

ce qui a entraîné beaucoup de déchets supplémentaires. En définitive, quelques observations complémentaires devraient permettre de classer les plants de ce petit groupe restant afin d'optimiser nos résultats, tout en conservant un minimum de diversité génétique.

Il reste que, si ces plants donnent l'espoir de profiter encore longtemps de la frondaison des platanes, la conservation des belles plantations existantes doit faire l'objet d'efforts importants, s'appuyant sur une vigilance de tous les instants, même dans les régions où la maladie n'existe pas, et une application soignée de la prophylaxie. Ce n'est pas aussi compliqué qu'il n'y paraît mais relève surtout d'une juste estimation du risque... et de son prix •



Réminiscence bibliographique

VIGOUROUX A., 1989. Le point sur la recherche d'une résistance à la maladie du chancre coloré du platane. *Courrier de la Cellule environnement de l'INRA*, 6, 12-20.

Et deux clics :

www.ifas.ufl.edu/~insect/trees/sycamore_lace_bug.htm

www.luberon-news.com/jardin-du-chene/

Vache folle : du rôle des médias en temps de crise....

par Rémi Mer

Chambre d'agriculture de Loire-Atlantique
Rue de la Géraudière, 44939 Nantes cedex 9
RMer294415@aol.com

Classée événement de l'année 2000, l'affaire de la vache folle est un excellent cas d'école pour analyser les rapports entre les médias et l'opinion publique, d'une part, et entre les médias et les acteurs sociaux : économiques, politiques, juridiques..., d'autre part.

« C'est la faute aux médias ». « Halte à la psychose ! ». À chaque crise, les médias se retrouvent en position d'accusés, comme le messager chargé de porter la mauvaise nouvelle. En 1996 déjà, le Président de la République française avait montré du doigt les égarements d'une « presse folle ». À l'ère post-industrielle, la société actuelle est bien devenue médiatique. Cela se vérifie à chaque situation de crise ou lors d'affaires qui défraient la chronique. Dans de tels cas, le rôle des médias ne peut être ni négligé ni négligeable, tant ceux-ci entretiennent, voire alimentent, les « psychoses » collectives et deviennent les références incontournables pour toute action ou toute décision. Les médias contribuent sinon à façonner l'opinion publique, du moins à la représenter. Ils interviennent ainsi dans le débat démocratique, dans les processus de décision ou de gouvernance, parfois en s'érigeant directement comme

les porte-parole de la société civile en mal de représentation, ou mieux en donnant la parole cette fois à d'autres acteurs comme les associations, les experts... ou l'individu lambda, le consommateur-citoyen, figure montante et emblématique du consumérisme de fin de siècle.

L'analyse du rôle des médias est un exercice difficile et non dénué d'ambiguïté. La critique est difficile pour éviter de tomber dans un double piège. Le premier, c'est la tentation du complot médiatique qui rendrait les médias responsables de tous les malheurs (notamment économiques). En focalisant sur le bouc émissaire ainsi désigné, on évite de chercher les vraies responsabilités. Les réactions du milieu agricole à l'encontre des médias, même si elles sont pour une bonne part compréhensibles (voir plus loin), ont pour effet d'occulter et de mettre à l'ombre ceux qui dans la filière sont à l'origine de la crise, en raison de pratiques parfois douteuses, et de minimiser, voire d'ignorer, la

* Sondage CSA- La Croix paru dans le n° des 30-31/12/2000. La vache folle vient de très loin en tête (68%), devant l'accident du Concorde (32%), la guerre au Proche-Orient (31%).

responsabilité des politiques. Ces derniers, surpris par la conjonction d'événements, sont sommés de décider sous la pression de l'opinion, faute d'avoir anticipé. Il ne sera pas inutile d'analyser en quoi les médias introduisent ainsi autant de troubles chez les agriculteurs, peut-être tout simplement parce que les retours d'image ne sont plus conformes à la réalité ou que leur identité est fortement remise en cause.

Le second risque est, à l'opposé, tout aussi déresponsabilisant. Il consiste à considérer que les médias n'ont aucun rôle dans la constitution de l'opinion ou aucune influence sur le jeu des acteurs, élus politiques en tête. L'actualité semble bien montrer le contraire. Sans entrer dans une logique manipulatoire, ni faire de procès d'intention, on ne peut exclure chez certains journalistes (notamment de la presse d'opinion, mais pas seulement), la volonté d'orienter leur recherche d'information et de la sélectionner pour les besoins de la démonstration ou de la cause. De cause à effet, on arrive à une mise en scène ou en accusation des responsables, voire des coupables. Les rapports entre la presse et les pouvoirs judiciaires sont aussi difficiles que l'accès à l'information et sa transparence. Devant le mutisme de certaines parties ou la rétention d'information, l'enquête est menée à la fois sur le terrain médiatique et judiciaire, avec l'organisation fréquente de fuites et le risque de confusion des genres. Comment ne pas voir là la volonté des médias d'être acteurs et pas seulement observateurs, quitte à briser le mur du silence et à transgresser l'opacité de certaines filières ou administrations, parfois enclines à pratiquer la communication, positive, par principe, voire la désinformation, par intérêt ou par peur des conséquences économiques ou politiques (voir plus loin). Dans le travail d'investigation journalistique, les grands reporters comme les modestes correspondants locaux trouvent aussi là leurs lettres de noblesse.

Les journalistes sont d'ailleurs eux-mêmes tentés de revendiquer, pour leur propre support, leur part de responsabilité dans le déclenchement ou l'amplification d'affaires, devenues médiatiques. Le quotidien *Le Monde* (31 décembre 2000-1^{er} janvier 2001) se pose la question : « Comment dater le début du phénomène ? Était-ce le jeudi 10 août et la publication dans les colonnes de l'hebdomadaire britannique *Nature* d'un travail statistique concluant qu'en Grande-Bretagne la forme humaine de la maladie pourrait faire jusqu'à 136 000 victimes ? »¹. De même, dans un article publié en pleine crise (14 novembre 2000) sur « Les causes d'une psychose », le quotidien *Libération*, particulièrement actif dans cette crise, explique que « la multiplication de nouvelles alarmantes a paniqué l'opinion ». Parmi celles-ci, le journal revendique la révélation « de traces de farines animales dans l'alimentation des bovins à hauteur de 0,3% » (*Libération*, 20 octobre 2000... le jour même de

l'apparition de l'affaire). À chacun sa vérité. Si les médias sont plus facilement disposés à s'ériger en censeurs des politiques quitte à les faire tomber, ils rechignent souvent à assumer toute responsabilité quant aux conséquences économiques de leur version des faits ou des commentaires qui les accompagnent.

Curieusement, l'année 2000 aura vu la publication de nombreux essais sur les peurs et crises alimentaires, le plus souvent rédigés par des journalistes. La place des médias y est très réduite, voire inexistante. Aveuglement, *omerta* ou négligence ? Une exception, l'excellent essai de Paul Benkimoun, journaliste au *Monde*, « La peur aux ventres, démocratie et sécurité alimentaire ». Pour lui, « dans les différentes crises sanitaires que la France a connues, les médias ont parfois joué un rôle déterminant [...]. Le rôle irremplaçable de la presse lorsqu'il s'agit de forcer le mur du silence, son devoir de débusquer les dossiers lorsque l'action publique ou privée a provoqué un danger, a pour prix quelques vocations hâtives d'imprécateurs, la révélation précipitée d'informations à sens unique et des regards biaisés ». Parole de journaliste !

La critique des médias, même argumentée au sens d'une analyse réflexive responsable, est souvent perçue comme une atteinte à l'indépendance de la presse. Mieux vaut parfois ne pas s'y risquer par peur de représailles (« On peut toujours avoir besoin d'eux »). Le travail d'autocritique est plutôt rare dans la profession. Quelques éditorialistes s'y sont pourtant risqués, tel *Presse-Océan* (« Et si on revenait au bon sens paysan ? » 11 novembre 2000) dénonçant la course à l'information : « Non, il n'y a pas que la vache qui soit folle. Parfois, les médias se sont aussi, surtout quand ils se livrent une course folle à l'information ou ce qui en tient lieu. Dans cette affaire, les éleveurs et les scientifiques travaillent sur le long terme, alors que les consommateurs et les médias veulent des résultats immédiats [...]. Bien informer prend du temps, trouver l'origine du prion aussi ». Erreur d'analyse ou aveu « responsable » ? En tout cas, il n'est pas de bon ton dans certaines enceintes d'inviter les médias à un peu plus de recul et de réflexivité. Et les nombreux débats organisés par les médias se sont bien gardés le plus souvent de se poser la question de leur propre rôle ou d'accepter d'être sur la sellette, comme si cela ne posait pas question. En l'occurrence, les médias restent maîtres de « l'ordre du jour ». Pour ou contre les médias, cette polémique ou cette controverse mérite à elle seule d'être sinon élucidée, au moins expertisée, sans a priori ni concession⁴.

² Commentant la démission des deux ministres allemands, *Quest-France* (10 janvier 2001) cite : « La presse allemande, unanime, demandait aussi la tête du ministre de l'Agriculture, accusé de défendre les éleveurs au détriment des consommateurs ». L'affaire de la dioxine avait en 1999 fait tomber deux ministres belges !

³ Éditions Textuel, Paris, juillet 2000, 151p.

⁴ Ce phénomène médiatique m'avait poussé déjà en 1996, après la « première » crise de la vache folle à examiner les relations entre

¹ Les informations sont reprises le jour même par le quotidien français, partenaire privilégié du magazine britannique.

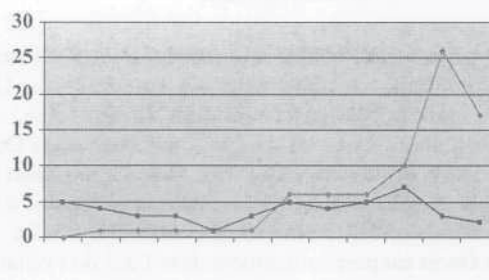
Un rôle d'alerte

La crise de la vache folle était-elle prévisible ? Difficile d'y répondre après coup. Durant cette période, certains médias jouent bien en la matière leur rôle d'alerte. La crise est précisément une situation incontrôlée, ou difficilement contrôlable avec une succession de faits, de décisions ou d'atermoiements, de propositions ou de réactions. Autant de sujets pour alimenter la « une » des journaux audiovisuels ou de presse écrite. On arrive presque à oublier le contexte préalable à l'explosion de cette crise que plusieurs médias annoncent comme imminente, le plus souvent dans l'indifférence générale. Cette nouvelle crise alimentaire intervient dans un contexte de défiance croissante vis-à-vis des scientifiques, des politiques, du progrès... et aussi de l'alimentation ! Sang contaminé, malbouffé (l'effet Bové), dioxine, Tchernobyl, autant d'affaires qui secouent l'opinion publique depuis pas mal de temps. Celles-ci deviennent inconsciemment ou non des références dans le comportement politique, le choix des consommateurs, et aussi le traitement journalistique. Le magazine *Le Nouvel Observateur* annonce, dès le 27 avril 2000, « l'explosion » de la maladie et dénonce le « mortel aveuglement » la concernant (le 20 juillet 2000). Autre constat : le nombre d'articles du *Monde* consacrés à la vache folle (voir graphique ci-après) témoigne d'une forte sensibilité dès le mois d'août avec des titres déjà alarmants : « Alerte sur la vache folle » (10 août 2000).

Avec la décision de la France de mettre en place en juin 2000 un programme national de recherche pour évaluer notamment l'importance de la maladie, il faut s'attendre à la révélation de nouveaux cas. Cette décision sage répond à la volonté de mieux connaître l'ampleur de la maladie bovine, à partir d'animaux à risque dans l'Ouest, première région concernée, et de procéder à l'évaluation de tests de détection. Dès l'annonce du premier d'entre eux, fin juillet, dans la Manche, *La Tribune* (26 juillet 2000) peut annoncer que « les cas de vache folle pourraient connaître une évolution explosive, avec un taux de progression estimé à 400% ». Le quotidien poursuit : « Le risque de voir s'accroître l'inquiétude de l'opinion publique n'est pas négligeable. Mais sans doute est-ce là le prix à payer pour une transparence que les pouvoirs publics appellent de leurs vœux ». Ce même département de la Manche voit un éleveur s'opposer pour la première fois publiquement à la politique d'abattage systématique, en cherchant à s'appuyer sur des contre-expertises scientifiques (*Ouest-France*, 19 juillet 2000 : Dans la Manche, un éleveur dit « non »). Ces nouveaux cas d'ESB apparaissent en septembre et en octobre comme de véritables bombes en puissance dans un climat de controverse scientifique et

l'agriculture et la société, à travers entre autres, le prisme médiatique, à partir des crises alimentaires et environnementales. Voir R. Mer. *Le Paradoxe paysan*. Éditions L'Harmattan, Paris, février 1999, 236 p.

La vache folle dans Le Monde



De janvier à décembre 2000

En gris clair maigre : nombre de titres sur la vache folle ;
en gris foncé gras : nombre de communiqués sur le ministère sur l'ESB.

politique sur les prévisions du nombre de victimes de la maladie de Creutzfeldt-Jakob en Grande-Bretagne, vite transposés à la France. Ils créent dès lors le climat favorable à l'explosion de la crise actuelle, comme autant d'incendies multiples répartis à la fois dans le temps et dans l'espace.

Ainsi, suite à l'article précité du *Monde* du 10 août 2000, *Le Figaro* (11 septembre 2000) relance involontairement la polémique en titrant : « Vache folle : les chiffres qui font peur », faisant référence à « la consommation de 1 200 animaux contaminés chaque année en France ». Dès le lendemain, le ministère de l'Agriculture et de la Pêche réplique par un communiqué « à propos d'informations diffusées dans la presse sur des estimations de l'étendue de la maladie », en précisant que « les extrapolations faites à partir des premiers résultats du programme de recherche lancé par la France le 8 juin dernier n'ont à ce stade aucune base scientifique et sont donc pour le moins hasardeuses ». Dix jours avant l'éclatement de l'affaire (le 10 octobre 2000), la presse annonce sept nouveaux cas d'ESB révélés par un communiqué du ministère de l'Agriculture. De quoi alerter l'opinion et inquiéter les pouvoirs publics : « Nous ne pouvons pas sous-estimer certaines informations troublantes, comme la concentration géographique de cas humains⁵ de la variante de la maladie de Creutzfeldt-Jakob, ce qui soulève de nouvelles questions sur les voies de transmission de l'agent pathogène », déclare le ministre Jean Glavany (*La Tribune*, 11 octobre 2000). La troisième voie revient comme un leitmotiv, et confirme l'incertitude scientifique ambiante qui rajoute au trouble de l'opinion.

Il faut saluer dans ce concert d'alarmes la mise en garde des rares visionnaires (?), comme Paul Pen, éditorialiste du *Paysan Breton* (23/6) : « Qui va communiquer sur le sujet ? On peut espérer un plan de communication fort pour limiter les dégâts sur la consommation de viande bovine en France dès que les résultats seront divulgués à l'automne. Mais c'est vers les marchés étrangers qu'il y a le plus à craindre [...]. Quand,

⁵ La citation fait référence à la concentration de victimes dans le village de Queniborough en Angleterre (*Le Monde*, 16-17 juillet 2000).

à l'automne, tomberont les résultats des tests, la filière bovine pourrait se réveiller avec la gueule de bois ». Un autre magazine régional titre lui aussi fin septembre : « Vache folle : l'Ouest en danger », précisant que l'Ouest totalise 80% des cas de vache folle français en posant la question complémentaire : « Le consommateur doit-il craindre un scandale de la viande contaminée ? ». La région Ouest est particulièrement dans l'œil du cyclone en concentrant les tests du programme national de recherche sur l'ESB ; pas étonnant qu'elle attise les perspectives les plus alarmistes ! Déjà que les médias avaient l'habitude de focaliser leur attention sur la région Bretagne, devenue à leurs yeux le symbole par excellence de l'agriculture industrielle. L'ESB n'arrangera rien dans un premier temps, avant que la maladie apparaisse répartie sur presque tout le territoire, au fur et à mesure de la divulgation des résultats des tests.

Circulation de l'information

Dans de telles situations, la chaîne médiatique joue pleinement son rôle : les radios annoncent, les télévisions montrent, les journaux ou magazines expliquent et commentent plus largement. Fait nouveau par rapport à la crise précédente en 1996, des informations circulent parallèlement sur Internet comme la révélation du taux de tolérance de 0,3% de farines animales (à l'initiative d'éleveurs eux-mêmes indignés par cette découverte), sans oublier les sites spécifiques (dont celui du *Courrier de l'Environnement de l'INRA*, du ministère de l'Agriculture et de la Pêche et de l'AFSSA) et la mise en place, notamment par la presse elle-même, de dossiers d'actualité et d'archives très fouillés avec renvoi aux sources d'informations nationales ou internationales. De nombreux sites (comme celui de *Libération*) ont également ouvert des forums sur cette affaire.

Si l'information part le plus souvent d'une dépêche d'agence, voire d'un fait divers, d'une dénonciation ou d'un communiqué de presse, la reprise par les médias tient avant tout de leur appréciation de l'impact potentiel des faits portés à la connaissance du public. Il faut souligner dans ce type d'affaire le poids central des agences de presse, notamment l'AFP (Agence France Presse), souvent à l'origine de nombreuses affaires. Mais l'effet « boule de neige » (les spécialistes appellent ce phénomène médiacentrisme) tient d'abord au fait que les médias s'espionnent ou « se pigent » les uns les autres pour ne pas passer à côté d'une affaire et la révéler sans se laisser doubler, quitte à faire au plus vite, dans tous les sens du terme. En analysant les phénomènes de crise, F. Chateauraynaud et D. Tornay soulignent dans la prise en compte de l'alerte donnée par les médias,

l'importance du fait que « pour être médiatisée, l'information doit intéresser une part suffisante de public ». Les deux auteurs, qui ont analysé la première crise de la vache folle en 1996, ajoutent : « Le premier effet de cette contrainte d'audience sur la médiatisation des alertes est l'accélération de l'alignement des médias. La publication par un organe de presse d'une information alarmante qui intéresse ses lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs, constitue pour d'autres une bonne raison de reprendre ces informations alarmantes ». Dans les milieux professionnels, chacun reconnaît, dans un contexte concurrentiel, le poids des journaux de référence (notamment *Le Monde* ou les quotidiens populaires parisiens) qui servent de guide aux conférences de rédaction pour fixer le sommaire des journaux à venir : « De quoi parle-t-on ou doit-on parler aujourd'hui ? ». Lors de cette dernière crise, l'irruption d'Internet, à la fois comme nouvel outil de travail pour de nombreux journalistes et comme nouvelle source d'information pour tout un chacun - experts et politiques compris - modifie l'information et l'expertise individuelle et collective, au risque d'approximations là aussi, mais avec une intensité et une abondance remarquables et la facilité de vérifier et de croiser les sources.

En cas de crise, le risque de dérapage est accentué par la précipitation et l'accélération des événements. Les pièges sont nombreux : la pression du court terme, du direct, la course à l'audience, aux scoops, la tentation de céder au sensationnel, la surenchère, la simplification outrancière ou la généralisation abusive. Il est dangereux de faire l'amalgame entre tous les médias et tous les journalistes. Les comportements, les références et les contraintes de la presse télévisée ne sont pas les mêmes que ceux des radios et encore moins de la presse quotidienne. Et la presse nationale n'a pas la même connaissance du dossier ni ne choisira les mêmes angles qu'une presse locale ou régionale. Celle-ci sera par nature plus proche des préoccupations d'acteurs locaux, comme les éleveurs, les entreprises ou les élus locaux. Enfin, le risque zéro n'existe pas plus en matière d'information qu'en matière agricole ou agro-alimentaire : les moutons noirs ou peu scrupuleux existent chez les journalistes comme ailleurs et ils peuvent faire autant de tort à la profession qu'un fraudeur dans une chaîne alimentaire. L'état de psychose, surtout pour une affaire de vache folle, se prête à toutes les surenchères dans les titres et les « une ». A preuve, les mots « contaminé » ou « contamination » se retrouvent à la fois pour les OGM, les farines animales... et la viande ! Comme si l'information ou la suspicion, la maladie, la peur ou la mort devaient se propager au même rythme. Ces titres reprennent volontiers les allusions à la folie (« La vache affole »), aux dangers de mort, aux farines cadavériques aux risques alimentaires. Et que dire des accusations assassines lancées à l'encontre des agriculteurs, vite traités d'empoisonneurs !

Dans de telles situations, le poids des télévisions est énorme, en centrant les messages à la fois

⁶ Voir la page *Vache folie en ligne* à www.inra.fr/dpen/v/chfol00.htm

⁷ *Les sombres précurseurs. Pour une sociologie pragmatique de l'alerte et du risque*. Éditions EHESS, Paris, 1999, 476 p.

sur des images-choc (les malades, les victimes, les abattoirs...) ou en jouant sur l'émotion de témoignages. Ainsi, rien ne peut empêcher l'impact d'images traumatisantes ou révoltantes, accusatrices ou émouvantes. Dans cette crise, l'émission de M6 du 6 novembre 2000 (préparée de longue date et, en tout cas, avant la crise) fait l'effet d'électrochoc. La maladie de Creutzfeldt-Jakob s'incarne en la personne du jeune Arnaud (19 ans) et l'affaire de la vache folle devient dès lors aux yeux du public avant tout une question de santé humaine. Le fantôme de la maladie humaine devient réalité ; la controverse et les spéculations vont bon train sur l'ampleur à venir de la maladie humaine. Celle-ci prend dès lors le dessus sur l'épizootie animale. Au-delà des stocks de viande ou de farines animales et des intérêts économiques d'une filière à la dérive, l'affaire devient avant tout une affaire de santé publique. Pour le commun des mortels, comme pour les journalistes, elle doit être traitée comme telle. D'aucuns s'étonnent ou s'offusquent de voir en permanence le ministre de l'Agriculture traiter publiquement ces problèmes, là où ils attendraient une intervention du représentant du ministère de la Santé, qui, signe des temps, n'est alors que secrétaire d'État⁸.

Cette réalité incontournable renvoie chacun devant ses responsabilités et oblige les pouvoirs publics à décider, et vite. À partir de là, les farines animales sont définitivement condamnées, avec ou sans avis de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA), tant l'émotion est grande et largement partagée. La semaine précédente déjà, les téléspectateurs ont pu voir les cassettes sur les victimes britanniques de la maladie de Creutzfeldt-Jakob, des jeunes également. Ces documents sont diffusés en illustration du rapport Philips sur la gestion politique de la première crise de la vache folle en Grande-Bretagne, une gestion présentée comme catastrophique ! Le montage même des émissions de ce type, repris par France 3 (« Mots croisés », 18 décembre 2000) commence par le témoignage de victimes de la maladie de Creutzfeldt-Jakob ; cette construction oriente le débat en accordant la prééminence à la dimension humaine, ce qui est heureux, et relativise du même coup toute incidence de nature économique ou toute explication plus « rationnelle » de l'apparition de la maladie. L'émotionnel est au rendez-vous !

Un rôle amplificateur

L'expérience récente démontre à nouveau la place essentielle des médias dans de telles crises. En sont-ils vraiment à l'origine ? Qui, dans l'affaire SOVIBA, craque l'allumette qui déclenche l'incendie ? Le procureur qui dévoile à la presse la fraude ou la

tentative de fraude, le négociant lui-même, les services vétérinaires de la place qui voulaient « régler ses comptes » avec le représentant d'une profession souvent en maille avec les services de contrôle, l'agence de presse qui relate ce qui peut apparaître alors qu'un « incident », le distributeur Carrefour qui annonce à grand renfort de publicité le retrait de viande de ses linéaires (une première pour ce type de produit)... ou la presse ? Il ne faut pas oublier que cette affaire éclate dans un climat de crises alimentaires devenues quasi-permanentes. Et qui plus est, au moment même de l'ouverture du Salon international de l'alimentation (SIAL), un des grands rendez-vous mondiaux des produits alimentaires. Paradoxe, le jour même où éclate la crise (le 20 octobre 2000), le journal *La Tribune* rend compte des résultats du sondage IPSOS publié à l'occasion des États généraux de l'alimentation. Cette opération, programmée de longue date, sera quelque peu perturbée par la crise de la vache folle qui monopolisera les débats comme les esprits. Les Français n'apparaissent pourtant pas prêts à dramatiser les risques alimentaires, même si le tiers des sondés s'alarme de la dégradation de la situation. La suite des événements allait donner raison aux craintifs et faire douter les plus optimistes.

Passée la révélation des faits ci-dessus, les médias organisent le débat public (« effet d'agenda ») autour d'une des préoccupations essentielles des Français : la sécurité alimentaire. Sans doute jouent-ils même un rôle d'amplificateur des attentes sociales, des peurs collectives, bien réelles. Les comportements d'achat à l'étal ou dans les linéaires l'ont bien prouvé, avec des chutes rapides de consommation de l'ordre de 50% et même plus pour certains produits comme les steaks hachés. En relayant ainsi l'opinion publique dont ils se font les « porte-parole », les médias contraignent les politiques à décider sous pression et à répondre publiquement et rapidement aux questions posées, comme aux pressions de tout bord, secteurs économiques en tête. Les polémiques politiques ou professionnelles, comme les multiples rebondissements (voir les décisions en chaîne de retrait de la viande des cantines scolaires) donnent de l'eau au moulin des agences de presse. Et en l'absence de décisions, les médias occupent le devant de la scène.

Ironie du sort : cette nouvelle affaire tombe en pleine campagne de communication de l'enseigne Carrefour sur « le mois le plus attendu ». Pour l'occasion, le distributeur invente le « principe de précaution extrême » (*Le Monde*, 24 octobre 2000) en décidant d'étendre les mesures de rappel à tous les steaks hachés venant de l'abattoir SOVIBA de Villers-Bocage et ce, dans tous les magasins du groupe. Carrefour tient à préserver son image, quitte à se retourner juridiquement contre ses propres fournisseurs. Mais en adoptant une mesure aussi extrême le public est paradoxalement en droit de douter de la qualité de la viande distribuée (puisqu'on la retire, à grands renforts de publicité !). L'application du principe de précaution à l'abattage

⁸ Le nouveau ministère allemand, suite aux démissions des ministres de l'Agriculture et de la Santé, en janvier 2001, devient celui de « la Consommation, de l'Alimentation et de l'Agriculture ». Dans cet ordre, précisez-t-on !

systématique relève de cette même logique qui attribue à la totalité les défauts d'une partie, comme par contagion... ou contamination !

Quand on cherche, on trouve...⁹

L'exigence récente de transparence et de traçabilité au sein des filières devrait aller de pair avec le travail d'investigation journalistique. Sous réserve de s'affranchir des maillons faibles (les fraudes notamment) ou des points noirs comme les cantines scolaires. Sinon, gare aux révélations ! La multiplicité des reportages et des sources d'information ne laisse plus grand chose dans l'ombre, d'autant que chacun s'évertue à trouver un angle original, à débusquer les failles du système ! Celles-ci sont mises à nu, du producteur au linéaire, en passant par tous les stades de la transformation. Le lecteur moyen saura tout ou presque sur les processus de fabrication (comme le nombre d'animaux rentrant dans la composition d'un steak), les circuits de distribution, les modalités d'abattage et de découpe, la valorisation des produits et des sous-produits (gélatine comprise), l'élimination des morceaux à risque. Une filière complète est ainsi mise à vif. Rien ou presque n'échappe à ce qui ressemble à une enquête policière. Les fins limiers de la presse ont vite fait de trouver le vilain « petit canard » qui jette le discrédit sur toute une filière ou les négligences de tel ou tel secteur (par exemple, les fabricants de farines animales). Les efforts de sécurité et de traçabilité sont alors soumis à l'épreuve du doute.

Chacun reconnaît qu'en de telles circonstances, les médias eux-mêmes sont pris de court devant l'avalanche d'informations, la multitude des angles d'attaque possibles, la diversité des acteurs et des intérêts en jeu. Comment trouver dans l'urgence à la fois le journaliste (ou l'équipe TV) à même de traiter de manière professionnelle un sujet aussi complexe et le bon interlocuteur, qu'il soit politique, expert ou éleveur. Les caméras d'adresses du bon journaliste se trouvent pris au dépourvu et il faut renoncer à ses sources habituelles (les plus sûres) pour aller en quête d'information et d'informateurs. Si certains intervenants sont prêts à monter au créneau, d'autres se murent dans le silence ou se défilent devant leurs responsabilités, par crainte de voir leur légitimité ou leurs intérêts remis en cause. Ainsi, les interventions séparées de personnalités politiques en charge d'une des parties du dossier risquent de mettre en porte-à-faux leurs collègues des autres ministères. Par défaut, les « sujets » ou les articles se feront tout de même. La crise n'épargne personne, pas même les journalistes, pris dans l'engrenage infernal de la couverture ou du bouclage, concurrence et actualité obligent.

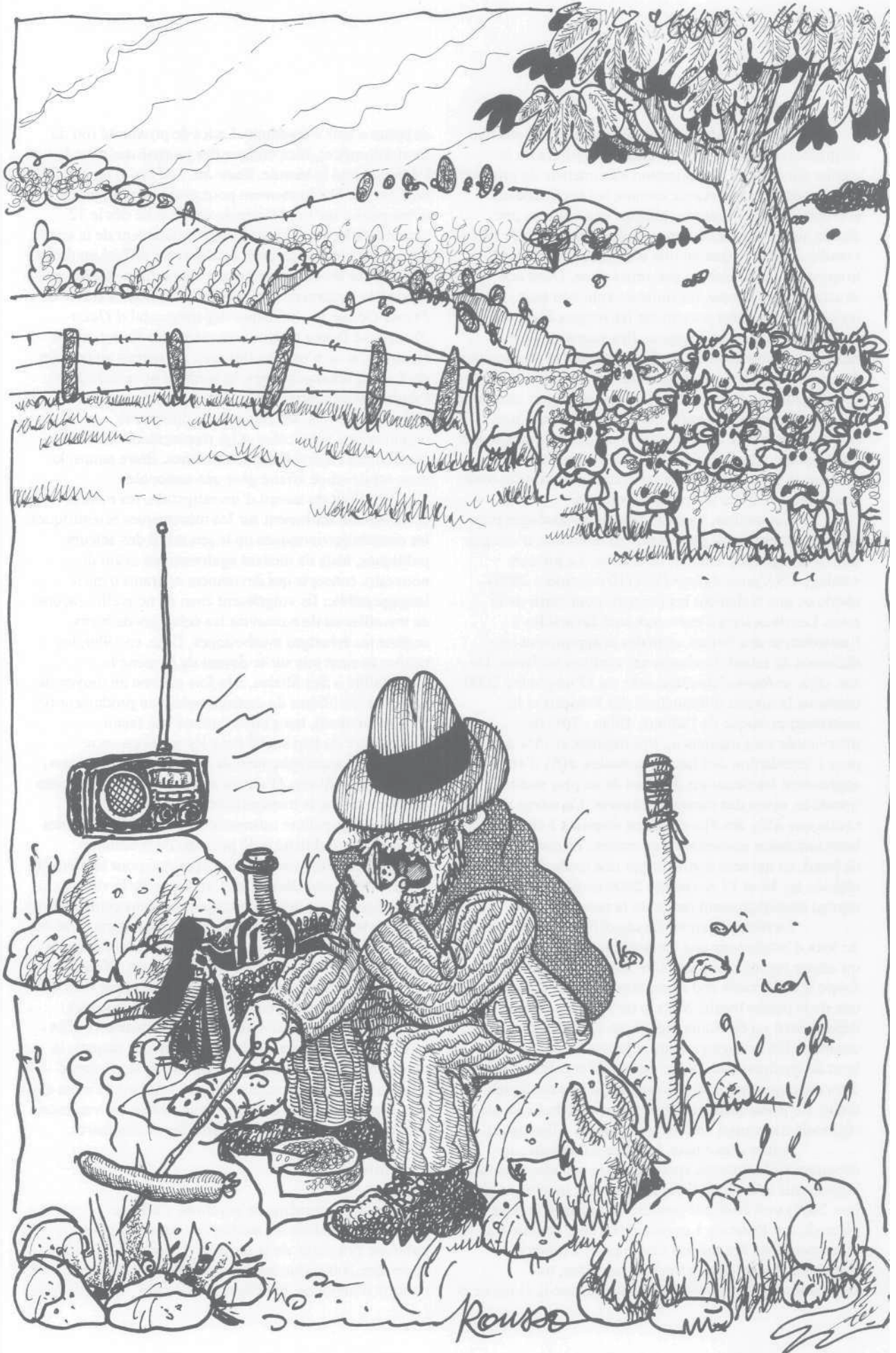
À l'image des prions, les journalistes sautent allègrement les barrières des frontières comme des

filières, se transformant ainsi en agents (non conventionnels ?) de transmission de l'information, qu'elle soit vraie - le plus souvent, heureusement - ou fautive. Et, dans ce dernier cas, les personnes se sentant les plus directement touchées, comme les éleveurs, réagissent en premier lieu, avec l'impression d'être, sinon trahis, souvent salis ou mai compris. Parmi les erreurs les plus fréquentes (« les morceaux à risques » en quelque sorte), il faut citer, outre la commercialisation de la viande venant de l'animal malade dans l'affaire Carrefour, l'amalgame entre les vaches laitières et les races à viande (tout cela, c'est du bœuf !) ou *a contrario* le discrédit facile sur les vaches laitières, les plus touchées par la maladie et suspectes de consommer à longueur de journée des farines animales, fussent-elles interdites depuis dix ans. Le discours devient malheureusement caricatural avec, à ma droite sur le banc des accusés, « la Prim'Holstein, usine à lait nourrie industriellement, vache de batterie, sans goût ni cornes, dont les éleveurs devraient avoir honte, s'ils avaient la moindre fierté de leur métier »... et, en face, pour la défense des éleveurs, « cette race de Salers avec ses cornes en lyre qui prend certes de la place dans l'étable, mais qui se retrouve au menu de Pic, à Valence » (« Vachement bien », *Le Monde*, 20 décembre 2000). Déjà boudée, la viande bovine devient vite suspecte, et forcément suspecte si elle provient d'un élevage laitier.

Les médias deviennent alors la cible facile ou le bouc émissaire de ceux qui s'estiment victimes de la crise et de la psychose qui suit, à la fois dans leur revenu et dans leur dignité de producteur. Les milieux agricoles sont même tentés de porter le débat ou la polémique sur le terrain judiciaire en intentant un procès en bonne et due forme aux médias, accusés de colporter des informations fausses ou insuffisamment vérifiées et de porter atteinte à l'image de toute une profession. L'affaire de la vraie-fausse vache folle de Pontivy en février 2000 apporte de l'eau à leur moulin¹⁰. Et réactive la défiance vis-à-vis des médias, accusés en bloc, devenu monolithique pour l'occasion, sans discernement entre les « bons » et les « fautifs » ! Le fait que des cabinets d'avocats se positionnent sur ce terrain de protection et de défense de l'image va sûrement encourager de nouvelles procédures. Les premiers utilisateurs seront les entreprises qui ont pignon sur rue et, plus encore, celles qui sont cotées en Bourse et de ce fait sensibles aux états d'âme de l'opinion et à ses variations, les enseignes de distribution en tête.

⁹ Ce slogan a été largement repris dès les premiers résultats des tests pour relativiser l'explosion de la maladie.

¹⁰ Une vache prétendue folle avait défrayé la chronique en février 2000, sur la base d'une fuite d'informations de la DSV (Direction des services vétérinaires) pour être déclarée quelques jours après indemne de toute maladie.



Certaines approximations ou informations mal contrôlées, l'importance des quantités retirées de la chaîne alimentaire, l'application maximaliste du principe de précaution sur la viande comme sur les troupeaux accréditent dans l'opinion, plus qu'une faute ou une fraude, un risque réel ou une suspicion généralisée sur la viande, qu'elle émane ou non d'animaux malades, de troupeaux condamnés ou présumés sains. Dans une situation de psychose, les rumeurs vont bon train. Dans les campagnes, elles portent sur les risques d'apparition de la maladie dans un troupeau (les suspicions par rapport aux voisins) et, dans les villes, sur la composition des steaks hachés, la comptabilisation ou non des cas de Creutzfeldt-Jakob. Il aura suffi d'une suspicion introduite par une interview à la radio ou à la télévision, d'une information captée à la sauvette entre deux zappings pour que le doute s'installe définitivement chez certains et réalimente la psychose dans les colonnes ou sur les ondes pour tout le monde, journalistes compris.

Les médias, toujours friands de sondages pour créer l'événement ou pour servir de référence, n'ont pas failli à la règle dès le début de la crise. Le premier sondage CSA pour *Aujourd'hui* (10 novembre 2000) révèle ce que réclament les Français pour sortir de la crise. Les deux tiers d'entre eux sont favorables à l'interdiction des farines animales et approuvent les décisions de retrait de viande des cantines scolaires. De son côté, le *Journal du Dimanche* du 12 novembre 2000 confirme le niveau d'inquiétude des Français et le traitement politique de l'affaire. Bilan : 70% des interviewés sont inquiets ou très inquiets et 75% sont pour l'interdiction des farines animales. 60% d'entre eux approuvent les décisions des élus de ne plus mettre la viande au menu des cantines scolaires. Ce même sondage révèle que 45% des Français sont disposés à changer leurs habitudes alimentaires en matière de consommation de bœuf, ce qui sera confirmé par une étude du CREDOC réalisée les 16 et 17 novembre 2000 en pleine crise et reprise immédiatement par toute la presse.

La multiplication des cas d'ESB comme autant de feux d'artifice sur une lande sèche ne pouvait qu'attiser les feux de l'actualité. Le premier cas fait figure d'événement et d'exception et mène de faire la une de la presse locale. Mais le premier cas isolé dans un département ou dans une région est aussitôt repris comme « fait nouveau » dans la presse nationale. Au bout de quelques cas, l'effet cumulatif accrédite l'idée d'un développement plus important, d'une contagion réelle. Ce phénomène est observable à l'échelle locale, régionale mais aussi nationale (Espagne, Allemagne).

À titre d'exemple, la Loire-Atlantique, un département longtemps épargné par la maladie (une tache blanche sur la carte de l'Ouest fortement touché jusqu'en juin 2000) voit croître le nombre de cas avec la mise en place du test Prionics. Les médias locaux, comme les correspondants des médias nationaux s'inquiètent, enquêtent et s'entêtent à trouver, sur place, une explication possible à une épidémie, jusque-là éloignée et

devenue « leur » épidémie. La loi de proximité (ou du mort-kilomètre), bien connue des journalistes, met à l'épreuve tout le monde. *Dura lex, sed lex*. Il aura suffi de 3 cas sur le département pour provoquer un premier débat public sur l'épidémie de vache folle dès le 12 octobre 2000, soit 8 jours avant l'éclatement de la crise (située vers le 20 octobre). Le débat est diffusé en direct à la fois sur les ondes de France Bleue Loire-Océan et repris très largement dans plusieurs éditions à suivre de *Presse Océan*, le challenger départemental d'*Ouest-France*. Le thème n'attire pas encore les foules, ni les réactions, si ce n'est des éleveurs, concernés au premier chef. Cinq semaines après, le jeudi 16 novembre 2000, l'émission est reprise sur le même thème avec à la tribune, cette fois, les éleveurs de différentes organisations syndicales et les représentants de mairies confrontées au problème des cantines. Entre temps, la crise est devenue affaire plus que nationale.

Fruit du travail d'investigation, les médias éclairent non seulement sur les mécanismes scientifiques, les circuits économiques ou le jeu subtil des acteurs politiques, mais ils mettent également en avant de nouveaux concepts qui deviennent courants dans le langage public. Ils vulgarisent ainsi de nouvelles façons de travailler ou de concevoir les échanges de biens comme les échanges symboliques. Déjà, en 1996, les médias avaient mis sur le devant de la scène la « traçabilité » des filières, à la fois comme un moyen de remonter les filières du consommateur au producteur (et réciproquement), mais aussi comme une façon d'introduire du lien social dans les relations entre individus et accessoirement de responsabiliser chaque maillon de la filière. D'autres mots ont fait florès à cette époque, comme la transparence, le développement durable, l'agriculture raisonnée... La crise actuelle aura renforcé la « publicité » du principe de précaution. Apparu dans l'espace public et appliqué pour la première fois en 1996 pour décider de l'embargo de la viande britannique, il est devenu omniprésent dans cette crise, au point de le mettre à toutes les sauces, y compris celle des cantines scolaires, pour être revendiqué actuellement à chaque situation jugée porteuse de dangers. D'autres mots ont marqué le discours médiatique (et par ricochet celui de l'opinion, à moins que ce ne soit l'inverse) comme la peur, l'irrationnel du consommateur (l'effet « psychose »), mais aussi la perception des risques, la communication de crise... et l'apparition sur la scène publique du consommateur-citoyen ! Autant de mots qui font depuis le quotidien ou presque de nos conversations et rentrent ainsi discrètement dans les dictionnaires.

Psychose ?

Le mot même de psychose s'affiche définitivement dans les médias (ou dans l'opinion publique ?) à partir de la semaine 35, celle du 6 au 11 novembre 2000. Une semaine qui démarre, à grands renforts d'annonce, par l'émission de M6 : « Vache folle,

la grande peur ». Le slogan est repris le jour même (« La grande peur de la vache folle », *Le Monde* du 7 novembre 2000). *La Tribune* reprend le 7 novembre : « La psychose sur la viande de bœuf gagne du terrain ». Le lendemain, la grande peur s'est transformée en « psychose » pour *Le Monde*. Les guillemets accentuent la précaution oratoire face à la précipitation des événements : déclarations successives de Jacques Chirac demandant l'interdiction sans délais des farines animales, puis celle de Luc Guyau, président de la FNSEA recommandant l'abattage des bovins nés avant 1996, sans oublier la multiplication des retraits de viande des cantines scolaires. Dès lors, la presse pourrait afficher sans retenue l'état de psychose ambiante (Une du *Parisien*, 8 novembre 2000), même si le commentaire laisse entendre ici ou là que le terme n'était pas nécessairement approprié à la situation. « La vache folle affole » tout le monde, y compris les politiques (*La Tribune* et *Libération* du 8 novembre reprennent ce même titre !). En attendant, « Pressions et psychose s'amplifient » (*Ouest-France*, 9 novembre 2000). En situation de peur collective, le discours basé sur plus d'incertitudes que de sources de réassurance, laisse les politiques « affolés » face à leurs responsabilités et à leurs propres décisions ou indécisions (« Vache folle : la méfiance des consommateurs est alimentée par des déclarations contradictoires », *Le Monde*, 10 novembre 2000 ; « Sagesse politique et vache folle », *Le Monde*, 11 novembre 2000).

L'analyse chronologique des événements démontre l'extraordinaire conjonction de faits, d'accidents, de révélations... dans un contexte particulièrement propice à l'explosion de la crise. La nature même des deux nouvelles maladies transmissibles, le temps d'incubation et les incertitudes concernant les modes de transmission d'une espèce à l'autre, d'une part, et des animaux au genre humain, d'autre part, laissent les scientifiques avec plus d'incertitudes que de connaissances ou d'expériences (« Pourquoi les scientifiques ne sont sûrs de rien », *Le Point*, n°1467, 27 octobre 2000). Les politiques doivent apprendre à décider, en se référant de plus en plus au principe de précaution, au risque de le dévoyer de sa finalité ou de l'appliquer par conformisme socio-politique (la pression de l'opinion), voire par protectionnisme économique. Tant que les mécanismes de transmission et de diffusion de la maladie ne seront pas élucidés, il faut craindre de nouveaux rebondissements et de nouvelles mesures de précaution, avec leurs effets pervers en chaîne.

Il suffit de se prêter à l'exercice de prospective pour multiplier les scénarios d'apparition et de diffusion des deux maladies, sans compter les mesures à prendre par précaution (ou super-précaution dans le cas des mesures récentes concernant les dons de sang... et les transfusions sanguines). Dans le doute, aucune décision ne doit être rejetée *a priori*, au risque de se voir plus tard condamné pour n'avoir pas légiféré suffisamment tôt. Le terrain semble désespérément miné ; et, quand on croit l'affaire close ou l'incendie circonscrit, les prions ou

leurs fantômes rebondissent là où on les attend le moins. Un vrai feuilleton aux multiples rebondissements ! Les médias trouvent là matière à de multiples investigations, à la recherche de nouvelles hypothèses, pourquoi pas de controverses, de nouveaux responsables aussi, voire de nouveaux scandales en puissance. Le syndrome du sang contaminé plane au dessus des têtes et des pages blanches, mais aussi le souvenir de la dernière crise, des attermoissements des Britanniques et des Européens suspectés de faire passer les intérêts des lobbies agricoles et industriels avant ceux des consommateurs. La note interne d'un fonctionnaire européen, à l'issue des premiers cas d'ESB en Grande-Bretagne, reste également présente à la mémoire des différents journalistes en charge de ce dossier avec l'expérience des deux crises successives. Cette note invitait la Commission à pratiquer purement et simplement la désinformation, pour minimiser l'affaire en précisant « Il vaut mieux dire que la presse a tendance à exagérer » (*Que choisir*, février 1991).

Avec le temps, la psychose a également franchi les frontières, pour devenir, fin décembre, un phénomène européen. Il aura suffi d'un seul cas d'ESB en Allemagne et en Espagne pour infléchir les politiques de prévention et les décisions cette fois européennes. Quinze jours plus tôt, la France se retrouvait isolée, conduite à faire face seule à une crise déclarée franco-française. Début décembre, l'Europe prend enfin les mesures appropriées pour essayer de contenir la maladie et sa transmission à l'homme (interdiction des farines animales, généralisation des tests). Si la vache folle n'aide pas à construire l'Europe, elle aura au moins déjà contribué à l'harmonisation des mesures sanitaires et à la création, début décembre 2000, d'une Autorité européenne alimentaire. L'aveuglement d'alors n'est pas seulement politique ; les médias n'ont pas particulièrement plus anticipé en la matière, sauf quelques exceptions près comme toujours (celles qui tendent à dédouaner l'ensemble de la profession). La plupart des supports de presse nationaux semblent plus disposés à défendre leur territoire, leurs producteurs, leurs produits à la fois contre les prions et les mauvaises informations annonciatrices de malheur. À titre anecdotique mais hautement symbolique, les Allemands découvrent ainsi avec horreur, suite au premier cas d'ESB, la composition des saucisses, incluant du bœuf (« La saucisse folle sape le moral de l'Allemagne », *Le Monde*, 23 décembre 2000). Et que dire des réactions des communautés musulmanes françaises prêtes à porter plainte contre les fabricants et distributeurs de gélatine pour avoir omis de signaler aux consommateurs que, depuis la dernière crise, de nombreux fabricants avaient substitué le porc au bœuf !

Cela conduit à défendre les politiques de protection nationales, notamment les embargos successifs qui se propagent dans l'espace au fur et à mesure de la révélation de la présence de la maladie. Ces embargos provoquent comme des taches d'huile conduisant à déréférencer progressivement des zones de production de

plus en plus étendues du marché mondial et à jeter l'opprobre sur des systèmes de production parmi les plus sûrs du monde. Le mal, comme au temps des pestes historiques, vient toujours de l'extérieur, de l'étranger. Heureusement, il y a les frontières et leurs barrières symboliques, qu'elles soient naturelles (c/le nuage de Tchernobyl), politiques ou culturelles. Un seul cas suffit à faire tomber le château de cartes des certitudes et faire trembler les politiques, accusés soudainement d'aveuglement. Mais l'embargo ne porte pas seulement sur les échanges économiques, il affecte aussi la circulation d'informations venant d'autres pays. Pourtant, tout le monde parle ici ou là de mondialisation. Quand on ne cherche pas (ou que l'on cache), on ne trouve pas !

Les débats sur les comportements rationnels ou sur les peurs irraisonnées sont repris dans de nombreux supports. « Vache folle : l'irrationnel au menu », titre *Ouest-France* (7 novembre 2000) en annonçant « la fin des farines camées sous la pression de l'opinion ». Partisans des deux camps s'affrontent par voie de presse. Fustigeant la « communication erratique » du gouvernement, *France-Soir* (11 novembre 2000) appelle à plus de transparence et d'information : « Face à l'irrationnel, seule l'information peut empêcher la peur de se propager, encore et toujours ». Chacun s'indigne ou s'émeut des « peurs irrationnelles », de l'« irrationalité collective », d'un principe de précaution dévoyé par les politiques de tout bord : « Une démocratie spongiforme » (*Libération*, 10 novembre 2000) ou une « République émotionnelle » (*Libération*, 17 novembre 2000). Il ne restait plus qu'à chercher les solutions pour essayer de s'en sortir (« Vache folle, comment surmonter la psychose ? » *Le Monde*, 11 novembre 2000) ou pour rassurer. Scientifiques, sociologues et politologues sont réquisitionnés pour venir au secours d'une filière désarçonnée (« Les scientifiques rassurent », *Ouest-France*, 10 novembre 2000).

En la matière, les experts se font plutôt rares, hors les incontournables professeurs Dominique Dormont (spécialiste des prions et président du comité d'experts pour le compte de l'AFSSA¹¹) et Jeanne Brugère-Picoux, elle-même spécialiste de la tremblante du mouton, de l'École nationale vétérinaire d'Alfort. Le premier est obligé de restreindre ses interventions pour ne pas faire de l'ombre ou influencer la décision des politiques (voir l'un des rares interviews accordés avant la crise à *Ouest-France*, 29 septembre 2000). La seconde participe à de très nombreuses tables rondes médiatiques sur le sujet pour tenter en vain de dédramatiser la situation et ne cachera pas son soutien aux éleveurs. Ces experts sollicités, déjà omniprésents lors de la dernière crise en 1996, traitent plus souvent de l'ESB que de sa forme humaine, dont les experts apparaissent très rarement dans les médias.

¹¹ L'AFSSA est dirigée par Martin Hirsch, par ailleurs co-auteur d'un essai sur *L'affolante histoire de la vache folle*. Editions Balland, Pans, septembre 1996, 239 p.

Il faut attendre encore quelques jours pour analyser « Les causes d'une psychose » (*Libération*, 14 novembre 2000) ou mettre en avant « La capacité d'oubli assez grande » (*Ouest-France*, 22 novembre 2000). Dans ce dernier article, Gérard Mermet estime que « la psychose tient plus aux politiques qu'aux consommateurs ». Hors du contexte de crise il est vrai, le sociologue Claude Fischler s'évertue à raisonner la perception des risques alimentaires : « Les peurs et les angoisses alimentaires ne sont pas seulement des manifestations d'ignorance, d'idéologie ou d'irrationalité : ce sont aussi les signes d'un besoin profond du mangeur de s'approprier (ou de se réapproprier pleinement) ses aliments »¹². Comment faire entendre la voix de la raison aux uns et aux autres dans une telle cacophonie ?

Quand les décisions rassurent

L'annonce de l'interdiction imminente des farines animales par Jean Glavany, ministre de l'agriculture (le 13 novembre 2000) est reprise dans tous les médias dès le lendemain avant son annonce officielle (le 15) dans le cadre d'un plan de soutien à la filière. Ce plan largement commenté le lendemain ramène les politiques sur le devant de la scène en décideurs, hommes d'action et non en observateurs intéressés, en commentateurs de l'actualité ou voire en prévisionnistes perçus comme alarmistes (cf déclaration de Dominique Gillot, secrétaire d'État à la Santé, sur le nombre de malades de Creutzfeldt-Jakob dans *Aujourd'hui*, du 7 novembre 2000). La société ou l'opinion « sans repères » se trouve, enfin, face « au père normatif », à la fois garant de l'autorité, de la loi (et de l'interdit) et gestionnaire de la santé publique, perçue comme menacée. Les faits peuvent tenter de prendre le dessus sur le doute et la décision sur l'incertitude.

En l'absence de décisions ou dans leur attente, (le délai demandé par l'AFSSA pour émettre un nouvel avis sur les farines animales), il ne faut pas s'étonner que les médias organisent le débat public autour de la maladie, de la santé, de la mort possible, du risque diffus ou aléatoire. Autant de mots-clés chargés de symbolique mortifère. Sans oublier que les images à la télévision n'arrêtent pas de montrer les cadavres d'animaux, des reportages en abattoirs... et, depuis peu, l'image traumatisante de victimes humaines agonisantes. Et les magazines montés cette même semaine 45 (du 6 au 11 novembre 2000) ne peuvent qu'entretenir la « psychose » ambiante. *Le Figaro Magazine* du samedi 18 novembre 2000 alerte encore sur « La crise de l'assiette folle » et le *Nouvel Observateur* du même week-end peut titrer sur « Ce qu'on peut encore manger sans risque, le Guide anti-vache folle » (n°2228, du 16 au 22 novembre 2000).

¹² Raison et déraison dans la perception des risques alimentaires. Communication de C. Fischler. *Journée annuelle de diététique*. 16 janvier 1998.

Le *Point* dans son édition du même week-end (n°1470, daté du 17) révèle, en même temps que *France-Soir*, la première plainte des victimes de la maladie de Creutzfeldt-Jakob, engageant des poursuites pour empoisonnement. La psychose touche pourtant à sa fin ; reste à débusquer « derrière le désastre alimentaire, les vrais coupables » (*Marianne*, n° 187, du 20 au 26 novembre 2000).

Après ces derniers soubresauts quelque peu en décalage avec l'actualité, la tension retombe. La presse peut ouvrir plus largement ses colonnes aux élus, aux associations qui ont décidé de maintenir, parfois contre l'opinion publique, la viande de bœuf dans les cantines scolaires. À la mi-novembre, la pression médiatique est largement derrière mais, pour les éleveurs et l'ensemble de la filière, la crise ne fait que commencer. La consommation n'est pas prête de reprendre aussi vite qu'en 1996. Il aura fallu attendre quelques semaines après le début de la crise pour voir les médias nationaux aller faire des enquêtes plus fouillées sur les conséquences auprès des éleveurs, en y incluant - dramatisation oblige - ceux qui avaient dû abattre leur troupeau. Signe prémonitoire d'un désastre annoncé ! Ainsi, *Libération* engage une série d'enquêtes, intitulée « Paroles d'éleveurs », sur trois jours à suivre à partir du 16 novembre 2000. La réalité dramatique ne prête plus trop à sourire, ni à fantasmer : « Vache folle : les éleveurs abattus » (*France Soir*, 22 novembre 2000) ; « La crise de la filière bovine, le temps des vaches maigres » (*Libération*, 21 novembre) ; « Pourquoi les agriculteurs sont en colère » (*Aujourd'hui*, 29 novembre). Finie la psychose à la table, bonjour l'angoisse à l'étable. Mais les éleveurs ont bien du mal à faire prévaloir devant l'opinion publique leur détresse face à celle des parents ou des victimes elles-mêmes de la maladie de Creutzfeldt-Jakob. Ceux-ci mettent d'ailleurs en parallèle la différence de soutien psychologique entre les deux cas de figure. De fait, le soutien est mieux organisé pour les éleveurs « victimes » de l'ESB (en raison de l'abattage systématique des troupeaux, une expérience également traumatisante) et reste balbutiante pour les familles des malades de la forme humaine de l'ESB.

Écrit en pleine crise, l'article de D. Duclos sur « La grande peur de la vache folle. Raisons et déraisons d'une psychose » (*Le Monde Diplomatique*, décembre 2000) estime que cette psychose « se fonde sur la conviction que les rapports de l'homme avec la nature sont de plus en plus pervers. [...] Si cette affaire occupe dans les médias européens beaucoup de place, c'est parce qu'il s'agit d'un objet manipulable par excellence sur la scène médiatique », permettant de proposer au public « un plateau de jouissances impunies, parfaitement aseptisées dans le langage objectif de l'information, puis fortement refoulées dans le déclenchement de phobies alimentaires ou de subites passions végétariennes ». Même si l'affaire de la vache folle dispose d'une « puissance de diversion » par rapport aux autres problèmes socio-politiques du moment, l'auteur va plus

Les médias, supports de publicité

La communication collective se fera, elle, attendre. À l'inverse de la dernière crise, les réactions collectives de l'interprofession tardent à compenser quelque peu la couverture médiatique. En 1996, le lancement du logo VBF (viande bovine française) avait quelque peu sauvé la mise. Cette fois-ci, les premiers à monter au créneau sont les opérateurs économiques. Carrefour et Mac Do en tête, avec d'autres moyens financiers il est vrai, réagissent très vite, respectivement fin octobre et début novembre, quand la première communication officielle émanant du ministère n'apparaît que fin novembre (le 19), précédant celle du Centre d'information des viandes (CIV), dépendant de l'interprofession, à partir du 24. D'autres entreprises, comme Charal, se sont manifestées plus tardivement (en pleine page, le 9 décembre 2000).

Avec la multiplication des crises, les entreprises se sont dotées de cellules de crise et de dispositifs spécifiques de communication de crise. Dès l'annonce par SOVIBA de la procédure de retrait, le PDG de Carrefour rentre d'urgence du Japon. Le plan de bataille est lancé pour sauver l'image de l'enseigne de distribution avec mise en place de numéros verts, de communiqués de presse et de plans-médias. Quelques jours plus tard, après l'éclatement de l'affaire, la presse locale et nationale reprend la publicité de Carrefour sur une pleine page (le 25/11). Le message adressé aux clients est simple ; au-delà des actions de Carrefour concernant la viande, notamment les filières qualité, l'enseigne met en avant ses propres propositions en matière de sécurité alimentaire : l'interdiction des farines animales, le retrait des activateurs de croissance et le dépistage systématique de l'ESB à l'abattoir. Peu après, la chaîne de restauration rapide, Mac Donald's, alertée par la panique potentielle sur les steaks hachés et autres hamburgers, prends les devants pour rassurer elle aussi sur la qualité de la viande distribuée à coups de spots télévisés et d'annonces presse. Hasard (ou coïncidence), la programmation des spots les positionne, entre autres, en même temps que la fameuse émission de M6 ! Il n'est pas sûr que l'enseigne y ait gagné en image ou en crédibilité, malgré la prégnance des messages déroulants lors du spot, pour conclure par le slogan : « Nous faisons des hamburgers et nous les faisons bien ». *No comment !*

loin en estimant que « la vache dite folle nous sert pour nous représenter l'autodévoration de la civilisation humaine ».

Couverture multi-médias

Curieusement, à la différence de la crise de 1996, la presse féminine a peu couvert cette nouvelle affaire. Les produits de beauté n'étaient pas cette fois dans l'œil du cyclone et le sujet n'est pas nécessairement plus ragoûtant pour les revues gastronomiques, sauf à faire la promotion *a contrario* des produits du terroir ou de l'agriculture biologique. La presse consumériste s'est trouvée également prise de court par un tel événement. Et le rythme de parution mensuel ne permet pas de réagir facilement à chaud au climat de panique constaté chez les

consommateurs. Il a donc fallu attendre les numéros de décembre, soit un mois et demi après le début de la crise, pour voir les deux journaux spécialisés analyser, à froid, « les leçons de la nouvelle crise » (*60 millions de consommateurs*, décembre 2000), en appelant les consommateurs à la raison s'il est encore temps (« Vaches folles : savoir raison garder », *Que choisir*, décembre 2000) et à « Un débat de société sur l'agriculture » (*60 Millions de consommateurs*) !

La presse économique quotidienne a plus que couvert l'affaire en insistant sur les conséquences pour la filière et, accessoirement, pour certaines valeurs boursières affectées à la hausse (comme les laboratoires d'analyse AES, Eurofins) ou à la baisse, comme Carrefour). Par contre, les magazines économiques n'ont pas cédé à la panique ambiante et ont préféré attendre pour aborder « le prix de la sécurité dans la filière » (*Nouvel Économiste*, 8 décembre 2000) ou évaluer les dégâts (*L'Expansion* : « Vache folle : les dégâts », n°634, du 7 au 21 décembre 2000). De son côté, la presse écologique n'en a pas fait spécialement son cheval de bataille, plus préoccupée sans doute par l'avenir politique des multiples tendances au sein du mouvement des Verts. Quelques chroniqueurs s'en sont même émus (« L'impérieuse modernisation des Verts », *Libération*, 16 novembre 2000 ; « Vache folle, pollution : mais où sont les Verts ? », *Aujourd'hui*, 11-12 novembre 2000). Le journal d'écologie politique *Politis* (nouvelle formule) inclura la vache folle dans l'ensemble des catastrophes écologiques (les bombes à retardement) au même titre que les marées noires, le réchauffement climatique, l'amiante, les OGM...

La presse de vulgarisation scientifique (également mensuelle) n'a pas nécessairement pour vocation d'intervenir dans de telles crises. Le temps de la recherche comme celui de la diffusion de la culture scientifique et technique s'accommodent mal de la pression de l'agenda socio-politique. Et quand la pression est trop forte, le risque de dérapage est d'autant plus important pour deux raisons. D'abord, le risque de publier à la hâte des résultats collant aux préoccupations d'actualité, mais pas nécessairement validés par la communauté scientifique. Cela est vrai pour la presse de vulgarisation, parfois amenée à reprendre des hypothèses ou à alimenter des controverses, mais cela concerne parfois également la presse scientifique, passant outre les procédures de relecture par les pairs (comme ce fût le cas en 1996). La deuxième raison tient au mélange des genres journalistiques. On peut être très bon journaliste scientifique et tomber dans le piège du commentaire rapide social, politique ou économique, qui n'est pas le cœur de métier du magazine. Cela fut le cas en 1996 avec l'analyse par *Nature*, revue scientifique, de l'analyse détaillée des flux de farines animales. Et le piège s'est à nouveau tendu dans le dernier article de *Science et Vie* (n° 999, décembre 2000) faisant le point sur le prion, mais reprenant la fausse information selon laquelle « des grandes surfaces se voient contraintes de retirer de leurs

rayons de la viande provenant d'une vache folle abattue dix jours plus tôt et dissimulée, soupçonne-t-on, au sein d'un lot de bêtes saines »¹³. Plus d'un mois après l'éclatement de l'affaire, l'erreur (ou la faute) paraît énorme après la multitude de mises au point faites ici et là, sauf à reprendre des sources peu fiables ou à s'appuyer sur la rumeur publique. L'exercice est, on le voit, périlleux, tant les questions scientifiques, juridiques, politiques sont dans de tels cas fortement imbriquées.

Épilogue ?

À l'évidence, les médias amplifient et dramatisent le contexte paroxystique de crise. Si l'émotion d'origine cède progressivement la place au commentaire plus modéré, avec le recul et la mise en perspective nécessaires, les médias sont eux-mêmes tentés de créer l'événement en la matière au risque parfois d'approximations, de précipitations, voire de surenchère. Après tant d'articles et d'émissions, on peut quand même se poser la question de la rémanence des informations diffusées. Un sondage réalisé à la mi-novembre 2000 et relaté par *Linéaires*, magazine professionnel de la distribution, laisse perplexe : 86% des interviewés pensent que les bovins consommaient des farines animales avant leur interdiction totale (qui date du 14 novembre 2000). Paradoxe ou effet pervers d'une sur-information, les bovins apparaissent même l'espèce la plus consommatrice de farines, devant les porcs (77%), les poissons (74%), les veaux (69%) et les moutons (46%) et, consécutivement, la viande bovine la plus risquée !

Près de deux mois après le début de la crise, le quotidien *Ouest-France*, las de voir l'affaire défrayer la chronique sans avoir le temps de prendre du recul, commençait une très longue série d'articles (elle se terminera avec la fin du siècle) pour répondre aux questions basiques des lecteurs consommateurs. Celles-ci portent sur les différents types de viande avec les races bovines, la nature des prions, la composition des steaks hachés, l'historique des farines animales, la fiabilité des tests, les incidences en secteur hospitalier... Trop tard ? « On n'aurait pas pu la faire en pleine crise », affirme Michel Urvoy, responsable de la rubrique *Économique et social* au quotidien, lors d'un débat sur les relations entre « Agriculture, médias et société »¹⁴. L'initiative, même tardive, mérite d'être saluée. Pourquoi, dès lors, ne pas anticiper sur les prochaines crises (les OGM ou les boues de station d'épuration, par exemple) pour informer par avance les lecteurs des multiples enjeux de société sous-jacents, plutôt que les laisser sous le contrôle des experts

¹³ Le rectificatif du numéro suivant sera présenté comme une réponse à un lecteur, alors qu'il venait de la journaliste elle-même, qui s'était émue de son erreur sur un forum Internet avant même la parution de son article.

¹⁴ Assemblée générale de la CAVAC (85), le 22 décembre 2000.

Tout le monde reconnaît l'importance de l'information, indispensable à l'exigence démocratique. Mais cela ne doit pas empêcher les médias et les journalistes de réfléchir à leurs propres pratiques, pour accepter de prendre leur part de responsabilité, non seulement au débat mais à l'émergence d'une crise, et pourquoi pas à son issue. Par précaution ou par déontologie. La question n'est pas de « dire ou ne pas dire, mais plutôt comment »¹⁵. Il en va aussi de la crédibilité des médias à long terme comme de leur responsabilité immédiate. En 1996, un sondage réalisé pour l'hebdomadaire *La Vie* (n°2644, du 2 février 1996) comparait la confiance dans les différentes sources d'information pour « dire la vérité » sur l'affaire de la vache folle. Les organisations de consommateurs viennent en tête (83% leur font confiance), devant les scientifiques (75%), le gouvernement français (69%), les agriculteurs et leurs organisations (65%). Les médias figurent en avant-dernière position (24 % seulement leur font confiance), juste devant le gouvernement anglais (18%)¹⁶. Ce positionnement serait vraisemblablement différent pour une affaire spécifiquement française avant de devenir européenne ; il fait néanmoins réfléchir. Cela tendrait à confirmer que les récepteurs se font leur propre opinion en confrontant les images et les mots pour trancher dans le vif du tapage médiatique au moment de passer à l'acte d'achat. En attendant, il semble bien que « 90% des consommateurs n'ont pas compris les mesures ESB. 95% d'entre eux se disent favorables aux tests mais la plupart pour des raisons fausses. 80% des consommateurs pensent qu'un bovin testé est sain, ce qui est faux », affirme Louis Orega, directeur du CIV (Centre d'information des viandes) lors d'une table ronde organisée fin 2000 (*Agra-Fil*, 27 décembre 2000). Il poursuit en appelant à changer de modèle de communication : « Aucune communication de type marketing ne fonctionne lorsqu'il existe, comme actuellement, des remises en cause des systèmes de production et de produits ».

Le baromètre annuel de la Sofres publié début 2001 par Télérama-La Croix¹ confirme que les Français sont plutôt mitigés sur la qualité de l'information des médias sur la maladie de la vache folle. Si la majorité des interviewés (51%) est plutôt satisfaite de la couverture médiatique, 60% pensent que les médias ont plutôt mal fait leur travail pour « faire la part entre les informations sûres et les hypothèses ». Une majorité estime que les médias n'ont pas su expliquer les véritables risques de

transmission de la maladie ; par contre, la décision d'interdire les farines animales (une décision attendue par l'opinion et perçue comme conforme, selon les sondages réalisés à l'époque) a été à leurs yeux bien expliquée.

Ce même sondage révèle chez les enquêtés la place des médias dans l'effet « psychose » : les médias viennent ici en tête (39%) dans la « contribution à la forte inquiétude du public », devant les experts (25%) « qui se contredisent parfois » et les responsables politiques (21%) qui sont rendus responsables « d'avoir pris des mesures disproportionnées ». Enfin, une grande majorité des Français (57%, contre 37% qui pensent le contraire) pense que les médias doivent tenir compte de « l'impact que ces informations peuvent avoir sur un secteur économique comme la filière bovine et les emplois ». À chacun ses responsabilités, en quelque sorte.

Reste que le besoin d'information est latent et devra bien être assuré, voire organisé, par les pouvoirs publics pour éviter de telles ruptures, fussent-elles créatrices¹⁸. Car le calcul du coût social d'un défaut d'anticipation ou d'une mauvaise gestion de crise reste à faire. La facture sera lourde ; c'est sans doute le prix à payer pour se rapprocher de l'utopie du risque zéro. L'information apparaît au cœur des constructions sociales des perceptions de la réalité avec ses peurs et ses risques. Elle contribue fortement à la culture et à la conscience collective des enjeux de société, comme à la valeur des biens échangés. Cela suppose des médias qu'ils puissent échapper aux pressions économiques du court terme et de l'audimat pour s'engager résolument dans la mise en perspective de tels enjeux. Chacun veut trouver les vrais responsables et les médias peuvent être tentés de s'arroger les prérogatives de la justice, suspectée de ne pas être suffisamment indépendante, notamment des pouvoirs politiques, ou peu empressée de trouver les « responsables », quand l'opinion réclame plus facilement des « coupables ». Entre les deux, les médias devront aussi aider leurs lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs à faire le tri, pour ne pas désigner à la vindicte populaire le premier acteur venu ou une catégorie sociale sans défense (les agriculteurs, par exemple, à l'origine de tous les maux de la planète, catastrophes naturelles comprises). Si l'indépendance des pouvoirs est une utopie, il faut néanmoins à veiller à leur séparation pour éviter le mélange des genres et tirer les leçons de ces crises, mélanges intimes d'enjeux économiques, politiques, juridiques, scientifiques... et médiatiques.

Aujourd'hui, si la psychose est largement entamée, la crise est loin d'être terminée. Au moindre soubresaut politico-scientifique - comme les réactions contradictoires à l'issue de l'avis de l'AFSSA sur le mouton en plein Salon de l'agriculture -, tout est en place ou presque pour que la crise redémarre. Pourtant, on est

¹⁵ Titre et chute de l'article de Michel Urvoy. *Ouest-France*, 17-18 février 2001.

¹⁶ Cette échelle de crédibilité est récemment confirmée en matière de sécurité alimentaire : « 39% seulement se fient aux médias, 50% aux acteurs de la filière alimentaire, 71 aux scientifiques et 75% aux associations ». Sondage réalisé par KHI2 du 6 au 13 septembre 2000. *Enraid' Ouest*, novembre 2000.

¹⁷ *Télérama*, n° du 24 janvier 2001, avec un titre révélateur : « Le journaliste, le juge et les affaires ». Le sondage a été réalisé fin décembre 2000.

¹⁸ *Ruptures créatrices*. P. Lagadec. Éditions d'Organisation - Les Echos, janvier 2000, 624 p.

mouton en plein Salon de l'agriculture -, tout est en place ou presque pour que la crise redémarre. Pourtant, on est en droit d'attendre des journalistes qu'ils contribuent à une réflexion plus approfondie sur les risques alimentaires ou sociaux et les politiques sanitaires, sur la place de l'agriculture et de l'alimentation dans notre vie personnelle et collective, sur le progrès scientifique... Le consommateur (citoyen) d'information doit être plus exigeant par rapport à ses médias. À l'heure où chacun parle de chartes de bonnes pratiques, de cahiers des charges ou d'éthique, pour le plus souvent les reporter sur autrui (les « fournisseurs » dans les circuits économiques), on voit mal comment un secteur d'activité essentiel comme celui des médias échapperait à une telle réflexion citoyenne ! D'aucuns semblent y renoncer comme si les médias étaient insensibles aux critiques qui leur seraient faites (le marché et l'audimat finissent par y être sensibles) ou incapables d'une réflexion critique sur leur propre métier. Ce serait désespérer des hommes et de leur capacité à faire de l'information un enjeu de démocratie, à l'abri des pressions économiques comme des pulsions émotionnelles •

Rémi Mer est directeur de la communication de la Chambre d'agriculture de Loire-Atlantique.

France Nature Environnement : points de vue sur l'agriculture par Philippe Pointereau

SOLAGRO, 40, rue Beau Site, 31500 Toulouse
philippe.pointereau@solagro.asso.fr

1. Situation actuelle des impacts environnementaux de l'agriculture

La situation environnementale de l'agriculture française ne s'est pas améliorée, loin s'en faut, depuis la première réforme de la politique agricole commune de 1992. On peut même parler d'une situation alarmante pour certaines régions. D'autres restent cependant dans une situation favorable, particulièrement celles qui ont maintenu l'élevage de plein air et la polyculture.

Les prairies permanentes qui assurent une bonne protection des sols et de l'environnement en

France Nature Environnement (FNE, Fédération française des sociétés de protection de la nature et de l'environnement) rassemble la majeure partie des associations généralistes, thématiques et régionales spécialisées sur la protection de la nature et la gestion de l'environnement. Elle compte environ 800 000 membres. Elle travaille sur tous les thèmes et constitue l'un des interlocuteurs privilégiés des hommes publics et des acteurs économiques ou professionnels du secteur.

La vache folle en ligne

Une grande page nourrie et abreuvée chaque jour de nouvelles fraîches, des dossiers, les archives...

ciicsurwww.inra.fr/dpenv/vchfol00.htm



PS : Compte tenu de la multiplicité des sources et de l'ampleur du corpus constitué par cette affaire, le choix retenu est nécessairement limité, mais volontairement diversifié, grâce à la recherche possible sur Internet (à la différence de la crise de 1996) et le suivi au quotidien de la revue de presse.

Je reste attentif à toutes les remarques, critiques et compléments d'analyse - notamment des amis journalistes -, que je ne manquerai pas d'intégrer si nécessaire lors d'une diffusion ultérieure.

R.M.

général ont reculé de 562 000 ha entre 1992 et 1997. De même, les surfaces occupées par les haies et arbres épars ont diminué de 40 000 ha, simplifiant d'autant les paysages.

Les élevages n'ont cessé de s'agrandir et de se concentrer dans certaines régions. Ainsi, les gros élevages de porcs (de plus de 1 000 porcs), qui représentaient 17 % des effectifs en 1979, représentaient en 1995 56% des effectifs. La production de porcs en Bretagne a augmenté de 15% entre 1993 et 1997 (passant de 7,5 millions de porcs à 8,7 millions) et sa part dans le marché national est passée de 53% à 56%, alors que c'est le contraire qu'il aurait fallu mettre en œuvre. Et cela continue puisque les préfets autorisent la création ou l'extension de porcheries. Le résultat de cette concentration, outre la pollution massive, a été la création d'un excédent de 200 000 t de viande en 1997.

Il en est de même pour les élevages de poulets de chair. Les gros élevages de plus de 20 000 poulets, qui