de la société en matière de sécurité sanitaire des aliments d'origine animale, réflexions à partir du cas français*, Revue des Sciences et Techniques de l'OIE, 22, 373-386, 2003.

Kaufmann J.C, *L'entretien compréhensif*, Nathan, Tours, 1996.

La Pradelle M, *Les vendredis de Carpentras, Faire son marché en Provence ou ailleurs*, Fayard, 1996.

Lahlou S, *Penser manger*, PUF, Coll. Psychologie sociale, 1998.

Le Breton D, *La sociologie du risque*, Paris, PUF, 1995.

Malica/CIRAD et Institut du journalisme et de la communication, *Enquête perception de la grippe aviaire par les consommateurs de Hanoi*, juillet 2004.

Marris C, *OGM : comment analyser les risques ?*, *Biofutur*, 44-47, décembre 1999.

Moscovici S, *La psychanalyse, son image et son public*, PUF, 1961.

Moustier P, Dao The Anh, Figuié M (Eds.), *Food Markets and rural development in Vietnam*, Malica (CIRAD-IOF-RIFAV-VASI), 108 p, Hanoi, 2003.

Nguyên Tùung (avec Krowolski N et Nguyên Xuân Linh), *Mông Phu, un village du delta du Fleuve Rouge (Vietnam)*, L'Harmattan, 1999.

Penneff J, *Le travail du chirurgien*, in *Sociologie du travail*, n°3, 1997.

Peretti-Watel P, *La société du risque*, Ed. La Découverte, Paris, 2001.

Peretti-Watel P, *Pourquoi et pour qui un risque est-il acceptable ? Représentations du risque et inégalités sociales*, *Les cahiers de la sécurité intérieure* 38 pp 9-35, 1999.

Peretti-Watel P, *Sociologie du risque*, Armand Colin, Paris, 2000.

Perronty J.P et D'Hauteville F, *A la recherche du lien entre risque, incertitude et qualité perçus dans les choix alimentaires : pour une approche conventionnaliste*, Actes des premiers ateliers de recherche de l'AFM « Percevoir, identifier et gérer le risque en marketing », pp 10-26, Paris, Juin 2002.

Pichon P.E, *Les marques alimentaires cautionnées par les grands chefs de cuisine, un retour vers la confiance du consommateur ?*, *Cahier de recherche* 128, CRG/IAE Toulouse, 2002.

Poulain J.P (sous la dir. de), *Etudes vietnamiennes, Pratiques alimentaires et identités culturelles*, Actes du colloque *Le patrimoine gastronomique du Vietnam*, *Revue d'études vietnamiennes*, n° 3 et 4, 1997 (a).

Poulain J.P, *Les nouveaux comportements alimentaires*, Programme de Recherche Aliments Demain, Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, Paris, février 1996.

Poulain J.P, *Manger aujourd'hui. Attitudes, normes et pratiques*, Privat, 2002(a).

Poulain J.P, *Mutations et modes alimentaires*, in : *Le mangeur et l'animal. Mutations de l'élevage et de la consommation*, Ed. Autrement, Coll. Mutations, 172, 103-120, 1997 (b).

Poulain J.P, *Sociologie de l'alimentation. Les mangeurs et l'espace social alimentaire*, PUF, Coll. Sciences sociales et sociétés, 2002(b).

Rozin P, *Réflexions sur l'alimentation et ses risques. Perspectives psychologiques et culturelles*, in *Apfelbaum, Risques et peurs alimentaires*, Odile Jacob, Paris, 1998.

Rozin P, *The selection of food by rats, humans and other animals*, in **Rossenblat J, Hide R.A, Beer C, Shaw E**, *Advances in study of behaviour*, vol. 6, New York, Academic Press, 21-76, 1976.

Rozin P, *La magie sympathique*, in **Fischler C**, *Manger magique, aliments sorciers, croyances comestibles*, Ed. Autrement, Coll. Mutations/Mangeur, 149, 22-37, Paris, 1994.

Ruffie J, Sournia J.C (1995, réed.), *Les épidémies dans l'histoire de l'homme*, Flammarion, Champs, Paris, 1995.

Simoons F.J, *Food in China, a cultural and historical inquiry*, CRC Press, Florida, 1991.

Slovic P, *Perception of risk*, Science, 1987.

Sylvander B, *Conventions de qualité, marchés et institutions : le cas des Produits de Qualité Supérieure*, in **Nicolas F et Valceschini E**, *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*, INRA Ed., Economica, Paris, 1995.

Tuyen L.D, Mai L.B, Figuié M, Bricas N, Maire B, Dop M.C, Chung N.D et Khan N.C, *Évolution de la consommation alimentaire et de l'état nutritionnel des populations urbaines au Vietnam au cours des vingt dernières années*. Cahiers Agricultures, 13 (1) : 31-38, 2004.

Weber M, *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, (1905), Plon, 1964 et Presses de la Cité, 1994.

Weber M, *Economie et société*, (1922), (2 tomes), Presses de la Cité, 1995.

Weber M, *Le savant et le politique*, PUF, 1959.

« Netographie »

- www.gestiondecrise.com
- www.sante.gouv.fr
- www.doctissimo.fr
- www.who.int
- www.lemonde.fr
- www.vietnam.net
- www.banquemondiale.org
- www.fao.org
- www.oie.int

Filmographie

- *L'odeur de la papaye verte*, Tran Anh Hung, 1993.
- *Cyclo*, Tran Anh Hung, 1995.
- *Voyage au bout de l'enfer*, Michael Cimino, 1978.
- *Full metal jacket*, Stanley Kubrick, 1987.
- *Platoon*, Oliver Stone, 1987.
- *Dien Bien Phu*, Pierre Schoendoerffer, 1991.
- *A la verticale de l'été*, Tran Anh Hung, 2000.

TABLES DES MATIÈRES

Remerciements	3
Sommaire	4
Introduction	5
Première partie : Intérêt et déroulement de l'étude	8
I. Contexte de l'étude	9
1/ Justification et objectifs de l'étude	9
1.1. La formation	9
1.2. Le cadre institutionnel	9
1.3. La commande	10
2/ Contexte du terrain : la filière avicole au Vietnam	10
2.1. Production	10
2.1.1. <i>Quelques chiffres</i>	10
2.1.2. <i>Traditions et élevage</i>	11
2.1.3. <i>Alimentation animale</i>	12
2.2. Distribution	13
2.2.1. <i>Auto-consommation</i>	13
2.2.2. <i>Les marchés</i>	13
2.2.3. <i>Les grandes surfaces</i>	14
2.2.4. <i>Les restaurants</i>	14
2.3. Consommation	15
2.3.1. <i>A l'échelle du pays</i>	15
2.3.2. <i>L'ordre du mangeable ou la place des volailles dans l'alimentation vietnamienne</i>	15
3/ L'historique de la grippe aviaire	16
3.1. L'historique par les experts	16
3.1.1. <i>Premier épisode</i>	16
3.1.2. <i>Second épisode</i>	17
3.1.3. <i>Troisième épisode</i>	18
3.2. La communication sur la grippe aviaire	18
4/ Questionnements de terrain	21
II. Les apports théoriques	21
1/ Les sociologies de l'alimentation	21
1.1. Présentation	21
1.2. Du « paradoxe de l'omnivore » aux ambivalences de l'alimentation	22
1.3. « Pensée magique » et « principe d'incorporation »	23
1.4. Formes de rationalité et de légitimation dans l'acte alimentaire	25
1.5. Les apports des sociologies de l'alimentation pour notre étude	27
2/ La sociologie du risque	28
2.1. Présentation	28
2.2. Experts et profanes face aux risques	28
2.3. Perception ou représentation ?	30
2.4. « A chacun ses risques »	31
2.5. Acceptabilités du risque	32
2.6. Communication sur le risque et risque de la communication	33
2.7. Les apports de la sociologie du risque pour notre étude	34
3/ L'économie des conventions	35
3.1. Présentation	35
3.2. De l'économie des conventions aux conventions de qualité pour les produits agro-alimentaires	35
3.3. Les apports de l'économie des conventions pour notre étude	36

III. Mise en problématique	36
1/ Hypothèses	36
2/ Problématique de l'étude	37
3/ Récapitulatif	39
IV. Outils de collecte des données	40
1/ Recherche bibliographique et courants de pensée	40
2/ Les observations	41
3/ Traitement statistique	43
4/ Les entretiens individuels	43
5/ Les focus groups	45
Conclusion de la première partie	48
Deuxième partie : Exposition des résultats par outils	49
I. Observations	50
1/ Le marché Hom	50
2/ Les résultats des observations	51
II. Traitement statistique	52
1/ L'échantillon	52
2/ Consommation	53
3/ Communication et connaissances profanes	54
4/ Inquiétude	54
5/ Maîtrise et sensation de maîtrise du risque	55
6/ Les apports de l'étude quantitative pour le travail qualitatif	56
III. Entretiens individuels	58
1/ Rapport à l'information	58
2/ Consommation	59
3/ Les peurs	60
3.1. Volailles et parties de volaille devant le risque	60
3.2. L'influence des proches	60
3.2.1. Responsabilités devant le risque	60
3.2.2. Les influences mutuelles	61
3.3. Préparation et consommation	61
3.4. Une peur qui décroît	61
3.5. Peur ou danger ?	62
4/ Les manières de se protéger du risque	62
4.1. Les lieux d'achat	62
4.1.1. Les marchés	62
4.1.2. Les supermarchés	63
4.1.3. Les restaurants	63
4.1.4. La campagne	63
4.2. La confiance aux commerçants	63
4.3. Les connaissances profanes	64
4.4. Le suivi des recommandations du gouvernement	65
4.5. Religion et traditions	66
4.6. « Abstinence »	66
IV. Focus groups	68
1/ Pas d'arrêt de la consommation pendant la crise	68
1.1. Présentation	68
1.2. Pourquoi continuer à manger de la volaille ?	68
1.3. Comment continuer à manger de la volaille ?	70
1.3.1. Suivre les recommandations du gouvernement	70
1.3.2. Provenance et lieux d'achat	70
1.4. Les représentations	71

2/ Arrêt de la consommation pendant la crise	73
2.1. Présentation	73
2.2. Une reprise prochaine de la consommation ?	73
2.3. Les peurs	74
2.4. Une perte de repères ?	74
3/ Les individus riches	75
3.1. Présentation	75
3.2. Les grandes surfaces : une nouvelle référence ?	76
3.3. Des autres référents ?	77
4/ Les individus pauvres	78
4.1. Présentation	78
4.2. A qui faire confiance ?	78
4.3. Entre recommandations et connaissances profanes	79
5/ Les jeunes et les personnes âgées	80
5.1. Présentation	80
5.2. Rapport à l'information et aux contrôles sanitaires	81
5.3. Les moyens de se protéger	82

Conclusion de la deuxième partie **84**

Troisième partie : Analyse, synthèse et discussion des résultats **85**

I. Une grille de lecture du risque **86**

1/ Produits	86
1.1. Des produits sanctionnés	86
1.1.1. Les parties de volailles à risque	86
1.1.2. Les volailles à risque	87
1.2. Des produits valorisés : le cas des œufs	88
1.3. Une différenciation sociale à l'égard des produits ?	88
2/ Pratiques	89
2.1. Des moyens de protection aux nouvelles habitudes alimentaires ?	89
2.1.1. Entre achat et préparation	89
2.1.1.1. L'achat de volailles	89
2.1.1.2. La préparation de volailles	90
2.1.2. Une perte de repères	90
2.1.2.1. Préparation/consommation	90
2.1.2.2. Connaissances profanes/prise de risque	91
2.1.3. Le remplacement de la volaille	91
2.2. Pratiques et différenciation sociale	92
2.2.1. « Les produits de substitution »	92
2.2.2. Les lieux d'achat : un décalage normes/pratiques	92
3/ Représentations du risque	94
3.1. Quelles représentations du risque ?	94
3.1.1. <i>Fréquence, gravité et crainte</i>	94
3.1.2. <i>Maîtrise et sensation de maîtrise du risque</i>	95
3.2. « Le jeu des adjectifs » ou l'expression des représentations du risque	96
3.2.1. <i>Mise à distance du risque</i>	97
3.2.1.1. <i>La « sélection victimaire »</i>	97
3.2.1.2. <i>Les influences mutuelles entre acteurs</i>	98
3.2.2. <i>Accoutumance au risque</i>	98
3.2.3. <i>Amplification du risque</i>	99

II. La communication sur le risque **101**

1/ Les informations sur la grippe aviaire.....	101
1.1. Des consommateurs bien informés	101
1.2. Des informations rassurantes...	101
1.3. ... Mais incomplètes	102
1.3.1. Grippe aviaire ou grippe du poulet ?	102
1.3.2. La phase de préparation	102
2/ Les conséquences de la communication sur le risque	103
1.1. Une « cacophonie »	103
1.2. Un changement de la représentation de la nature du risque	104

3/ « De l'acteur modèle à l'acteur autonome »	105
4/ Outils de communication sur le risque	106
III. La « reconstruction » de la filière avicole	106
1/ Deux références se dessinent	106
1.1. Le supermarché	106
1.2. La chaîne courte	107
1.3. D'une « coordination domestique » à une « coordination industrielle » ?	107
2/ Vers une revalorisation des marchés ?	108
2.1. Le marché comme norme	108
2.2. Une évolution de l'organisation	108
2.3. Des « coordinations domestiques et industrielles » ?	109
3/ Les signes de qualité pour la « reconstruction » de la filière avicole	110
Conclusion de la troisième partie	111
Conclusion générale	112
Annexes	115
Table des sigles	170
Bibliographie	171
Tables des matières	176