

Octobre 2022

Cette lettre de veille signale des publications récentes traitant de l'évolution des mondes agricoles, comportements alimentaires, ruralités et territoires, modes de vie, réseaux sociaux, opinions et représentations, actions collectives, etc. Les textes sont aussi à retrouver sur le blog de veille du CEP : <https://www.veillecep.fr>.

Florent Bidaud, Chargé de mission Veille sociale, Bureau de la veille

Instagram, les influenceurs et l'alimentation



Comment les enjeux alimentaires sont-ils représentés sur les réseaux sociaux numériques ? Plusieurs productions récentes répondent à cette question, à propos d'Instagram, application de partage de photographies et de vidéos conçue pour les *smartphones*. Prisé par les jeunes, le réseau revendique aujourd'hui un milliard d'utilisateurs à travers le monde.

Sur Arte, un [documentaire](#) retrace l'histoire de l'entreprise, de son lancement en 2010 à la controverse de 2021 sur ses effets délétères sur le bien-être des adolescents. Les rouages du marketing d'influence et du ciblage publicitaire sont expliqués, ainsi que la place croissante prise par l'application dans la construction des identités et des distinctions sociales, transformant la mode, le rapport au corps, l'industrie touristique, etc. Les pratiques alimentaires sont concernées, avec le *food porn*, présentation obscène de nourritures excessivement grasses et caloriques. Le sociologue D. Boullier y voit « une logique de l'excès » qui exacerbe « certaines qualités » des aliments « au risque de la saturation », tandis qu'un restaurateur utilisant Instagram explique en quoi consiste son travail de communication (veille sur les tendances, préparation des photos de plats, etc.).

Le livre [Food Instagram](#) présente, lui, une quinzaine d'utilisations de l'application permettant, à partir de produits alimentaires, d'affirmer une identité de groupe, d'influencer les consommateurs ou de prendre position dans le débat public. Signalons, entre autres, des éleveurs australiens vantant les conditions de vie de leurs animaux (*happy meat*), des Israéliens réunis autour du houmous (@hotdudesandhummus) et la communication de leaders politiques se servant de la *comfort food* pour se présenter comme proches du peuple.

En France, un [article](#) met en évidence la perméabilité des instagrameuses *fitness* aux recommandations du Programme national nutrition santé. Ce résultat peut être confronté à des travaux sur les influenceurs de Youtube, mentionnant au contraire des décalages inquiétants entre conseils de régime et préconisations officielles (voir [un précédent billet](#)). Une autre [étude](#) s'intéresse aux relations entre une influenceuse débutante et une entreprise de compléments alimentaires. L'auteur y décrit la marchandisation d'une activité de loisir sur les réseaux sociaux et les ambiguïtés entretenues sur la nature du travail ainsi fourni, lequel est d'ailleurs difficile à quantifier. Le système de rétribution (coupons de réduction, bons d'achat) entraîne la jeune femme vers des consommations nouvelles, mais son partenariat avec l'entreprise est également source de reconnaissance et d'insertion. Enfin, un dernier [article](#) s'intéresse aux prescriptions écoresponsables (zéro déchet, produits alimentaires saisonniers, etc.). Il campe des instagrameuses « en tension entre refus du monde marchand et nécessité de dégager une rémunération », attachées à leur « authenticité », justifiant le sponsoring par leur « travail de vérification ».

Sources : Arte <https://www.youtube.com/watch?v=Y2-CtzcD7n>

University of Illinois Press <https://www.jstor.org/stable/10.5406/j.ctv2d6jrki>

Études de communication <https://www.cairn.info/revue-etudes-de-communication-2022-1-page-105.htm>

Travail et emploi <https://dares.travail-emploi.gouv.fr/publication/des-influenceurs-sous-influence-la-mobilisation-economique-des-usagers-dinstagram>

Réseaux <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2022-4-page-95.htm>

Boris Pétric, *Château Pékin. La France, le vin, la Chine, Le bruit du monde, 2022, 304 pages*

À la frontière entre anthropologie et journalisme, les travaux de B. Pétric (CNRS) s'intéressent à l'engouement des Chinois pour les vins de prestige, et à ses conséquences pour les producteurs français. Après un [film documentaire](#) en 2018 et diverses publications (voir [un précédent billet](#)), le livre *Château Pékin* revient sur une décennie d'observations. Là où *Mondovino*, de J. Nossiter (2004), donnait à voir une globalisation tirée par les États-Unis depuis les années 1980, B. Pétric chronique le déplacement actuel du marché vers l'Asie. Les connexions entre la France et la Chine prennent différentes formes : actions de promotion à Hong-Kong, conseil au développement de la production locale, acquisition de domaines notamment dans le Bordelais, etc. L'auteur décrit l'émergence d'une strate de « nouveaux riches » (*xingui*) à la consommation ostentatoire, mais aussi la pérennité d'échanges de services (*guanxi* ou « réseau ») parfois à la limite de la corruption, le vin ayant pris une place éminente comme cadeau. Enfin, le livre éclaire l'intrication du développement de la production, en Chine, avec des menées étatiques plus difficiles à décrypter : sinisation des marges du pays et répression des minorités, contrôle social et lutte contre l'alcoolisme, spéculation immobilière, etc.

Lien : Le bruit du monde <https://lebruitdumonde.com/livre/33>

Essor des entreprises de travaux agricoles, salariat saisonnier et travail détaché

Plusieurs publications récentes fournissent des chiffres sur le travail et l'emploi en agriculture. Un [article](#) dans *Économie et Statistique* trace les contours de la sous-traitance des travaux agricoles depuis le début des années 2000. En forte progression, « surtout sur la période 2000-2010 avec une augmentation globale de 51 % », celle-ci concernait 6,6 % des exploitations, 5,5 % du produit brut standard et 4,6 % de la main-d'œuvre en 2016. Elle devient « une pratique courante », non par « manque de capacités ou de ressources », mais pour des raisons stratégiques (optimisation, recentrage, mise en retrait de l'exploitation au profit de la gestion de patrimoine). Par ailleurs, un [Insee Première](#) relève que si l'hébergement-restauration et les activités artistiques et de spectacle concentrent une grande partie de l'emploi saisonnier hors intérim, le secteur agricole y recourt proportionnellement le plus. Enfin, une [publication de la Dares](#) montre une baisse de 32 %, depuis 2019, du nombre de salariés détachés en agriculture.

Sources : *Économie et Statistique* <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6472237?sommaire=6472271>

Insee <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6528835>

Dares <https://dares.travail-emploi.gouv.fr/publication/lemploi-de-salaries-detaches-en-2021>

Féminisme et place des femmes dans le monde agricole

Un article de la sociologue C. Comer (Inrae) met en perspective la dynamique paritaire portée par le « féminisme d'État » et les mobilisations d'agricultrices pour une meilleure reconnaissance de leur travail. La demande d'égalité des droits économiques constitue « une revendication perlée », soutenue par des alliances avec les actrices du féminisme institutionnel sur les cinq décennies étudiées (1970 à 2020). Mais les demandes des agricultrices sont constamment auto-limitées, du fait de la « difficulté à se départir de logiques familiales de production ». Par ailleurs, signalons, sur LCP, le documentaire [Moi, agricultrice](#), ainsi que [la table ronde](#) que lui a consacré le *think tank* Agridéas en octobre.

Source : *Entreprises et histoire* <https://www.cairn.info/revue-entreprises-et-histoire-2022-2-page-110.htm>

Comprendre l'opposition à l'implantation d'un méthaniseur

Économie rurale publie [un article](#) d'H. Lanotte et D. Rossi (université de Reims), sur les mobilisations contre l'implantation d'équipements causant des nuisances de voisinage. Ils étudient l'installation d'un méthaniseur industriel dans l'Aisne et son « acceptabilité sociale ». Les auteurs soulignent que la méthanisation à la ferme soulève moins d'oppositions, car elle est plus facilement associée à des démarches d'économie circulaire, mais ils considèrent que leur approche théorique et leurs résultats peuvent s'appliquer à tous types de projets et porteurs de projets. Selon ce cadre d'analyse, l'annonce d'un nouvel équipement fait irruption dans la routine quotidienne des habitants. Elle suscite des réactions émotionnelles (« méfiance, peur, dégoût, injustice »), qui chacune appelle l'activation de différentes ressources (« capital social, savant, patrimonial, politique »), construisant progressivement un « contre-pouvoir légitime ». Signalons, par ailleurs, la parution du [livre d'A. Motta](#) sur le déclenchement d'actions protestataires.

Source : *Économie rurale* <https://www.cairn.info/revue-economie-rurale-2022-3-page-21.htm>