

Université de Montréal

Rapport à soi et citoyennetés alimentaires
Diagnostic d'une politique des plaisirs

par

Karine Vigneault

Département de communication
Faculté des arts et des sciences

Thèse présentée à la Faculté des études supérieures et postdoctorales
en vue de l'obtention du grade de Philosophie Doctor (Ph. D.)
en communication

Avril 2011

© Vigneault, 2011

Université de Montréal
Faculté des études supérieures et postdoctorales

Cette thèse intitulée :
Rapport à soi et citoyennetés alimentaires
Diagnostic d'une politique des plaisirs

présentée par :
Karine Vigneault

a été évaluée par un jury composé des personnes suivantes :

Brian Massumi, président-rapporteur
Line Grenier, directrice de recherche
Kim Sawchuk, membre du jury
Elspeth Probyn, examinatrice externe

Résumé

Cette thèse s'intéresse à l'alimentaire en tant que discours social du « comment se nourrir » se déployant avec une intensité toute particulière dans l'actuel régime de gouvernement de libéralisme avancé. Elle propose plus spécifiquement de penser cette intensité comme participant d'un investissement de l'alimentaire en tant que lieu privilégié dans la production d'articulations du rapport à soi (relation éthique à soi-même) et d'une citoyenneté comprise en termes d'abord normatifs. Cette productivité est mise en évidence par le biais d'une « exemplification » des ensembles de régularités des discours alimentaires contemporains qui s'avèrent les plus saillants quant à leurs effets de citoyenneté.

Le premier de ces ensembles est abordé à travers une analyse de la campagne de réforme des habitudes alimentaires des écoliers britanniques *Jamie's School Dinners*, considérée en tant qu'exemple des discours tendant aujourd'hui à faire d'une certaine culture alimentaire un enjeu de citoyenneté culturelle. Je m'intéresse dans un second temps aux dynamiques qui s'opèrent dans *Mettez le Québec dans votre assiette!*, une campagne sociétale en faveur de l'alimentation locale qui m'apparaît exemplaire de la production contemporaine du « manger local » en tant qu'expression de confiance et de patriotisme envers une nation définie par ses terroirs. Finalement, je me tourne vers l'ouvrage *In Defense of Food. An Eater's Manifesto* de Michael Pollan en tant qu'exemple de coprésence des deux ensembles de régularités discutés précédemment et d'un troisième (le « nutritionnisme ») que j'analyse en tant que réarticulation du discours de devoir de santé de la science nutritionnelle.

Cette thèse se conclut sur une discussion de quelques-uns des effets de cette coprésence et des citoyennetés alimentaires qu'elle informe. Je m'attarde plus spécifiquement à la politique des plaisirs qui traverse ces citoyennetés, une politique se déployant sur le mode de l'anxiété (face à un futur incertain) et selon une logique

générationnelle par laquelle les espaces de la nation et de la famille se trouvent simultanément investis.

Mots-clés : citoyenneté, rapport à soi, alimentation, libéralisme avancé, Foucault, plaisir.

Abstract

This dissertation examines food and eating as a social discourse on “what to eat” that unfolds with a remarkable intensity within the current advanced liberal regime of government. More specifically, I propose to conceive of this intensity as participating of an investment of food and eating as a privileged site in the production of articulations of the ethics of the care of the self (ethical self-formation) and of a normative understanding of citizenship. This productivity is put forth by means of an “exemplification” of clusters of regularities in food and eating discourses that appear to be the most prominent in terms of their effects of citizenship.

The first of these clusters is explored through an analysis of *Jamie’s School Dinners*, a campaign for a reform of the British school dinner system that I consider exemplary of discourses that are currently positing (a specific) food culture as an issue of cultural citizenship. I then look at some operations at play in *Mettez le Québec dans votre assiette!*, a social marketing campaign in favour of local food that, I contend, is exemplary of the contemporary production of “local eating” as an expression of trust and of patriotism toward a nation defined by its *terroirs*. I finally turn to Michael Pollan’s book *In Defense of Food. An Eater’s Manifesto* as an example of co-presence of the two clusters of regularities already discussed and a third one (“nutritionism”) that I regard as a rearticulation of the “duty to be well” put forth by nutritional science. This dissertation concludes on an examination of some of the effects of this co-presence and of the food citizenships that it informs. More specifically, I argue that these citizenships are pervaded by a politics of pleasure which works through anxiety (toward an uncertain future) and according to a generational logic which unfolds simultaneously in the space of the nation and in that of the family

Keywords: citizenship, ethics of the care of the self, food and eating, advanced liberalism, Foucault, pleasure.

Table des matières

Résumé.....	iii
Abstract.....	v
Liste des figures.....	v
Liste des abréviations.....	vi
Remerciements.....	vii
Introduction.....	1
Problématisation.....	12
Rapport à soi et citoyenneté.....	13
Une citoyenneté faite d'appartenances multiples.....	19
L'alimentaire au cœur du libéralisme avancé.....	30
Diagnostiquer et événementialiser.....	41
... par le surfaçage et l'exemplification.....	44
<i>Jamie's School Dinners</i> : les <i>foodies</i> s'invitent à l'école.....	52
Écoles en santé et optimisation du capital humain.....	56
Le coût d'une nation en surplus de poids.....	65
Culture <i>foodie</i> et investissement affectif de l'alimentaire.....	73
Le chef-célébrité sort de ses cuisines.....	73
Un foisonnement de savoirs pratiques de l'alimentaire.....	78
Des fans de l'alimentaire.....	83
Les hauts et les bas de la croisade d'un chef-célébrité.....	89
Une génération en perte de culture culinaire.....	98
Citoyenneté nationale, citoyenneté familiale.....	105
D'actions sur les environnements.....	117
... à l'éducation à l'alimentaire des citoyens-en-devenir.....	123
<i>Mettez le Québec dans votre assiette!</i> Le plaisir de manger local.....	131

L'alimentation locale comme enjeu social	136
Un avenir savoureux pour le Québec	141
Manger durablement... ..	141
... au nom du plaisir	149
L'économie des terroirs.....	153
Mise en visibilité du local.....	162
Les aliments du Québec à l'assaut des tablettes.....	162
L'étiquetage comme technologie	167
Des mangeurs anxieux	172
Reconnecter aux territoires/terroirs	188
Une nation définie par ses terroirs	198
Le manifeste des mangeurs	213
Culture alimentaire, manger local.....	218
... et nutritionnisme	221
Conclusion	231
Rapport à soi et citoyennetés alimentaires	231
Une politique des plaisirs	243
Corporalité, enjeux de genre et temporalisation	246
De la citoyenneté aux citoyens alimentaires	246
La citoyenneté familiale comme politisation de l'éthique du soin	248
Néolibéralisme radical et pouvoir préemptif.....	251
Médiagraphie	256
Bibliographie.....	258

Liste des figures

<u>Figure 1</u> : Logo <i>Aliments du Québec</i>	167
<u>Figure 2</u> : Logo <i>Aliments préparés au Québec</i>	167
<u>Figure 3</u> : Logo de <i>Mettez le Québec dans votre assiette!</i>	191

Liste des abréviations

ADQ:	Action Démocratique du Québec
AF:	Aliments fonctionnels
AFE:	Aliments fonctionnels extrinsèque
AOC:	Appellations d'Origine Contrôlée
ASC:	Agriculture soutenue par la communauté
BBC:	British Broadcasting Corporation
CAAAQ:	Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois
CARTV:	Conseil des appellations réservées et des termes valorisants
ESB:	Encéphalopathie spongiforme bovine
FDA:	Food and Drug Administration
GTPPP:	Groupe de travail provincial sur la problématique du poids
IGP:	Indications géographiques protégées
INSPQ:	Institut national de santé publique
MAPAQ:	Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec
MELS:	Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport
NHS:	National Health Service
OCDE:	Organisation de coopération et de développement économiques
OCHA:	Observatoire Cniel des habitudes alimentaires
OMS:	Organisation mondiale de la santé
ONU:	Organisation des Nations Unies
SRC:	Société Radio-Canada
SRQ:	Solidarité rurale du Québec,
TQC:	Télé- Québec
USDA:	United States Department of Agriculture
UPA:	Union des producteurs agricoles

Remerciements

Merci, Line, d'avoir rendu le parcours qui a mené à cette thèse aussi agréable mais surtout assez stimulant pour que l'exercice en vaille la peine. C'est grâce à la générosité et la rigueur de tes commentaires que j'ai réellement eu l'impression d'apprendre à « penser autrement » en ta compagnie.

Merci à mes collègues du doctorat conjoint et tout particulièrement du CPCC pour les idées échangées, les mots d'encouragement dans les moments plus difficiles et pour tous les bons moments passés au quotidien en votre compagnie.

Merci au Conseil de recherches en sciences humaines du Canada, au Département de communication et à la Faculté des études supérieures et postdoctorales de l'Université de Montréal, au Groupe financier Banque TD et à la Fédération des associations étudiantes du campus de l'Université de Montréal pour un soutien financier qui m'a permis de travailler dans des conditions privilégiées.

Et merci, finalement, à ma famille et aux amis-es qui m'ont soutenue et encouragée tout au long de ce parcours. Merci à Véro pour les belles soirées et les messages de motivation, à Odile pour les heures passées à me relire et à Doris, Jean-Michel et Zoé, mes complices de tous les jours.

Introduction

« Parle-t-on trop de cuisine ? » C'est la question que lançait récemment Marie-Claude Lortie dans les pages et sur le site du quotidien montréalais *La Presse*. Selon la chroniqueuse et critique gastronomique, la question s'impose devant les « proportions gargantuesques » (2011a : sans pagination) que prend l'intérêt actuel envers tout ce qui touche la nourriture et les possibilités de dérapage associées à cette « passion collective pour la cuisine » (idem). Elle en prend pour preuve la multiplication, au Québec comme aux États-Unis et en Europe, des magazines, blogues, émissions, documentaires, films, livres et chaînes de télévision consacrés exclusivement à la cuisine – une omniprésence que semblent confirmer les statistiques voulant que le poids médiatique de l'alimentaire au Québec ait augmenté de 32 % entre 2009 et 2010, la cuisine surpassant ainsi en présence médiatique l'automobile, la météo, la santé, l'environnement et l'habitation (La semaine verte, 2011)¹. Mais non seulement, selon la chroniqueuse, l'art de la table est-il médiatiquement omniprésent, il tendrait en outre à gagner en prestige culturel. En témoignent la transformation de plusieurs chefs en célébrités comparables aux vedettes de cinéma de même que l'idée de plus en plus répandue voulant que la gastronomie soit une « nouvelle façon de vivre », l'un « des moyens [aux côtés de l'art contemporain, de la musique et du cinéma] d'exprimer sa personnalité, sa différence, ses idées politiques. » (Lortie, 2001a : sans pagination). Aussi Lortie demandait-elle aux lecteurs de son blogue, au lendemain de son intervention dans les pages de *La Presse* :

Émissions de télé sur les chefs, chaînes spécialisées diffusant des émissions de cuisine toute la journée, magazines, montagnes de livres de recettes... La cuisine et tout ce qui touche l'alimentation n'a jamais pris autant de place autour de nous. Est-ce une bonne chose ? Sommes-nous en train d'exagérer ? Ou est-ce tout simplement normal qu'une activité qui prend tant de place dans nos vies — l'alimentation — reçoive cette attention ? Et où s'arrête un

¹ Le président d'Influence Communication, la firme qui produit ces statistiques, précisait dans la même entrevue que si la tendance se maintient, l'alimentaire aura d'ici deux ans une « vélocité médiatique » plus élevée que celle des arts et spectacles. Dans une semaine type donnée (du 19 au 25 mars 2010), le poids médiatique de la cuisine au Québec était équivalent au poids combiné des autochtones, des aînés, des adolescents, de la pauvreté, de la violence et des nouvelles internationales (à l'exception du séisme à Haïti et de la réforme de la santé aux États-Unis) (*La semaine verte*, 2011).

intérêt sain et normal pour laisser place à une monomanie ? (Lortie, 2011b : sans pagination)

Les lecteurs ont été nombreux à donner leur opinion sur la question et l'intérêt soulevé par celle-ci a même inspiré une discussion sur le sujet entre Marie-Claude Lortie, Marie-Soleil Michon (animatrice à la télévision et amatrice de gastronomie) et Jean-Pierre Lemasson (professeur spécialisé en gestion et pratiques socioculturelles de la gastronomie) lors de l'émission de variétés *Christiane Charrette* diffusée le 7 mars 2011 sur les ondes de la Première chaîne de la radio publique Radio-Canada. Les trois invités en arrivaient globalement au constat d'un trop-plein d'émissions relevant strictement de la compétition culinaire tout en critiquant les gourmets-gourmands (*foodies*) qui pêchent par excès en organisant leur quotidien autour de la recherche et de la mise en scène d'expériences culinaires uniques. La discussion a encore une fois fait « beaucoup réagir », avec une « majorité des commentaires [étant] plutôt de l'ordre d'être « pu capable » » (*Christiane Charrette*, 2011b).

Les auditeurs de *Christiane Charrette* sont loin d'être les seuls à s'emporter contre ce qu'ils perçoivent comme un trop-plein de discours *foodies*. La chronique de Marie-Claude Lortie s'inspirait notamment de la publication dans les pages d'une revue intellectuelle états-unienne renommée (*The Atlantic Monthly*) d'une attaque en règle contre les *foodies* (« The Moral Crusade Against Foodies »). À partir des écrits de chefs et de critiques bien connus, B. R. Myers trace le portrait d'une clique *foodie* élitiste, gloutonne, friande d'exotisme, sans respect pour les traditions ou le bien-être des animaux mais qui « enjoys enough media access to make daily claims for its sophistication and virtue, for the suitability of its lifestyle as a model for the world. » (Myers, 2011 : sans pagination) Et d'autres commentateurs font valoir leurs propres arguments anti-*foodies* (Shilcutt, 2010; Rosati, 2011; Sheenan, 2010), nourrissant ainsi des débats qui contribuent au final à ce qu'on parle encore davantage de cuisine.



Le 24 octobre 2005, le *Journal de Montréal* se dotait d'un nouveau collaborateur promettant à ses lecteurs de les aider à répondre à une question en apparence toute simple : « Que dois-je manger pour être en bonne santé? » (Béliveau, 2005a). Depuis, ces mêmes lecteurs ont pu lire par exemple que « la nature des matières grasses de l'alimentation pourrait jouer un rôle important dans l'incidence de fractures de la hanche causées par l'ostéoporose » (Béliveau, 2010a), que « l'amertume [des végétaux] reflète souvent la présence de molécules essentielles à la prévention des maladies » (Béliveau, 2010b) ou encore que « l'huile d'olive contient également des polyphénols qui jouent un rôle important dans ses effets positifs sur la santé » (Béliveau, 2011a). La chronique hebdomadaire du Dr. Richard Béliveau se présente ainsi comme une vraie mine d'or de conseils sur les vertus santé et tout particulièrement anticancéreuses de divers aliments, le chercheur s'inspirant de quelques 30 000 articles scientifiques publiés entre 2001 et 2006 sur le thème « cancer et alimentaire » (Villedieu, 2006a) mais aussi de ses propres travaux. Le Dr. Béliveau est effectivement un spécialiste renommé de la prévention du cancer, notamment par l'alimentation, et l'auteur de plus de 240 publications scientifiques à l'échelle internationale². Il est aussi l'auteur, avec son collègue Denis Gingras, de livres grand public sur la prévention du cancer par l'alimentation – des succès de librairie qui ont eu un impact retentissant à l'échelle du Québec (et même au-delà)³ et qui ont contribué à la « conversion » de Richard Béliveau en personnalité publique :

² Le site Web du chercheur précise qu'il est titulaire d'un doctorat en biochimie, « directeur du laboratoire de Médecine Moléculaire, chercheur au service de neurochirurgie de l'Hôpital Notre-Dame (CHUM) et titulaire de la Chaire de Neurochirurgie Claude-Bertrand. Il est professeur titulaire de biochimie à l'Université du Québec à Montréal où il est titulaire de la Chaire en Prévention et Traitement du Cancer. Il est professeur de chirurgie et professeur de physiologie à la faculté de médecine de l'Université de Montréal. Il est également chercheur associé au Centre de Prévention du Cancer du département d'oncologie de l'Université McGill. Il est aussi membre du Groupe de Thérapie Expérimentale du Cancer de l'Hôpital Général Juif de Montréal. Il est également membre de la Coalition priorité cancer au Québec. » (richardbeliveau.org, sans date : « Biographie »).

³ Selon le site du chercheur (www.richardbeliveau.org), le premier de ces ouvrages (*Les aliments contre le cancer*) a été traduit en 25 langues et vendu dans 30 pays, dont 200 000 exemplaires au Québec seulement. Le second livre (*Cuisiner avec les aliments contre le cancer*), dont plus de 100 000 exemplaires ont été vendus au Québec, a quant à lui été traduit dans 9 langues et vendu dans 12 pays. Un troisième et dernier ouvrage (*La santé par le plaisir de bien manger*) est paru en 2009.

Depuis un peu plus d'un an que le premier de [ses] ouvrages sur le cancer est sorti, Richard Béliveau, 53 ans, est de toutes les tribunes et de tous les médias. Il a donné près d'une centaine de conférences sur la prévention du cancer par l'alimentation, à des cadres de la Banque Royale du Canada comme à des travailleurs du Syndicat des métallos, à des médecins comme à des nutritionnistes, à des membres du Parlement fédéral comme à des élèves du secondaire. Radio, télé, presse écrite, il a été interviewé partout. (Villedieu, 2006b : sans pagination)

Le chercheur profite ainsi d'un éventail de tribunes pour diffuser son message de prévention du cancer par l'ingestion de « substances phytochimiques » qui « ne se trouvent que dans certains aliments bien précis : le lycopène dans la tomate, la génistéine dans les graines de soya, l'épigallocatechine-3-gallate dans le thé vert, [etc.] » (Béliveau cité dans Villedieu, 2006a : sans pagination).

Et les conseils prodigués par le Dr. Béliveau – conseils qui font écho à plusieurs autres discours attribuant des bénéfices santé à certains nutriments – semblent très appréciés du public : non seulement *Les aliments contre le cancer* (2005b) et *La santé par le plaisir de bien manger* (2009) ont-ils tous deux valu un Prix général du public du Salon du livre de Montréal à leurs auteurs, mais le Dr. Béliveau s'est vu remis le titre de Personnalité de l'année 2006 par le populaire magazine québécois *L'Actualité* (Boivin, 2007). Cet intérêt du grand public explique sans doute la longévité de sa chronique hebdomadaire dans les pages du *Journal de Montréal* mais aussi le choix de la Société Radio-Canada de le mettre en vedette dans la seule nouvelle émission hebdomadaire présentée sur ses ondes en 2009-2010 (*Kampai! À votre santé*) et ce, dans un contexte de coupures budgétaires (Cloutier, 2009). Le Dr. Béliveau et ses deux complices (l'animatrice Mitsou Gélinas et le chef Stefano Faita) y défendent devant public, depuis deux saisons maintenant, l'idée selon laquelle « manger santé est un plaisir accessible à tous » (*Kampai!*, sans date : « Concept ») en exposant les bénéfices santé et les utilisations culinaires possibles des mêmes « aliments vedettes » promus, déjà, dans le premier succès de librairie du chercheur. Ce dernier propose au public une série d'« énoncés scientifiques »

(idem) centrés sur la composition nutritionnelle des aliments vedettes en question ou encore sur le rôle de nutriments bien précis dans la prévention d'une gamme de maladies (maladie d'Alzheimer, prévention secondaire du cancer, etc.).



« This is a big day. We've been talking it since the day we moved in » (Lee, 2009), déclarait la Première dame des États-Unis le 20 Mars 2009 au moment où elle donnait un premier coup de pelle au nouveau jardin potager biologique de la Maison blanche – le premier depuis le « jardin de la victoire » (*victory garden*) planté par Eleanor Roosevelt pendant la Seconde Guerre Mondiale (Burros, 2009). Une journée importante pour Michelle Obama mais aussi, et peut-être surtout, pour les nombreux partisans d'une réforme du système alimentaire états-unien, certaines des figures les plus connues de ce « food movement » hétérogène (Raedle, 2011) ayant fait pression pour la création d'un tel jardin (Burros, 2009). Alice Waters, chef réputée et pionnière de l'alimentation durable (Cowles, 2008), en a par exemple fait plusieurs fois la demande aux Clintons, un propos repris par une autre figure de proue du mouvement dans une lettre adressée au futur président un mois avant l'élection de 2008 et publiée par le *New York Times* :

the White House should appoint, in addition to a White House chef, a White House farmer. This new post would be charged with implementing what could turn out to be your most symbolically resonant step in building a new American food culture. And that is this: tear out five prime south-facing acres of the White House lawn and plant in their place an organic fruit and vegetable garden. (Pollan, 2008b : sans pagination)

La création d'un jardin présidentiel dédié à l'éducation alimentaire d'élèves des environs ne constitue pour autant que la première d'une série d'initiatives en faveur d'une alimentation plus saine (particulièrement chez les enfants) pilotées par Michelle Obama. Celle-ci a notamment encouragé et facilité la création d'un marché public près de la Maison Blanche (Milbank, 2009). Elle a aussi présidé à l'adoption du *Healthy, Hunger-Free Kids Act*, une loi visant à améliorer l'offre alimentaire dans les écoles du pays en dotant

notamment les programmes nutritionnels s'adressant aux enfants d'un budget supplémentaire de 4,5 milliards de dollars US sur dix ans (Starr, 2010) – une première hausse en plus de 30 ans (Black, 2010). La loi prévoit en outre l'adoption de normes nutritionnelles minimales de même que d'aide à la création de jardins dans les écoles et à l'établissement de partenariats entre celles-ci et des producteurs locaux.

Mais c'est sa croisade pour une réduction de l'obésité infantile qui marque le plus l'action de la Première dame dans le domaine de la politique alimentaire, une action qu'elle considère d'ailleurs non seulement comme une « passion » mais aussi comme sa « mission » personnelle (Let's Move, sans date-a : « About Let's Move »). Aussi a-t-elle donné le coup d'envoi en février 2010 d'une vaste initiative (*Let's Move*) qu'elle décrit elle-même dans son premier essai à être publié dans un magazine comme « a nationwide campaign with a single goal: to solve the problem of childhood obesity in a generation, so that children born today can reach adulthood at a healthy weight. » (Obama, 2010). Le lancement de cette campagne a été marqué par la création par le Président Obama du premier Groupe de travail sur l'obésité infantile de l'histoire (Let's Move, sans date-a : « About Let's Move ») et par la mise en ligne d'un site Web offrant aux familles, aux écoles et aux communautés un large éventail d'informations destinées à encourager l'activité physique et une alimentation saine (www.letsmove.gov). L'initiative dispose d'une visibilité et d'appuis importants, le magazine *Newsweek* ayant par exemple choisi d'y consacrer sa une et d'en faire l'éloge dans son numéro du 22 mars 2010 alors que l'*American Academy of Pediatrics* et la *Grocery Manufacturers Association* signifiaient leur appui à la campagne quelques semaines seulement après son lancement officiel (Obama, 2010). Un peu plus d'un an plus tard, plus de 2000 chefs s'étaient bénévolement associés à des écoles en vue d'améliorer leur offre alimentaire, près de 500 communautés avaient choisi de devenir une ville ou village *Let's Move* et de grandes compagnies telles que WalMart s'étaient volontairement engagées à offrir des aliments plus sains à leurs consommateurs (Let's Move, sans date-b : « Let's Move ! Accomplishments »). Autant de résultats qui amènent Michelle Obama à en conclure après une année d'existence de *Let's*

Move à un « réel changement » dans la « conversation nationale » (Let's Move, 2011) états-unienne sur l'obésité infantile.



*At a simple level, I am intrigued by the forceful
nature of present proclamations about eating.
At a time when seemingly nothing is sacred, or even worth getting heated up about,
we are constantly bombarded with instructions about what and how to eat. [...]
In the face of this explosion of popular discourses on eating and food,
I am drawn by another question that is relatively straightforward
even as it exceeds my grasp:
what is all this foodism about?*

Elsbeth Probyn, *Carnal Appetites. Food/Sex/Identities.*

Comment, en effet, comprendre l'intensité avec laquelle se pose actuellement la question du « comment se nourrir » ? À l'instar de Probyn, cette question m'intrigue. Suffisamment d'ailleurs pour servir de point de départ à une thèse qui interroge moins le « pourquoi » des discours alimentaires contemporains que le « comment » de leur déploiement. Quels sont les enjeux produits par la rencontre de débats sur la place de la cuisine dans nos médias, de discussions sur les vertus anticancéreuses d'aliments donnés et d'initiatives gouvernementales de lutte à l'obésité infantile, pour ne donner que quelques exemples ? Ou, dit autrement, qu'est-ce que « font », dans leur coprésence, les discours et pratiques hétérogènes par/dans lesquels l'alimentaire est aujourd'hui rendu visible ?

Ma thèse explore ces questions à partir d'une proposition de recherche dont j'expose les principaux termes au chapitre 1. J'y suggère plus particulièrement de penser l'intensité actuelle des discours du comment se nourrir comme participant à faire de l'alimentaire l'un des lieux déterminants dans la production d'articulations du rapport à soi et de la citoyenneté. La première partie de ce chapitre vient expliciter cette proposition en précisant les liens que je pose entre le rapport à soi en tant que relation éthique à soi-même et une citoyenneté pensée comme technologie de gouvernement centrale au régime de

libéralisme avancé. Je situe ensuite ma proposition dans le prolongement de récentes études sur la citoyenneté qui remettent en cause l'existence d'un lien nécessaire entre citoyenneté et état-nation pour plutôt s'intéresser aux multiples espaces en jeu dans la production et la performance de citoyennetés comprises en termes d'abord normatifs.

La première partie du chapitre se clôt sur une présentation de l'approche de l'alimentation que je privilégie, une approche qui s'inspire du champ des études culturelles et des travaux de Michel Foucault. J'y propose de considérer l'alimentaire en tant que discours social du « comment se nourrir » qui informe et qui est informé en retour par certains éléments d'une conjoncture que j'associe au régime de gouvernement de libéralisme avancé. La forme singulière sous laquelle l'alimentaire est aujourd'hui rendu visible m'apparaît plus spécifiquement fonction d'une « double articulation » (Slack, 1996 : 125) – articulation des discours alimentaires à d'autres éléments du libéralisme avancé et articulation de l'alimentaire en tant qu'objet de connaissance – dont j'entends montrer l'effectivité en termes de la production de certaines relations de savoir-pouvoir. L'approche que j'emprunte me permet ainsi de poser des questions sensiblement différentes de celles auxquelles mènent les approches fonctionnalistes ou inspirées de l'économie politique, par exemple.

La seconde partie du chapitre 1 se concentre quant à elle sur la démarche méthodologique que j'emprunte en vue de faire un « diagnostic du présent » (Foucault, 1994 [1967]) permettant l'« événementialisation » (Foucault, 2001 [1980]) de la double articulation contemporaine de l'alimentaire. Cette démarche implique de rendre visibles certains ensembles de régularités quant à l'effectivité des articulations du rapport à soi et de la citoyenneté produites par/dans les discours en question. Je mobilise pour ce faire une stratégie de « surfaçage » (Probyn, 1996) guidée, précisément, par la recherche de connexions transversales ou lignes de productivité entre des discours et pratiques alimentaires placés sur un même plan hypothétique. Cette stratégie commande une série d'allers-retours entre l'exploration empirique et la conceptualisation, allers-retours qui ont

présidé à la constitution d'une archive hétérogène et qui m'ont permis d'identifier trois lignes de productivité particulièrement saillantes en termes de leurs effets de citoyenneté. J'ai choisi de rendre compte de ces lignes de productivité par le recours à l'« exemplification » (Agamben, 2008), une méthode qui implique la constitution de corpus et que j'explique à la toute fin de ce premier chapitre.

Le chapitre 2 vient exemplifier une première des lignes de productivité identifiées dans un premier temps de l'analyse par le biais d'une discussion détaillée de la campagne *Jamie's School Dinners*. Lancée par la diffusion sur *Channel 4* d'une télé-réalité de quatre épisodes documentant la croisade du chef-célébrité britannique Jamie Oliver en faveur d'une réforme des habitudes alimentaires des écoliers du pays, la campagne s'est traduite par une importante série d'initiatives médiatiques et politiques productrices de certaines articulations de la culture alimentaire et de la citoyenneté culturelle. Mon analyse de la campagne, plus spécifiquement, montre qu'elle s'inspire des pratiques *foodies* pour poser le problème de l'alimentation des jeunes en milieu scolaire comme celui d'un déficit de culture ou de *techné* alimentaire venant poser une double menace à la santé économique (future) de la nation. Le chapitre 2 montre comment le discours hautement émotif de la télé-réalité invite les téléspectateurs à exercer une certaine forme de citoyenneté culturelle en se sentant partie prenante de deux communautés (celles de la nation et des parents) mises en cause et définies par la coupure dans la transmission intergénérationnelle de la culture alimentaire dont elle fait le diagnostic. Je m'y intéresse aussi à cette autre articulation de la culture alimentaire et de la citoyenneté culturelle qu'opère la campagne en appelant à la mise en place de politiques publiques faisant de la possession d'une culture alimentaire calquée sur le modèle *foodie* l'une des compétences culturelles devant être insufflées à la génération des citoyens-en-devenir.

Le chapitre 3 propose pour sa part une analyse de la campagne *Mettez le Québec dans votre assiette!*, une vaste initiative publicitaire lancée par le Gouvernement du Québec en 2008 afin d'encourager les Québécois à mettre davantage d'aliments produits dans la

province à leur menu. Cet exemple me permet de mettre en évidence un second ensemble de régularités quant aux effets de citoyenneté de l'alimentaire contemporain, une seconde ligne de productivité ayant cette fois pour effet de produire une conception éminemment patriotique du « manger local » en tant qu'expression de fierté envers une nation définie par ses terroirs. Le chapitre 3 s'attarde d'abord à la façon dont la campagne participe des discours faisant du développement durable une obligation de la citoyenneté post-cosmopolite tout en subordonnant celle-ci à une invitation au(x) plaisir(s). Mon analyse met ainsi en évidence un effet de télescopage par lequel les moments de l'achat et de la production sont seconds par rapport à un « manger local » pensé comme lieu d'une action citoyenne opérant sur le mode du plaisir. Or les premiers ne se voient pas complètement éclipsés pour autant puisque les effets de confiance inhérents aux modes de mise en visibilité du local produisent un achat local que j'associe à une forme de « gouvernement par la névrose » (Isin, 2004) permettant la gestion d'une anxiété diffuse née de la globalisation de l'industrie alimentaire. Du même coup s'opère une reconnexion par la fierté des mangeurs québécois à des environnements de production entendus comme terroirs nourriciers, le tout avec pour effet de recentrer le souci d'autres distants spatialement et temporellement de la citoyenneté post-cosmopolite sur une nation-territoire inspirant confiance et fierté.

Je me tourne finalement au chapitre 4 vers la troisième des lignes de productivité que j'ai fait « surfacer » dans un premier temps d'analyse, un « nutritionnisme » que je cherche moins à exposer par le détail qu'à présenter dans sa relation aux exemples exposés aux chapitres 2 et 3. Le chapitre s'attarde ainsi assez brièvement au livre *In Defense of Food. An Eater's Manifesto* (2008a) du journaliste et intellectuel public états-unien Michael Pollan, que je conçois comme exemplaire de l'alimentaire contemporain en tant que surface sur laquelle s'établissent certaines relations (de proximité, de distance, etc.) entre les trois lignes de productivité discutées dans cette thèse. Les « politiques personnelles » proposées par l'auteur recourent effectivement en de nombreux points les discours de *Jamie's School Dinners* et *Mettez le Québec dans votre assiette!* au moment même où elles réactualisent le

discours nutritionniste qu'elles ont pour objectif de subvertir. Aussi le chapitre 4 propose-t-il de penser le nutritionnisme en tant que réarticulation – informée précisément par les discours faisant de la culture alimentaire une compétence citoyenne et du manger local une pratique patriotique – du discours de la science nutritionnelle tel qu'il s'est déployé tout au long du XX^e siècle et du devoir de santé duquel ce dernier participe.

Le chapitre de conclusion, enfin, cherche à dégager quelques-uns des effets du déploiement simultané des discours de culture alimentaire, du manger local et du nutritionnisme dans l'alimentaire contemporain. J'y propose de penser les relations de proximité mais aussi d'éloignement qui s'établissent entre ces discours comme participant à produire certaines citoyennetés partielles ancrées dans le « comment se nourrir » en tant que lieux d'actions concertées de citoyens-mangeurs. Ces citoyennetés, plus spécifiquement, sont décrites comme mettant les plaisirs alimentaires en cause par le biais d'une politique émotionnelle et affective qui opèrent un réaglinement de ces plaisirs sur un objectif de maximisation de la santé somatique des sujets, la santé économique de la nation et la santé écologique de la planète. Je m'intéresse ensuite aux principaux effets de spatialisation et de temporalisation desquels ces citoyennetés alimentaires procèdent en m'attardant d'abord aux dynamiques venant présider à la production d'espaces (les corps somatiques, la famille, la nation, le global) pensés en termes relationnels. La dynamique temporelle de ces citoyennetés – dynamique marquée par une série de coupures (avec le passé) et organisée par un futur incertain – est alors mise en lumière et liée au déploiement d'une logique générationnelle par laquelle les espaces de la nation et de la famille se voient investis en tant que lieux de citoyenneté. Le chapitre se conclut sur une brève discussion de la politique multiforme des plaisirs qui traverse l'alimentaire contemporain suivie de la présentation de trois pistes d'analyse sur lesquelles ouvrent les constats auxquels mène ma thèse.

Problématisation

Étiquettes vantant une « faible teneur en lipides saturés », publicités appelant à se faire plaisir en choisissant les fromages du Québec, chroniques traitant des bienfaits d'un petit-déjeuner équilibré sur la réussite scolaire des élèves, émissions télévisées professant l'art de concocter un repas familial en moins de 30 minutes; malgré l'hétérogénéité des vocabulaires mobilisés et des effets recherchés, c'est dans tous les cas d'invitations à adopter certaines pratiques alimentaires plutôt que d'autres dont il est question. Et les exemples à ce chapitre pourraient se multiplier presque indéfiniment puisqu'une large majorité des discours alimentaires contemporains prennent effectivement la forme de suggestions implicites ou explicites sur le quoi et le comment se nourrir. Chercher les oméga-3 pour leur vertu anti-cancer, cuisiner des produits biologiques et locaux afin de réduire son empreinte écologique, préférer la saveur des produits du terroir à celle de leurs équivalents industriels – les conseils pratiques, parfois incompatibles et toujours plus pointus, se multiplient de façon à marquer l'alimentaire comme l'un des lieux déterminants de l'expérience quotidienne des sujets auxquels ils s'adressent.

Aussi me semble-t-il que l'intensité de ces discours participe à faire de la conduite alimentaire un lieu privilégié du rapport à soi que les sujets sont appelés à établir, notamment afin d'être reconnus comme membres compétents de certaines communautés politiques. C'est-à-dire que la spécificité de la conjoncture actuelle est de poser l'alimentaire en tant que lieu particulièrement déterminant dans la production d'articulations du rapport à soi et de la citoyenneté – c'est, du moins, la proposition de recherche qui oriente cette thèse et que j'exposerai dans les pages qui suivent. Je préciserai d'abord les notions de rapport à soi et de citoyenneté desquelles je m'inspire afin de montrer que celles-ci, loin de s'exclure, sont en fait intimement liées. Je situerai ensuite cette conceptualisation de la citoyenneté dans le prolongement de certains développements récents en études sur la citoyenneté, études qui remettent en question la dichotomie public/privé en proposant une citoyenneté faite d'appartenances se déployant en des lieux multiples. Ce travail de clarification des principaux termes de mon questionnement m'amènera, dans un troisième temps, à marquer le statut que j'accorde à l'alimentaire en

distinguant mon approche de celles empruntées par d'autres chercheurs en études sur l'alimentation. Finalement, les dernières sections de ce chapitre seront consacrées à expliciter le pourquoi et le comment de cette thèse. Je proposerai de voir celle-ci en tant qu'exercice de « diagnostic du présent » permettant l'« événementialisation » de la double articulation contemporaine de l'alimentaire et de ses effets de citoyenneté. Puis je ferai un détour par les notions de surfaçage, d'archive et d'exemplification afin de préciser la démarche méthodologique empruntée à cette fin.

Rapport à soi et citoyenneté

J'emprunte la notion de rapport à soi à Michel Foucault, qui la mobilise afin de marquer l'orientation propre à la généalogie du sujet désirant qu'il développe dans les deux derniers volumes de son *Histoire de la sexualité* (1984a, 1984b). Alors qu'il s'était jusqu'alors surtout intéressé à la question de l'assujettissement en tant que création et normalisation de certaines formes de subjectivité par des jeux de pouvoir et de savoir, Foucault propose dans *L'usage des plaisirs* (1984a) de déplacer son regard pour:

analyser les pratiques par lesquelles les individus ont été amenés à porter attention à eux-mêmes, à se déchiffrer, à se reconnaître et à s'avouer comme sujets de désir, faisant jouer entre eux-mêmes et eux-mêmes un certain rapport qui leur permet de découvrir dans le désir la vérité de leur être, qu'il soit naturel ou déchu [...]. Après l'étude des jeux de vérité les uns par rapport aux autres – sur l'exemple d'un certain nombre de sciences empiriques au XVII^e et au XVIII^e siècle – puis celle des jeux de vérité par rapport aux relations de pouvoir, sur l'exemple des pratiques punitives, un autre travail semblait s'imposer : étudier les jeux de vérité dans le rapport de soi à soi et la constitution de soi-même comme sujet [...]. (12-13)

S'ouvre ainsi un troisième axe possible de généalogie, centré non pas sur les jeux de pouvoir et de savoir mais bien sur la morale. Ou plutôt sur l'éthique. Car il ne s'agit de retracer ni les actes concrets de sujets confrontés à certaines prescriptions morales, ni les codes discriminant les actes permis/positifs de ceux jugés interdits/négatifs mais bien de s'attarder à « la relation à soi-même qu'il faudrait instaurer, ce *rapport à soi* qui détermine

comment l'individu doit se constituer en sujet moral de ses propres actions » (Foucault, 1984c : 332-333)⁴. Et si Foucault s'intéresse spécifiquement au rapport à soi en tant que sujet désirant propre aux Grecs, il est possible d'en cerner d'autres configurations historiques en s'attardant aux quatre dimensions constitutives du rapport à soi (substance éthique, mode d'assujettissement, pratiques de soi et téléologie morale) :

Le premier aspect concerne la part de soi-même ou le comportement qui est en rapport avec une conduite morale. [...] Le deuxième aspect du rapport à soi, c'est ce que j'appelle le *mode d'assujettissement*, c'est-à-dire le mode selon lequel les individus ont à reconnaître les obligations morales qui s'imposent à eux. [...] Le troisième aspect est celui-ci : quels sont les moyens grâce auxquels nous pouvons nous transformer afin de devenir des sujets normaux [sic]? [...] Le quatrième aspect est celui-ci : quelle sorte d'être voulons-nous devenir lorsque nous avons un comportement moral ? (Foucault, 1984c : 333-4 italiques originaux)

De ces dimensions, à la fois indépendantes et liées, ressort en outre le caractère éminemment concret d'un rapport à soi s'inscrivant dans des pratiques matérielles de constitution de soi telles que l'aveu et l'auto-analyse. Des « technologies du soi » opérant par et sur des sujets incarnés pour leur permettre d'effectuer « a certain number of operations on their own bodies and souls, thoughts, conduct and way of being, so as to transform themselves in order to attain a certain state of happiness, purity, wisdom, perfection, or immortality. » (Foucault, 1988: 18)

⁴ Bien qu'il utilise ici l'expression « sujet moral », Foucault tend à distinguer la morale du champ éthique où se joue le rapport à soi : « in Foucault's later writings ethics was 'a general designation' for investigations into forms of 'concerns' for the self. In this sense, ethics is contrasted with morality: 'moral systems [that] are, by and large, systems of injunction and interdiction – thou shalt do this or thou shalt not do that [while ethics is a] domain of practical advice as to how one should concerns oneself with oneself, make oneself the subject of solicitude and attention, conduct oneself in the world of one's everyday existence' » (Nikolas Rose cité dans Probyn, 2000 : 4). À l'instar d'Elspeth Probyn, je reconnais que certains des discours alimentaires qui circulent aujourd'hui relèvent d'une stricte codification morale – pensons aux interdits religieux, notamment – mais ces derniers ne m'apparaissent pas constituer le mode prédominant de l'investissement qui m'intéresse ici.

L'alimentaire a occupé à diverses époques une place privilégiée au sein de ces technologies de soi⁵. Chez les Grecs, notamment, les pratiques alimentaires figuraient au premier chef des activités régies par un « régime » compris à la fois comme « art de vivre » et « catégorie fondamentale à travers laquelle on peut penser la conduite humaine » (Foucault, 1984a : 133). Et malgré la perte relative d'importance des prescriptions alimentaires au profit d'un souci du sexe qui marque le monachisme chrétien, les abstentions alimentaires et les jeûnes resteront longtemps des techniques de soi de première importance (1984b : 189). Aussi j'aimerais suggérer que la spécificité de la conjoncture actuelle est moins de poser l'alimentaire en tant que technologie de soi que d'en faire un lieu particulièrement déterminant dans la problématisation des liens qui unissent rapport à soi et citoyenneté. C'est-à-dire que la proposition de recherche que j'entends explorer pose la récente multiplication des conseils pratiques sur le quoi et le comment manger comme participant à faire de l'alimentaire un lieu privilégié du rapport à soi que les sujets sont aujourd'hui appelés à établir afin d'être reconnus comme citoyens et donc membres compétents de diverses communautés politiques⁶.

Rapport à soi et citoyenneté pourraient de prime abord sembler s'exclure, le premier relevant d'une relation à soi cantonnée dans la sphère privée alors que la seconde se jouerait dans un rapport aux autres éminemment public. Or les deux termes m'apparaissent en fait, à l'instar de Melanie White et Alan Hunt, étroitement liés:

We want to challenge the idea that focusing on the 'care of the self' requires a withdrawal into individualistic, even narcissistic concerns with the self. [...] Caring for the self in an ethical way requires both self-mastery and attention to relation with others. We contend that these practices influence

⁵ John Coveney (2000 : 25-45) consacre un chapitre de sa généalogie de la science nutritionnelle à retracer la place de l'alimentaire dans les formes de rapport à soi propres à la Grèce ancienne (4^e siècle av. J.-C.), à la Rome Impériale (2^e siècle av. J.-C.) et aux débuts du Moyen-âge dépeintes par Foucault (1984a, 1984b, 1988).

⁶ J'aurais pu ajouter « par/dans les régimes de gouvernement de libéralisme avancé » - je reviendrai sur cet élément de contextualisation théorique un peu plus loin.

the extent to which individuals are recognized to be competent members of a political community and, thus, citizens. (2000 : 94-95)⁷

Si l'établissement d'un certain rapport à soi n'est pas synonyme de repli sur soi, c'est d'abord que tout processus d'auto-transformation requiert nécessairement la production de vérités de soi; impossible de se prendre soi-même pour objet sans que la « substance éthique » sur laquelle porte cette action ne soit objectivée et définie en certains termes plutôt que d'autres. Or, toujours selon White et Hunt, la reconnaissance des vérités ainsi produites exige la présence actuelle ou virtuelle d'autres sujets :

Our argument turns on the idea that the ethical care of the self involves the cultivation and maintenance of certain truths about oneself, and this necessarily involves relations with others. We have in mind an expanded concept of truth-telling, one that is not confined to interpersonal relations. The presence of the other is established when one engages in truth-telling practices. The other is necessary in order for the truth about oneself to be recognized. (2000 : 95)

Le processus d'aveu (*truth-telling*) établit donc un rapport éthique à soi-même qui est simultanément rapport aux autres. Et c'est dans ce même jeu de production de vérités que se trouve le point de contact entre le rapport à soi et la citoyenneté libérale. Libérale puisque la conception de la citoyenneté mise de l'avant par White et Hunt s'inscrit directement dans la conception libérale du pouvoir comme « gouvernement » décrite par Foucault dans ses travaux sur la « gouvernementalité »⁸ (1991). Recouvrant un domaine beaucoup plus large que les seules actions de l'appareil d'État, le gouvernement désigne

⁷ White et Hunt traduisent la notion de rapport à soi par « ethics of the care of the self », expression à laquelle se substituent parfois celles de « ethics of the self » ou simplement de « care of the self ». Bien que les auteurs précisent à un certain moment que le souci de soi (care of the self) est en fait l'un des deux principes informant le rapport à soi (ethics of the care of the self) (2000 : 98), les notions deux notions semblent donc y être utilisées sans réelle distinction – d'où mon choix de rendre compte de leur argumentation à partir de la seule notion de rapport à soi.

⁸ Le terme gouvernementalité a été introduit par Foucault à partir de la contraction des mots « gouvernement » et « mentalité » pour désigner « the ensemble formed by the institutions, procedures, analyses and reflections, the calculations and tactics that allow the exercise of this very specific albeit complex form of power [government] which has as its target population » (Foucault, 1991 : 103). Il s'agit donc des divers régimes sous-jacents aux projets de gouvernement nés du dépassement d'un modèle du pouvoir souverain – le libéralisme et l'État-providence, notamment, mais aussi le libéralisme avancé en tant que point de jonction des rationalités néolibérale, de la *Third*

toute activité qui vise à influencer ou guider le comportement d'un ou plusieurs sujets : «To govern individuals is to get them to act and to align their particular wills with ends imposed on them through constraining and facilitating models of possible actions » (Burchell, 1991: 119). En ce sens, gouverner «consiste à « conduire des conduites » et à « aménager la probabilité » » (Foucault, 1984c : 314); il s'agit d'une forme de pouvoir qui s'oppose à l'idée de coercition pour plutôt s'exercer à travers la liberté de sujets amenés à se gouverner eux-mêmes par un jeu de restriction de leur champ de possibilités. Les relations de pouvoir sont ainsi « action à distance » (Miller & Rose, 1990 : 9) opérant dans un espace qui se situe entre la force pure et le libre consentement (Caputo, 1993 : 254), c'est-à-dire au point de jonction de technologies de domination et de technologies de soi. Aussi rapport à soi et gouvernement de soi et des autres sont-ils étroitement liés :

Alors que la théorie du pouvoir politique comme institution se réfère d'ordinaire à une conception juridique du sujet de droit, il me semble que l'analyse de la gouvernementalité – c'est-à-dire : l'analyse du pouvoir comme ensemble de relations réversibles – doit se référer à une éthique du sujet défini par le rapport de soi à soi. Ce qui veut dire tout simplement que [...] : relations de pouvoir – gouvernementalité – gouvernement de soi et des autres – rapport de soi à soi, tout ceci constitue une chaîne, une trame, et que c'est là, autour de ces notions, que l'on doit pouvoir, je pense, articuler la question de la politique et la question de l'éthique. (Foucault, 2001 : 242)

C'est cette articulation de l'éthique et du politique que White et Hunt viennent mettre en lumière en suggérant de considérer les liens qui unissent le rapport à soi et une citoyenneté conçue comme technologie de gouvernement centrale au régime de libéralisme avancé⁹. Ce dernier – venu se substituer dans les dernières décennies à l'État-providence en

Way et du communautarisme. Je reviendrai plus longuement sur le libéralisme avancé un peu plus loin dans ce chapitre.

⁹ Foucault propose la notion de « régimes de gouvernement » en tant qu'assemblages de pratiques hétérogènes et historiquement constitués (Dean, 1999 : 30) pour souligner l'hétérogénéité des pratiques de gouvernement observables à une époque et dans un lieu donnés, c'est-à-dire l'absence d'un principe sous-jacent duquel elles dépendraient toutes. Depuis le XIX^e siècle sont ainsi apparus divers régimes de gouvernement dont celui de libéralisme avancé, régime recoupant les diverses rationalités de gouvernement caractéristiques des démocraties libérales contemporaines. Ce sont plusieurs rationalités (*Third Way* britannique, communautarisme, néo-libéralisme, etc.) qui se rejoignent sous ce régime (idem).

tant que rationalité prédominante des démocraties libérales d'Amérique du Nord, notamment, mais aussi d'Europe de l'Ouest et d'Australie (Rose, 1993; Dean, 1999) – se caractérise par une désétatisation des pratiques de gouvernement au profit de pratiques de gouvernement à distance s'adressant à des sujets pensés comme libres de leurs choix :

Advanced liberal rule depends upon expertise in a different way, and connects experts differently into the technologies of rule. It seeks to degovernmentalize the State and to de-statize practices of government, to detach the substantive authority of expertise from the apparatuses of political rule, relocating experts within a market governed by the rationalities of competition, accountability and consumer demand. It does not seek to govern through “society”, but through the regulated choices of individual citizens, now construed as subjects of choices and aspirations to self-actualization and self-fulfilment. (Rose, 1996c : 41)

Le libéralisme avancé repose donc sur une conception particulière de la subjectivité qu'il contribue de ce fait à produire. Les sujets y sont non seulement libres mais « obligés d'être libres » (Rose, 1996a : 16), c'est-à-dire obligés de concevoir leur vie comme le résultat d'une série de choix conçus comme expressions de leur subjectivité propre. Et la citoyenneté se révèle centrale aux diverses rationalités de libéralisme avancé précisément en ce qu'elle permet l'action à distance en produisant des citoyens libres de se gouverner eux-mêmes ainsi que de gouverner les autres membres de leur communauté politique¹⁰. Or la citoyenneté comme pratique de liberté s'accompagne d'une obligation à s'engager dans un processus permanent d'aveu : « To be a free citizen obliges us to not only to [sic] tell the truth, but also requires us to engage in practices that reveal certain truths about ourselves. Truth-telling is crucial to citizenship because it is what enables one to produce specific truths about oneself. » (White & Hunt, 2000 : 95) Dès lors qu'elle est comprise comme

¹⁰ Barbara Cruikshank propose une analyse similaire de la citoyenneté comme technologie de gouvernement permettant d'allier subjectivation et subjection : « Technologies of citizenship such as empowerment are means of acting upon the actions of others... This mode of government [le gouvernement de Foucault] links the subjectivity of individuals to their subjection, by transforming political subjectivities into an instrument of government. Technologies of citizenship are the means by which government works *through* rather than simply against the subjectivities of the poor » (1994: 32-33 italique original). Cruikshank parle de technologies de la citoyenneté multiples – l'autonomisation (*empowerment*) mais aussi la consultation et l'estime de soi (Dean, 1999 : 168) – pour signaler les moyens concrets par/dans lesquels la citoyenneté agit en tant que technologie.

résultat d'un libre choix, chacune des pratiques des citoyens devient révélation d'une vérité sur soi, révélation par laquelle s'instaure un rapport éthique à soi-même. Et puisque chaque ordre social porte une vision donnée des types de subjectivité jugés à la fois caractéristiques de et nécessaires à sa reproduction (White & Hunt, 2000 : 101), certaines de ces pratiques s'avèrent particulièrement déterminantes dans la reconnaissance de la compétence des sujets en tant que membres de communautés politiques et, donc, en tant que citoyens.

Je propose de prendre appui sur cette problématisation pour penser la multiplication des discours du quoi et du comment se nourrir comme participant d'un investissement de l'alimentaire en tant que lieu privilégié dans la production de certaines articulations du rapport à soi et de la citoyenneté¹¹. Quelles citoyennetés ces dernières viennent-elles mobiliser et produire tout à la fois ? Ou, dit autrement : de quelles citoyennetés est-il question dans les différents discours où s'articulent conduite alimentaire et compétence citoyenne ?

Une citoyenneté faite d'appartenances multiples

Comme ces questions le signalent, le recours à la notion de citoyenneté comme technologie de gouvernement m'amène à m'intéresser moins aux droits et aux obligations légales des citoyens qu'aux pratiques attendues de la part de ces derniers et donc aux idéaux à partir desquels se mesurent certaines de leurs pratiques. Ce souci pour le normatif s'inscrit dans la lignée de développements récents en études sur la citoyenneté, un champ en pleine expansion depuis les années 1990. Certaines manifestations des processus de globalisation et de post-modernisation ont effectivement poussé plusieurs chercheurs à remettre en question la conception moderne de la citoyenneté comme statut légal conféré par les états-nations au profit de définitions d'inspiration sociologique mettant davantage

¹¹ Le concept d'articulation permet de mettre en évidence la contingence des liens qui s'établissent entre des pratiques diverses et hétérogènes dans une conjoncture donnée, liens qui redéfinissent du même coup (temporairement) les termes ainsi articulés: « An articulation is thus the form of the connection that *can* make a unity of two different

l'accent sur les normes, les pratiques, les significations et les identités (Isin & Turner, 2002 : 4). Pnina Werbner et Nira Yuval-Davis, par exemple, suggèrent à partir d'une perspective féministe que la citoyenneté ne doit plus être simplement comprise comme relation formelle et unitaire entre l'individu et l'état mais plutôt « as a more total relationship, inflected by identity, social positioning, cultural assumptions, institutional practices and a sense of belonging » (citées dans Lister, 2007a : 694). Elles posent ainsi la citoyenneté comme relation multidimensionnelle faite d'un ensemble de formes d'appartenance (Isin & Wood, 1999) émergeant dans les relations entre citoyens aussi bien que dans leur relation à l'état. Or la notion de citoyenneté comme technologie de gouvernement suppose justement de mettre de côté l'a priori de la centralité de l'état pour plutôt s'intéresser aux multiples lieux dans/par lesquels opèrent différentes «strategies governing processes of social change by shaping, and sometimes transforming citizens' attributes, expectations and practices » (Giovanni Procacci cité dans Cohen, 2009 : 33). Et si les relations avec l'état ont effectivement pu constituer le premier de ces lieux dans d'autres conjonctures historiques, les formes de citoyenneté contemporaines seraient marquées, selon White et Hunt, par une rupture de la centralité de ces relations au profit d'une multiplicité de relations différenciées entre le soi et les autres, les individus et les institutions (2000 : 109).

Cette reconceptualisation élargit sensiblement le champ des pratiques pouvant être considérées comme participant de la mise en place de citoyennetés données. Elle complexifie aussi cette dernière notion en ouvrant la porte à l'idée de « citoyennetés partielles » :

Participation in the diversified public sphere [i.e. the various social spaces and places that stand between the state and civil society] involves a complex set of forms and levels of potential interactions. These various interactions make up a set of differentiated citizenships – consumer citizens, user citizens, member citizens, and so on. Each of these involves different forms

elements, under certain conditions. It is a linkage which is not necessary, determined, absolute and essential for all time. » (Grossberg, 1986 : 53). J'y reviendrai un peu plus loin dans ce chapitre.

and degrees of social action. [...] These considerations lead us to a view of citizenship as being made up of a series of specific or partial citizenships (consumer citizen, member citizen, job citizen, community citizen, political citizen, etcetera). Thus « Citizenship » with a capital « C » is not a unitary relationship with the State, but rather emerges as the result of a whole set of local « citizen » relations. (White & Hunt, 2000 : 110)¹²

Plusieurs citoyennetés partielles – dont, possiblement, une citoyenneté alimentaire ? – s’offrent ainsi à l’analyse par le biais, notamment, d’une approche dite « multi-volets » (*multi-tiered analysis*) (Lister, 2007b)¹³. L’accent est ici mis sur la multiplicité des espaces en jeu dans la production et la performance des citoyennetés, un enjeu qui occupe le devant de la scène des études en citoyenneté dans la foulée de la remise en cause d’un lien nécessaire entre citoyenneté et état-nation. Il ne s’agit pas, comme le précise Ruth Lister, de suggérer que l’état-nation n’a plus de pertinence en tant qu’espace de citoyenneté mais bien d’ouvrir la porte à d’autres types d’espaces de citoyenneté:

Thus the nation-state continues to represent a significant domain in the “ensemble of different forms of belonging” (Isin & Wood, 1999, p. 21) that constitute citizenship. What the multi-tiered analysis does is to expand the terrain of citizenship to embrace also the intimate and domestic, the local, the urban, the regional and the global. (2007b : 55)

Plusieurs chercheurs se sont ainsi intéressés à l’émergence de formes d’appartenance supranationales par le biais de concepts tels que ceux de citoyenneté européenne (Eder & Giesen, 2001), de cosmopolitisme renouvelé (Linklater, 2002), de communautés transnationales (Baubock, 1994) ou encore de citoyenneté globale (Roche,

¹² Malgré la diversité des citoyennetés partielles envisagées par White et Hunt, ces derniers prennent soin de préciser que toute interaction n’est pas nécessairement citoyenne. Ils s’appuient pour ce faire sur une distinction entre société civile (le champ des diverses activités quotidiennes par lesquelles les sujets viennent en contact potentiel les uns avec les autres) et sphère publique diversifiée (l’ensemble des lieux où se déploient une action concertée dans la poursuite d’objectifs individuels générant des intérêts communs) (2000 : 110). En tant que la citoyenneté se joue pour White et Hunt dans cette sphère publique diversifiée (et non dans la société civile), certaines conditions président effectivement à l’instauration de citoyennetés partielles données.

¹³ Malgré leur parenté, le terme « analyse multi-volets » me semble préférable à celui d’analyse « multi-couches » (Yuval-Davis, 1999) puisque ce dernier semble impliquer une juxtaposition d’échelles déjà données et hiérarchisées et, donc, un effet de profondeur qui ne cadre pas avec la notion de surfaçage telle que je la déploierai à la fin de ce chapitre.

2002). Parallèlement, d'autres chercheurs signalent une réorganisation de la citoyenneté autour de sites infranationaux tels que la ville (Holston, 1999), les communautés locales (Rose, 1996b) et la famille (Probyn 1998). D'où la pertinence d'une analyse multi-volets permettant de saisir tout à la fois les divers lieux (la nation, la ville, le local, etc.) impliqués dans la production et la performance de citoyennetés partielles et qui en sont informés en retour. Un large consensus existe effectivement aujourd'hui – sous l'impulsion, notamment des travaux de géographes tels que Doreen Massey (1999) et Ash Amin (2002) – quant au caractère construit, relationnel et sociohistoriquement contingent des échelles spatiales (Born & Purcell, 2006) et, plus largement, des lieux et de l'espace (Desforges et al., 2005). Aussi les différents lieux de citoyenneté ne sont-ils pas déjà-donnés et indépendants les uns des autres mais bien co-constitutifs et toujours en mouvement.

Cette dynamique relationnelle est particulièrement manifeste dans les concepts de citoyenneté durable (Bullen & Whitehead, 2005) ou écologique (Dobson, 2003)¹⁴. La citoyenneté écologique suppose en effet un espace politique d'obligations non-réciproques qui n'est ni prédéterminé ni fixe mais qui est plutôt fonction de l'empreinte écologique de chacun :

The space of ecological citizenship is therefore not something *given* by the boundaries of nation-states or of supranational organizations such as the European Union, or even by the imagined territory of the cosmopolis. It is, rather, *produced* by the metabolistic and material relationship of individual people with their environment. This relationship gives rise to an ecological footprint which gives rise, in turn, to relationships with those on whom it impacts. (Dobson, 2003 : 106 italique original)

La citoyenneté écologique se déploie donc dans des espaces qui ne sont pas donnés d'avance mais plutôt produits à travers un ensemble de pratiques ayant un impact sur l'environnement plus ou moins immédiat (spatialement et temporellement). Aussi les

¹⁴ Comme l'expliquent Bullen et Whitehead (2005 : 507), les deux notions se recoupent très largement et se distinguent essentiellement par leurs traitements respectifs du monde non-humain, ce dernier étant partie prenante de la

citoyens doivent-ils développer une sensibilité aux implications relationnelles de chacune de leurs pratiques quotidiennes, le choix de contribuer à un parti électoral plus écologique et celui d'acheter un modèle de voiture donné ayant tous deux des conséquences non négligeables en termes d'empreinte écologique. Cette éthique relationnelle participe ainsi non seulement à multiplier les espaces de production et de performance de la citoyenneté mais contribue aussi, comme l'expliquent Bullen et Whitehead, à remettre en question la dichotomie privé/public sur laquelle reposent les conceptions classiques de la citoyenneté¹⁵:

One consequence of this relational ethic is of course to challenge the increasingly fragile distinction which is made between the public and the private spheres (or *polis* and *oikos*), and which continues to inform certain sections of citizenship theory (Dobson, 2003, pp.51-56). It is clear that within the ideologies of sustainable citizenship, the confinement of citizenship to the formal public spheres of politics (voting for the Green Party; lobbying for environmental reform; taking affirmative action for social justice) becomes increasingly difficult to justify, as the practices which mark out the sustainability of the citizen spill over into a range of domestic spheres and practices (cf. Dobson, 2000, 2003). (Bullen & Whitehead, 2005: 504)

La citoyenneté durable ou écologique ouvre ainsi la porte à l'émergence de nouvelles formes d'action politique passant notamment par des pratiques de consommation individuelles – une politisation de la consommation qui a donné naissance dans les dernières décennies à un large éventail d'organisations (détaillants de produits équitables,

« sphère publique trans-écologique » de la citoyenneté durable alors que la citoyenneté écologique se définit pour sa part comme un mouvement éminemment anthropocentrique.

¹⁵ Je fais essentiellement référence aux approches dites libérale et républicaine, dont je ne ferai ici qu'un bref survol (voir Schuck, 2002 et Dagger, 2002 pour une exposition plus détaillée). Dans la première, la citoyenneté concerne les droits accordés aux individus possédant le statut de membres à part entière de la société afin de garantir leur liberté individuelle. L'approche est marquée par l'analyse célèbre de Thomas H. Marshall, analyse pensant le développement de la citoyenneté du XVII^e au XX^e siècle en termes de création progressive de droits civils (liberté d'expression, droit à la propriété, etc.), politiques (droit à des élections libres, droits à la participation politique, etc.) et finalement sociaux (droit à une sécurité économique minimale, etc.) (voir Turner, 2001, qui discute aussi les critiques adressées à Marshall). L'approche républicaine, par contraste, propose une conception légale mais aussi éthique de la citoyenneté: « Citizenship may be a matter of legal status that confers various privileges and immunities on the citizen, in other words, but it must be more than that. "Real" or "true" citizenship requires commitment to the common good and active participation in public affairs. It requires civic virtue. » (Dagger, 2002: 149) En tant qu'elle est

organismes en charge de divers schèmes de certification, coopératives d'achat, campagnes de boycottage, etc.) de même qu'à une littérature académique grandissante (cf. Barnett et al, 2005). Michèle Micheletti et al. (2004) proposent par exemple le concept de consommateurisme politique (*political consumerism*) afin de rendre compte de la possibilité pour les citoyens d'utiliser le pouvoir que leur rôle de consommateurs leur confère en vue de changer certaines pratiques institutionnelles ou économiques jugées dommageables ou non éthiques. Les citoyens-consommateurs s'engageraient de cette façon dans différentes « actions collectives individualisées »¹⁶, une privatisation de l'action politique qui permet de mettre sur un pied comparable le choix de la part de citoyens-consommateurs de privilégier les aliments ayant la plus faible empreinte écologique lors d'une visite à l'épicerie et celui de voter aux élections municipales¹⁷.

Plusieurs chercheurs ont par ailleurs dénoncé la dichotomie sphère publique/sphère privée comme implicitement genrée et tendant à exclure les femmes de la citoyenneté, la sphère publique étant posée comme espace de citoyenneté rationnel, désincarné et ultimement masculin s'opposant à la sphère (privée) du corporel, des émotions et du féminin :

définie comme engagement envers le bien commun et participation aux affaires publiques, la « vertu civique » chère à la citoyenneté républicaine prend résolument appui sur une dichotomie public/privé.

¹⁶ C'est-à-dire dans différentes actions sont initiées spontanément par des citoyens-consommateurs de façon à changer certaines pratiques institutionnelles tout en leur permettant de s'accomplir davantage qu'ils ne le pourraient par le recours à des formes d'actions politiques plus traditionnelles (Micheletti, 2003).

¹⁷ Comme le signalent Clive Barnett *et al.* (2005), une très large majorité des études sur la consommation éthique pose cette dernière comme le résultat d'un processus d'acquisition d'informations permettant aux sujets de privilégier en toute connaissance de cause certaines pratiques de consommation dites éthiques (par opposition à un ensemble de pratiques de consommation jugées non-éthiques). Ils considèrent pour leur part que les gestes de consommation quotidiens sont toujours déjà informés par des considérations éthiques, la particularité de la consommation dite éthique étant de prendre ces considérations explicitement pour objet et de les réarticuler de façon à ce produire un répertoire de pratiques par/dans lesquelles les consommateurs sont invités à se gouverner eux-mêmes en tant que sujets vertueux: « The argument of this paper is that organisational strategies [of organisations devoted to ethical consumption] serve to make available policies, campaigns and especially repertoires of ethical consumption to consumers in such a way that the resultant opportunities help to govern the consuming self, in a process whereby caring for distant others is achieved through the cultivation of care of the self. These devices both articulate an ethical obligation ('I ought to'), and provide a practical means of translating this into actual conduct ('I can do'). In so doing, they contribute to the broader re-creation of the self as more virtuous, ethical, or spiritual. » (2005 : 36-7) Aussi la consommation éthique constituerait-elle aujourd'hui l'un des lieux privilégiés dans l'établissement d'un certain rapport à soi (Barnett et al., 2005 : 30). Je reviendrai sur cette problématisation de la consommation éthique au chapitre 3.

the separation of private and public is the separation of the world of natural subjection, i.e. women, from the world of conventional relations and individuals, i.e. men. The feminine, private world of nature, particularity, differentiation, inequality, emotion, love and ties of blood is set apart from the public, universal – and masculine – realm of convention, civil equality and freedom, reason, consent and contract. (Carole Pateman, citée dans Mouffe, 1995 : 322)

De ce constat sont nées différentes initiatives de féministes libérales, notamment, visant la reconnaissance de droits permettant aux femmes d'accéder à une citoyenneté égale à celle des hommes. D'autres chercheuses privilégient pour leur part des approches visant à brouiller la distinction public/privé sur la base du principe que le véritable enjeu « is *not* that women need to be liberated from the *private* realm, in order to take part in the public realm as equal citizens, but that women - and men - already undertake responsibilities of citizenship in both the public and the private realms. » (Prokhovnik, 1998 : 84 accent original). Comme l'explique Chantal Mouffe, l'une des directions prises par ce courant de critiques consiste à promouvoir des formes de citoyenneté prenant appui sur un ensemble de valeurs qui se voyaient explicitement exclues de la sphère publique traditionnelle :

Following Carol Gilligan, they oppose a feminist "ethics of care" to the male and liberal "ethics of justice." Against liberal individualist values, they defend a set of values based on the experience of women *as* women, that is, their experience of motherhood and care exercised in the private realm of the family. [They] want us to abandon the male liberal politics of the public informed by the abstract point of view of justice and the "generalized other" and adopt instead a feminist politics of the private, informed by the virtues of love, intimacy and concern for the "concrete other" specific to the family (Mouffe, 1995 : 320)

Si la prétention à pouvoir saisir l'expérience des femmes en tant que femmes de ces chercheuses a soulevé de nombreux débats au fil des décennies¹⁸, le concept d'*ethics of*

¹⁸Alors que certaines féministes considèrent cette essentialisation comme le point de départ nécessaire à l'unification des femmes dans/par le mouvement féministe (Mouffe, 1995 : 317), d'autres ont remis en question la légitimité d'une expérience féminine posée comme universelle mais définie à partir de la position particulière de féministes

care a quant à lui su susciter un intérêt considérable de la part de féministes d’horizons variés (Tronto, 1993; Sevenhuijsen, 1998; Clement, 1996; voir Popke, 2006 pour un survol des travaux sur la notion de *care* en géographie)¹⁹. Parallèlement se sont multipliés les appels à faire entrer certaines pratiques relevant de la sphère dite privée dans l’arène publique. Rassemblés sous le slogan « The personal is political », plusieurs des combats féministes des années 1970 cherchaient effectivement à montrer les relations de pouvoir plus larges desquelles participent certaines expériences personnelles (oppressantes) vécues par les femmes – en lien avec la reproduction, le monde du travail ou encore la violence conjugale notamment – et donc à remettre en question l’étanchéité de la traditionnelle frontière public/privé²⁰. Cette politisation d’enjeux jusqu’alors relégués à la sphère privée s’est traduite par l’émergence de nouvelles formes de citoyenneté dont témoigne par exemple le récent concept de citoyenneté sexuelle (cf. Lister, 2002 pour un survol de la littérature sur la citoyenneté sexuelle). Celui-ci se déploie à la fois en termes juridiques et sur un mode plus normatif, certains chercheurs y voyant un moyen de mettre de l’avant le rôle de la sexualité en tant que facteur déterminant dans l’allocation de droits (Richardson, 2000)²¹ alors que d’autres lui donnent un rôle de « sensibilisation » (Weeks, 1998 : 37) à l’inclusion progressive d’enjeux autrefois marginalisés dans le champ de la citoyenneté. C’est ce dernier mouvement que vient capter la notion de « citoyenneté intime » telle que mobilisée, notamment, par Ken Plummer:

I use the notion of intimate citizenship to hint at worlds in the making, worlds in which a public language of “intimate troubles” is emerging around issues of intimacy in the private life of individuals. In a late modern world,

majoritairement blanches, hétérosexuelles et de classe moyenne (voir par exemple Vance, 1984; Spillers, 1984; Bethel & Smith, 1979 et Hull, Scott & Smith, 1982).

¹⁹ J’y reviendrai d’ailleurs en conclusion de cette thèse.

²⁰ Ce mouvement a aussi été l’objet de critiques dénonçant un biais – encore une fois blanc, hétérosexuel et de classe moyenne – quant au type d’enjeux qu’il soulève (Vance, 1984; Warner, 2002, Berlant & Warner, 2002).

²¹ Il s’agit à la fois de droits traditionnellement attachés à la citoyenneté et/ou d’un ensemble de droits touchant explicitement à « l’expression et à la consommation sexuelles » (Richardson, 2000 : 107). Richardson (2000) classe ces derniers en trois catégories : *practice-based sexual rights* (droit à l’activité sexuelle, au plaisir sexuel et à l’autonomie reproductive), *identity-based claims* (droit à l’auto-détermination, à l’expression et à la réalisation de soi) et *relationship-based rights* (droit au consentement, droit au choix du partenaire sexuel et droit de reconnaître publiquement des relations sexuelles).

where we are so often confronted by escalating difficulties and a growing array of choices, the concept of intimate citizenship can help suggest ways of doing the personal and intimate life. As I suggested in an earlier book, intimate citizenship looks at “the decisions people have to make over *the control (or not) over one body, feelings, relationships; access (or not) to representations, relationships, public spaces, etc.; and socially grounded choices (or not) about identities, gender experiences, erotic experiences.* It does not imply one model, one pattern or one way.” (Plummer, 2003 : 13-14 italique original)

La notion de citoyenneté intime permet donc de penser les discours publics portant sur les décisions ou les choix²² que les citoyens doivent faire dans leur vie quotidienne, choix qui ne peuvent de ce fait être considérés comme strictement personnels mais qui ont aussi une dimension politique et sociale : « Intimate citizenship refers to all those areas of life that appear to be personal but that are in effect connected to, structured by, or regulated through the public sphere. They are rarely, if ever, simply a matter of the personal. » (Plummer, 2003 : 70). La citoyenneté intime signale donc la perméabilité du privé et du public dans une conjoncture marquée par la multiplication à la fois des « identités intimes » auxquelles les citoyens peuvent s’identifier (nouvelles identités reproductives, familiales, sexuelles, etc.)²³ et des débats publics portant sur les décisions qui participent de ces identifications²⁴. Mais si débats publics et choix intimes s’informent mutuellement, il n’en reste toutefois pas moins que la performance de la citoyenneté intime telle que définie par Plummer reste, elle, bien campée dans la sphère publique :

²² Plummer ne semble pas marquer de différence entre les deux notions, qui apparaissent tour à tour dans la citation qui précède. D’ailleurs, le terme « choix » se substitue à celui de décision dans un retour subséquent sur la notion de citoyenneté intime : « Again, what we are talking about here are public discourses on the choices that cluster around personal life, which are themselves not just personal but political and social. » (2003 : 70)

²³ Ken Plummer donne comme exemple de ces identités en construction l’émergence possible de cyber-citoyens, de citoyennes mères porteuses, de citoyens post-divorce, de citoyens transgenres ou encore de familles lesbiennes citoyennes (2001 : 242).

²⁴ Il semble intéressant de remarquer, en lien avec mon propre projet, que Plummer propose une conception de l’intimité qui concerne tout aussi bien le rapport à des autres proches que le rapport de soi à soi : « The term “intimate” thus has no unitary meaning but may be seen as a complex sphere of “inmost” relationships with self and others. Intimacies are not usually minor or incidental (although they may be transitory), and they usually touch the personal world very deeply. They are our closest relationships with friends, family, children, and lovers, but they are also the deep and important experiences we have with self (which are never entirely solitary): with our feelings, our bodies, our emotions, our identities. » (2003: 13)

as Plummer (1999) himself has acknowledged, intimate citizenship is not to be confused with intimacy itself: it concerns public talk and action about the intimate [...] In other words, "the intimate" represents a proper object of citizenship struggles, but it is not the site of those struggles, which is not to deny the potential political nature of conflict within the intimate sphere. (Lister, 2002 : 199)

Pour des chercheurs tels que Plummer et Lister, ce sont donc les objets et non les lieux de luttes citoyennes qui se multiplient et qui viennent investir le privé. Or non seulement certains chercheurs, notamment ceux s'intéressant à la citoyenneté écologique et à l'*ethics of care* discutées précédemment, appellent-ils à l'abandon de toute délimitation *a priori* des lieux de performance de la citoyenneté²⁵ mais d'autres signalent que l'effet normalisant et moralisateur des discours publics sur la vie privée contribue à redéfinir certaines pratiques privées ou intimes en tant que lieu par excellence où se joue, précisément, l'appartenance citoyenne²⁶. Lauren Berlant fait par exemple le diagnostic d'une privatisation, dans les dernières décennies du XX^e siècle, de la citoyenneté états-unienne sous l'impulsion d'une idéologie conservatrice posant la sphère de la vie privée comme contexte premier du politique et participant de ce fait à l'émergence d'une « sphère publique intime » :

the dominant idea marketed by patriotic traditionalists is of a core nation whose survival depends on personal acts and identities performed in the intimate domains of the quotidian. It is in this sense that the political public sphere has become an intimate public sphere [which] renders citizenship as a condition of social membership produced by personal acts and values, especially acts originating in or directed toward the family sphere. No longer valuing personhood as something directed toward public life, contemporary

²⁵ Prokhovnik propose par exemple de reconnaître la valeur civique des pratiques de soin de parents envers leurs enfants (plutôt que d'y voir une « obligation naturelle ») à partir du principe qu'il existe « [a] non-rejectionist, non-oppositional, non-hierarchically related interconnexion between public and private, which allows for activity within the 'private' realm to be recognized as also constituting a legitimate form of activity of citizens. » (1998 : 97). Comme l'explique Lister (2007b : 56-7), cette position reste toutefois controversée puisque certains chercheurs considèrent que limites du concept de citoyenneté s'y trouvent brouillées au point de lui faire perdre tout sens spécifique. Au final, cette controverse ne fait que réitérer la dichotomie privé/public que ma thèse tente, précisément, de défaire.

²⁶ Un effet qui a été largement dénoncé, notamment par les critiques queer, pro-sexe et postcoloniales (Berlant & Warner, 2002; Sedgwick, 2008).

nationalist ideology recognizes a public good only in a particularly constricted nation of simultaneously lived private worlds. (1997 : 4-5)

C'est d'abord par leurs pratiques personnelles quotidiennes que les États-Uniens sont aujourd'hui appelés, selon Berlant, à agir à titre de citoyens, la reconnaissance de leur compétence citoyenne étant fonction d'un ensemble de pratiques personnelles témoignant (ou non) du positionnement privilégié par/dans les discours publics sur les pratiques en question. Le fait d'empêcher les jeunes d'avoir accès à des contenus culturels à connotation sexuelle, par exemple, permet selon Berlant aux adultes de se qualifier en tant que parents-citoyens compétents (1997 : 55-81). Et l'hétérosexualité reproductive se voit posée comme partie prenante de la citoyenneté dans un mouvement qui transforme du même coup le corps de la femme enceinte en véhicule de l'intérêt de la nation envers ses citoyens (1997 : 83-144).

L'analyse de Berlant n'est bien sûr pas sans rappeler la problématisation du lien entre rapport à soi et citoyenneté que proposent White et Hunt (2000), tel que discuté plus tôt. Elle soulève ainsi certains enjeux qui se révèlent assez près de ceux qui m'intéressent ici bien que mon point de départ soit différent du sien. Alors qu'elle cherche à illustrer une privatisation de la citoyenneté nationale états-unienne contemporaine se déployant, sous l'impulsion notamment de la politique culturelle conservatrice des dernières décennies, dans une variété de pratiques intimes (reproduction, sexualité, etc.), je propose pour ma part d'explorer les diverses citoyennetés produites par/dans les discours faisant aujourd'hui de l'alimentaire l'une des dimensions essentielles du rapport à soi. Ce sont donc ces discours et non une conjoncture nationale précise qui constituent le point de départ de mon questionnement – un questionnement qui s'inscrit dans la lignée des développements en études sur la citoyenneté dont je viens de faire le survol du fait, aussi, qu'il cherche à mettre en lumière les différents espaces et temporalités des citoyennetés produites par les discours en question.

L'alimentaire au cœur du libéralisme avancé

C'est donc l'effectivité²⁷ de l'alimentaire en tant que discours social qui m'intéresse – un discours qui semble aujourd'hui médiatiquement omniprésent, tel qu'illustré en introduction, alors même que le jeune champ des études sur l'alimentaire (*Food Studies*) est en pleine effervescence. Établi en tant que champ légitime d'études académiques en 1996 (Nestle & McIntosh, 2010), les études sur l'alimentation s'inscrivent dans la lignée de diverses disciplines (sociologie, histoire, communication, économie politique, géographie, etc.) qui avaient d'ores et déjà érigé les pratiques alimentaires au rang d'objet d'étude légitime à la suite des travaux pionniers des anthropologues Claude Lévi-Strauss (1964) et Mary Douglas (1966) dans les années 1960. Aussi les études sur l'alimentation posent-elles un regard largement trans- et interdisciplinaire sur les multiples questionnements qu'elles soulèvent²⁸.

Parmi ceux-ci figurent par exemple diverses tentatives d'explication des comportements alimentaires en termes d'adaptation « naturelle » des membres d'un groupe à leur environnement, ces derniers se voyant objectivés en tant qu'organismes biologiques possédant une disposition innée à favoriser les aliments les plus adaptés à un ensemble de besoins déjà donnés. Il s'agit alors de montrer, par exemple, comment certaines pratiques alimentaires répondent à des besoins physiologiques précis ou encore quelles sont les

²⁷ Comme le précise Lawrence Grossberg, la notion d'effectivité « describes an event's place in a complex network of effects – its effects elsewhere on other events, as well as their effects on it; it describes the possibilities of the practice for effectuating changes or differences in the world. Such a description then asks how something comes to exist in its singularity (what Foucault calls its "rarity") and how it functions. » (1992a: 50)

²⁸ Bien qu'ils soulignent explicitement le risque qu'une approche par discipline des études sur l'alimentation ne crée de « faux clivages », David Bell et Gill Valentine (1997) privilégient tout de même cette façon de faire en proposant un bref survol des principaux chercheurs et angles privilégiés de chaque discipline : description de la trajectoire de produits spécifiques ou des habitudes alimentaires générales d'une culture donnée en histoire, analyse de l'influence des médias et des publicités sur la diète de certains groupes en communication, enjeux relatifs à la production et aux échanges alimentaires en économie politique et en géographie, etc. À l'instar de Brown and Mussell (1984) et de Lupton (1996), je préfère éviter ces « faux clivages » en m'attardant aux types de questionnement – « types » qui ne sont évidemment pas considérés comme des catégories fixes – soulevés par différents pans de la littérature en études sur l'alimentation.

pratiques alimentaires permettant l'optimisation de la survie physiologique dans un contexte donné (Harris, 1985; Katz, 1982; McCracken, 1971).

De ces travaux se détache une large littérature s'organisant autour des dimensions significatives et politiques de l'alimentation. Plusieurs études cherchent ainsi à mettre en évidence l'ensemble de règles à partir desquelles se structurent les pratiques alimentaires de groupes donnés; description des classifications et règles de composition alimentaires de certains ménages en tant qu'elles encodent et structurent le social (Douglas, 1975; Murcott, 1982), par exemple, ou encore mise à jour par Claude Lévi-Strauss (1964) d'un triangle sémantique (le cru, le cuit et le pourri) commun à toutes les cultures mais à partir duquel chacune se distingue par le sens donné aux trois pôles. De la même façon, Roland Barthes (1961) propose de concevoir l'alimentation en tant que système d'unités significatives pouvant être analysé (à l'instar du langage) en termes de syntaxe, de grammaire et de style. Partant du principe qu'il est possible d'observer objectivement ces règles, les chercheurs adoptant cette perspective proposent un examen essentiellement descriptif des pratiques alimentaires d'un groupe et des interrelations entre ces pratiques à un moment précis.

Un second angle de questionnement s'intéresse par contraste aux phénomènes sociaux par lesquels s'expliqueraient les pratiques alimentaires d'une culture ou d'une société donnée. Il s'agit donc de mettre à jour les déterminants socio-économiques de phénomènes objectifs bien définis – c'est-à-dire de saisir des normes et rôles sociaux donnant sens aux comportements individuels –, ce qui ne demande plus la mise en relation des pratiques alimentaires les unes avec les autres mais plutôt la description puis la contextualisation d'une ou de plusieurs d'entre elles. Avec des textes d'analyse des normes sociales déterminant les perceptions et comportements alimentaires des femmes (Hubert, 2004) ou encore une explication de l'importance grandissante des prises alimentaires hors repas sur le lieu de travail en termes de « logique d'emploi du temps » et de nouvelles formes de socialisation (Poulain, 2007), les travaux effectués par les chercheurs de l'Observatoire Cniel des Habitudes Alimentaires (www.lemangeur-ocha.com) illustrent

bien cette démarche, par ailleurs très présente dans la littérature académique sur l'alimentation.

Un questionnement relativement différent oriente une troisième piste de recherche où les pratiques alimentaires sont cette fois comprises non pas comme lieux parmi d'autres où s'expriment des structures ou normes sociales qui leur sont extérieures mais bien comme médium à travers lequel se crée le social. En s'efforçant de saisir les fonctions sociales de pratiques alimentaires données, les travaux s'inscrivant sous cette troisième voie pensent l'alimentation comme un ensemble de processus sociaux à travers lesquels émerge le sens. À ce chapitre, les fonctions sociales du partage alimentaire se sont révélées dans les dernières décennies comme un enjeu de premier plan pour les chercheurs en sciences sociales (Counihan & Van Esterik, 1997), inspirés entre autres par les travaux sur le don de Marcel Mauss (1967). Les effets d'inclusion et d'exclusion du partage sont par exemple au cœur de l'analyse de la « gastro-politique » indienne qu'opère Arjun Appadurai à travers une approche qu'il décrit lui-même comme :

one that looks at food as part of the semiotic system in a particular social context. The operative questions for this approach would be: What do particular actions involving food (and particular foods) "say"? To whom? In what context? With what immediate social consequences? To what structural end? (1981 : 495)

Appadurai se positionne ainsi à mi-chemin entre une réflexion centrée d'abord sur les fonctions sociales de pratiques données et une approche davantage préoccupée par le sens qu'elles revêtent pour les individus concernés, un autre type de questionnement bien présent en études sur l'alimentation. De nombreux travaux ont effectivement cherché à mettre à jour le sens partagé de certaines pratiques alimentaires pour les membres d'un groupe donné, ces dernières étant notamment conçues comme l'une des façons par lesquelles une catégorie identitaire donnée (classe sociale, identité religieuse ou ethnique,

nationalité, etc.) se voit signifiée²⁹. C'est la démarche privilégiée par exemple par les analyses axées sur le changement ou la stabilité dans les pratiques alimentaires de certains groupes ethniques (Brown & Mussell, 1984; Lockie, 2001; Pilcher, 1998), analyses cherchant souvent à établir un lien avec les effets de la globalisation ou de changements politiques.

Par contraste, un ensemble considérable d'analyses conçoivent l'alimentation avant tout comme marchandise et s'inspirent de l'économie politique pour soulever des questions telles : Quels sont les acteurs qui contrôlent la production et la distribution alimentaires mondiales ? Quel rôle joue la publicité dans cette industrie ? Comment les intérêts des grandes entreprises du domaine orientent-ils la forme prise par cette industrie ? Avec quels effets sur le bien-être des consommateurs ou en termes d'inégalités sociales ? L'objectif est le plus souvent de dénoncer l'industrie alimentaire dans sa forme actuelle en tant qu'elle constitue l'un des moyens par lesquels états et entreprises peuvent volontairement s'assurer une position privilégiée au prix de la création de diverses inégalités (producteurs du sud vs consommateurs du nord, consommateurs aisés pouvant s'offrir des aliments sains vs consommateurs défavorisés, etc.) (cf. Schlosser, 2001; Lappe & Bailey, 1998). Ce type de dénonciation s'est d'ailleurs récemment multiplié aussi dans les médias grand public, par exemple au cinéma avec des films tels *Fast Food Nation* (Linklater, 2006) et *Super Size Me* (Spurlock, 2004).

Parallèlement à ce premier type de critique du système alimentaire contemporain se développait dans les dernières années une abondante littérature sur l'émergence de nouveaux mouvements sociaux centrés sur les enjeux alimentaires. Cette littérature vient documenter les luttes politiques à travers lesquelles divers groupes d'intérêt (représentants de l'industrie, groupes d'activistes, élus municipaux, etc.) cherchent à faire valoir publiquement leur point de vue de façon à influencer les politiques et comportements

collectifs ou individuels. Les chercheurs s'inscrivant dans cette approche s'intéressent par conséquent aux stratégies de promotion de systèmes alimentaires alternatifs (alimentation locale, biologique, équitable, etc.) (Belasco, 1989) ou encore aux promesses de changement social portées par la « food democracy » émergente (Dupuis & Goodman, 2005; Lang, 1999; Hassanein, 2003). L'alimentation est ici pensée comme ensemble de pratiques déterminées par le discours de groupes ayant réussi à imposer leurs visions – avec leurs effets propres en termes d'inclusion/exclusion et d'inégalités sociales – dans la sphère publique.

Cette approche diffère considérablement de celle sur laquelle ma propre problématisation de l'alimentaire prend appui, notamment du fait que je conçois pour ma part le pouvoir en termes de « gouvernement ». Le gouvernement, tel que souligné précédemment (cf. p. 17), s'oppose à l'idée d'un pouvoir foncièrement répressif s'exerçant sur des agents naturellement libres et rationnels au profit d'un pouvoir s'exerçant à travers la liberté des individus, par un jeu de restriction de leur horizon de possibilités. Or cette « action à distance » passe d'abord par la mise en place de relations de pouvoir-savoir venant fixer les critères d'intelligibilité de la réalité. Savoir et pouvoir sont en effet intimement liés, le processus d'objectivation par lequel un objet potentiel de savoir est créé sous des termes donnés étant instauration de relations de pouvoir en ce qu'il détermine ce qui peut être dit de cet objet :

Il faut plutôt admettre que le pouvoir produit du savoir (et pas simplement en le favorisant parce qu'il le sert ou en l'appliquant parce qu'il est utile); que pouvoir et savoir s'impliquent directement l'un l'autre; qu'il n'y a pas de relation de pouvoir sans constitution corrélatrice d'un champ de savoir, ni de savoir qui ne suppose et ne constitue en même temps des relations de pouvoir. Ces rapports de « pouvoir-savoir » ne sont donc pas à analyser à partir d'un sujet de connaissance qui serait libre ou non par rapport au système du pouvoir; mais il faut considérer au contraire que le sujet qui

²⁹ Certaines des questions jugées pertinentes sont alors « Comment certaines catégories identitaires se voient-elles signifiées par/dans une pratique alimentaire donnée ? » ou, inversement, « À quelle(s) identité(s) tel aliment renvoie-t-il? ».

connaît, les objets à connaître et les modalités de connaissance sont autant d'effets de ces implications fondamentales du pouvoir-savoir et de leurs transformations historiques. (Foucault, 1975 : 36)

Le gouvernement ne s'exerce donc pas sur des sujets dotés d'une essence propre et qui seraient en quelque sorte « déjà-là ». Plutôt, c'est à travers la mise en place de relations de pouvoir-savoir que les individus se voient assujettis, processus qui est à la fois production d'une subjectivité et subordination simultanée à un pouvoir limitant le champ des possibles de ce sujet³⁰. Aussi sujets et objets doivent-ils être considérés comme entités historiquement construites par/dans un ensemble de pratiques discursives et non discursives³¹.

Dans cette perspective, les pratiques et discours alimentaires ne peuvent être conçus comme le reflet de règles structurantes ou comme processus qui viendraient naturellement régler une culture ou une société comprise comme totalité « déjà donnée »; ils ne peuvent non plus être compris comme l'expression de catégories identitaires préexistantes ou de phénomènes sociaux-économiques objectifs et plus profonds³² puisque ces façons de concevoir l'alimentation reposent sur la présupposition de l'existence d'objets (la société, les citoyens, le système économique, etc.) objectivement saisissables par le biais d'une analyse empirique de pratiques alimentaires. Or la notion de pouvoir-savoir remet précisément en question cette idée de vérités à découvrir pour plutôt proposer une démarche axée sur la mise en évidence des conditions ayant permis l'émergence de ces

³⁰ Ce qui ne remet pas en cause la matérialité du corps et d'autres objets, matérialités sur/à travers laquelle les relations de pouvoir opèrent. Certains chercheurs – Elizabeth Grosz (1994), notamment – font toutefois valoir que le corps chez Foucault n'est en définitive qu'un matériau passif que des relations de pouvoir-savoir pénètrent et informent; si le « corps et ses plaisirs » semblent préexister ou résister au pouvoir dont ils sont objets et cibles, il n'est jamais question de leurs attributs et forces propres.

³¹ Sans entrer dans le détail des relations entre discours et pratiques établies par Foucault (voir à ce sujet la discussion de Dreyfus & Rabinow, 1984 : 71-118), il importe de préciser que les deux termes, loin de s'opposer, sont en fait indissociables. D'abord en ce que le discours, en tant que pratique sociale historique et possédant ses propres règles de fonctionnement, est réellement pratique discursive : « les discours sont des domaines pratiques limités qui ont leurs frontières, leurs règles de formation et leurs conditions d'existence propres » (Foucault, 1968 : 861). Mais aussi parce que le discours est le lieu de production privilégié de rapports de savoir-pouvoir venant informer le champ des pratiques (discursives et non-discursives).

objets de connaissance sous une forme donnée ainsi que sur l'effectivité de cette objectification en termes de limitation du champ du dicible. Il s'agit dès lors d'examiner comment l'alimentaire, en l'occurrence, est produit en tant qu'objet de connaissance par et dans différents discours de façon à en mettre en évidence les conditions de possibilité (discours, institutions, pratiques, etc. mobilisés) et/ou les effets de pouvoir (formes d'assujettissement, de rationalité, de vérités, etc.) de cette production. C'est le type d'approche qu'adopte par exemple John Coveney dans une analyse du discours nutritionnel en tant qu'objectivation du lien entre alimentation et plaisir qui, par le biais de « vérités » scientifiques du quand et quoi manger, met en fait de l'avant un idéal moral par rapport auquel le « modern subject of food choice » (2000 : x) est appelé à se comprendre³³. De la même façon, Deborah Lupton (1996) s'intéresse à l'effectivité d'une variété de discours alimentaires (science nutritionnelle mais aussi discours sur le goût, le jeûne, etc.) alors qu'Elspeth Probyn (2000) met l'accent sur l'effectivité des discours alimentaires contemporains dans la régulation des plaisirs charnels et sur le rapport à soi qu'ils participent ainsi à produire.

Je propose pour ma part de concevoir l'alimentaire en tant que discours social du comment se nourrir, du comment produire ce qui est nécessaire pour se nourrir et du comment le faire circuler, discours ayant une effectivité en termes de citoyenneté. Cette proposition m'amène à préciser les limites de mon objet, limites qui ne sont pas fixées *a priori* (le Québec des années 1990, par exemple) mais plutôt définies conceptuellement par l'ancrage du discours en question dans un régime de gouvernement particulier, celui du libéralisme avancé. L'alimentaire qui m'intéresse ici semble effectivement étroitement lié au libéralisme avancé et, plus particulièrement, à la rationalité néolibérale qui participe de ce régime et qui accorde une place prépondérante au « soi entreprise » (Rose, 1990), à la maximalisation de la santé et au risque.

³² D'où le recours à une démarche méthodologique dite de « surfaçage » (Probyn, 1996), démarche sur laquelle je reviendrai sous peu.

³³ Je reviendrai sur le discours nutritionnel, et plus particulièrement sur ses ramifications « nutritionnistes » (Scrinis, 2008), au chapitre 4.

La rationalité néolibérale substitue aux notions de population et de société naturellement autorégulatrice (qui informaient respectivement le libéralisme et l'État-providence) celle d'un ensemble d'individus autonomes qui, s'ils portent allégeance à certaines communautés restreintes, s'occupent avant tout activement de leur propre gouvernement. Le nouvel objet de gouvernement qui apparaît ainsi, le « soi entreprise », tend à naturaliser une conception bien particulière du sujet :

The self is to be a subjective being, it is to aspire to autonomy, it is to strive for personal fulfillment in its earthly life, it is to interpret its reality and destiny as a matter of individual responsibility, it is to find meaning in existence by shaping its life through acts of choice. (Rose, 1996 : 151)

Le sujet du néolibéralisme est actif, individualisé et responsable de son propre destin (Lemke, 2000 : 12; Lerner, 2000 : 13). Il est non seulement libre d'adopter le style de vie qui lui convient mais il est paradoxalement et tel que discuté précédemment « obligé d'être libre », c'est-à-dire obligé d'interpréter ses expériences passées et futures comme le résultat d'une série de choix personnels. Aussi le rôle des experts du social se limite-t-il à fournir aux « soi entreprise » les informations nécessaires à une prise en charge autonome de leur propre parcours (Rose, 1999a : 147). Par une habile mise en équilibre des risques et opportunités associés à un choix donné, les sujets doivent donc déterminer ce qu'ils jugent comme le meilleur chemin à suivre puis assumer ce choix avec toutes les conséquences prévues et imprévues qu'il entraîne. Et c'est la notion d'accomplissement personnel, c'est-à-dire d'optimisation d'un capital humain a priori illimité, qui joue le rôle d'idéal permettant aux sujets d'orienter la liberté qui leur est prêtée (Cruikshank, 1999 : 89)³⁴. Action sur la matérialité du corps et maximalisation de la santé jouent, à ce chapitre, un rôle privilégié.

De fait, en parallèle au soi entreprise s'imposait graduellement dans les dernières décennies du XX^e siècle une autre conception du sujet : le soi somatique (Rose, 2001). Déjà

³⁴ Je reviendrai sur la notion de capital humain au prochain chapitre.

au début des années 1980, Featherstone (1982) soulignait la place de plus en plus importante du corps dans la « culture de la consommation » (*consumer culture*) apparue au tournant du XX^e siècle. Cette culture s'appuie effectivement sur l'idée que tout est perfectible pour promouvoir l'idée de sujets travaillant activement à améliorer diverses facettes de leur vie, notamment leur apparence physique, afin de se réaliser personnellement. C'est-à-dire que les sujets y sont non seulement pensés comme aptes à se modeler comme ils l'entendent mais ils sont aussi tenus de le faire, leur valeur se voyant établie sur la base du degré d'achèvement de ce travail sur soi. Or Featherstone considère que l'apparence corporelle est cruciale à ce travail rationnel et réflexif de construction de soi puisqu'elle est non seulement la preuve visible de la capacité de l'individu à se modeler volontairement mais aussi le lieu d'expression du soi. Comme le souligne Rose, l'apparition dans la seconde moitié du XX^e siècle d'un éventail de nouvelles techniques en sciences de la santé semble d'ailleurs contribuer à ce mouvement en participant à normaliser l'idée que la corporalité est lieu d'expérimentation et de construction de soi :

On the one hand we have become “somatic individuals” – our very personhood is increasingly being defined by others, and by ourselves, in terms of our corporeality, and new and direct relations are established between our biology and our conduct. On the other hand, our somatic and corporeal individuality has become opened up to choice, prudence and responsibility, to experimentation, to contestation and so to ethopolitics. (2001: 39)

De composante fixe de l'identité, le corps devient lieu de production mais aussi de révélation de la vérité des sujets (par le dépistage génétique, par exemple). Ces derniers sont ainsi invités à se comprendre eux-mêmes comme êtres avant tout biologiques, responsables non seulement d'éviter les maladies mais de maximiser leur propre « capital santé».

Car la rationalité néolibérale participe à faire de la santé une « super-valeur » (Crawford, 2006 : 411)³⁵, un impératif moral définissant entièrement l’accomplissement personnel : « health may be conceived both as a means (for enjoying the other good things in life) and an end in itself, structuring the life project into a health-oriented “way of life”, that is, realizing the quest for self-completion primarily at the bodily level » (Falk, 1996 : 190). C’est dans/par l’adoption d’un style de vie sain – terme qui suppose un ensemble de comportements librement choisis (Coveney, 2000) – que les sujets sont appelés à s’accomplir mais aussi, comme le soulignent Alan Petersen et Deborah Lupton, à remplir leur devoir de citoyens :

good health is required for a person to become a “good citizen”, for ill health removes individuals from the workforce and other responsibilities, and places an economic burden on others. It is one’s duty to achieve and preserve good health, so that one might fulfil the other obligations of citizenship. (1996 : 65)

Or, comme le souligne Falk (1996 : 190), ces derniers ne sont pas simplement responsables de leur état de santé présent mais aussi, et même surtout, de leur bien-être futur. Aussi doivent-ils se transformer en partenaires actifs³⁶ dans la gestion de leur capital santé, c’est-à-dire de leur profil de risques personnel. Le risque – compris comme «technologie généralisable de rationalisation de la société» (Defert, 1991 : 215) et non comme une entité naturelle³⁷ – est effectivement omniprésent à l’intérieur du régime de

³⁵ Cette moralisation de la santé – qui a inspiré à Robert Crawford le terme de « *healthism* » (2006 : 410) – a été critiquée par différents chercheurs, notamment dans l’ouvrage *Against Health. How Health Became the New Morality* (Metzl & Kirkland, 2010).

³⁶ Partenaires puisque les sujets sont épaulés à ce chapitre par les pratiques de « médecine de surveillance » (Armstrong, 1995) et par la « nouvelle santé publique » (Petersen & Lupton, 1996). Cette dernière pose effectivement la santé « as a kind of shorthand for signifying the capacity of the modern self to be transformed through the deployment of various “rational” practices of the self » [a] process of working on the self, and of demonstrating the capacity for self-control of the body and its emotions, [through which] one constitutes oneself as a dutiful citizen, and hence as governable. » (Petersen & Lupton, 1996 : xiv)

³⁷ Je fais ici référence aux deux grands courants de la vaste littérature du risque s’étant développée dans les dernières décennies, le premier (Beck, 1992; Giddens, 1991) centré autour de l’idée de risque comme probabilité théoriquement quantifiable qu’un certain résultat non désiré survienne – c’est-à-dire comme une chose de bien réelle – alors que le second (Ewald, 1991; O’Malley, 2000) conçoit le risque comme façon de rendre certaines « réalités » visibles en tant que probabilités calculables qu’un certain événement advienne.

gouvernement du libéralisme avancé. En témoigne le nouveau «prudentialisme » (O'Malley, 1996) que je viens d'évoquer, prudentialisme par lequel les sujets se voient confier la responsabilité morale de gérer en permanence une multitude de risques par l'adoption d'un mode de vie approprié (Rose, 1999a). Mais s'observe aussi parallèlement un « renversement » du risque:

which shift the emphasis from the principle of collective indemnification of ills and injuries attendant on life in society, towards a greater stress on the individual's civic obligation to moderate the burden of risk which he or she imposes on society, by participating, for example, in preventive health-care programs. (Gordon, 1991: 45)

Le sujet du libéralisme avancé se voit ainsi confier la responsabilité de se gouverner lui-même en fonction d'un objectif de réduction des risques et de maximalisation préventive de la santé passant d'abord par une action sur la matérialité du corps. Les pratiques alimentaires, mode privilégié d'action sur le corps et composante centrale du style de vie, apparaissent dès lors comme l'un des lieux particulièrement déterminants de l'atteinte de cet objectif.

L'investissement actuel de l'alimentaire me semble en ce sens participer d'une conjoncture bien particulière (le libéralisme avancé) qu'il contribue en retour à informer. Aussi mon analyse cherche-t-elle à mettre en lumière les relations qui s'établissent entre les discours alimentaires contemporains et d'autres aspects de cette même conjoncture, un travail de (re)construction du contexte ou de la conjoncture de laquelle une pratique donnée participe qui se révèle nécessaire afin de saisir l'identité et l'effectivité de cette dernière : « Understanding a practice involves theoretically and historically (re)constructing its context [which] is never a stable object of study. It is only available at the end of the analysis; it is precisely the goal and the product of analytic and political work. » (Grossberg, 1992a : 55) Impossible, suivant Grossberg, de saisir l'effectivité des discours alimentaires sans retracer l'ensemble complexe de relations au sein duquel ces discours sont eux-mêmes articulés et sur lequel ils opèrent. Et c'est précisément cette

« double articulation » (Slack, 1996 : 125) – articulation de l’alimentaire en tant qu’objet et articulation des discours alimentaires à d’autres pratiques constitutives de leur contexte – ainsi que la productivité des liens qui s’y forment que la présente thèse cherche à saisir.

Diagnostiquer et événementialiser...

La problématisation qui précède témoigne d’une visée qui est à la fois descriptive et analytique : distinguer les lignes les plus saillantes (quant à la production d’effets de citoyenneté) de la double articulation actuelle de l’alimentaire dans/par le régime de gouvernement de libéralisme avancé de façon à rendre, précisément, cette effectivité visible³⁸. Il s’agit donc de procéder, selon la formule de Foucault, à un « diagnostic du présent : à dire ce que nous sommes aujourd’hui et ce que signifie, aujourd’hui, dire ce que nous disons. » (1994 [1967] : 606) Un tel diagnostic rejette tout présupposé de continuité historique pour plutôt accueillir le moment de discours « dans son irruption d’événement » (Foucault cité dans Serres, 2006 : 153), c’est-à-dire dans sa singularité³⁹. Aussi la production d’un diagnostic du présent permet-il l’« événementialisation » d’un ensemble donné de discours, une procédure d’analyse qui implique :

Une rupture d’évidence, d’abord. Là où on serait assez tenté de se référer à une constante historique ou à un trait anthropologique immédiat, ou encore à une évidence s’imposant de la même façon à tous, il s’agit de faire surgir une « singularité ». Montrer que ce n’était pas « si nécessaire que ça » ; [...] l’événementialisation consiste à retrouver les connexions, les rencontres, les appuis, les blocages, les jeux de force, les stratégies, etc. qui ont, à un moment donné, formé ce qui ensuite va fonctionner comme évidence, universalité, nécessité. (Foucault, 2001 [1980] : 842)

La tâche d’événementialisation consiste à montrer que les discours alimentaires contemporains ne sont pas « si nécessaire[s] que ça » en retraçant progressivement les connexions, stratégies et luttes de légitimité hétérogènes qui les informent et qu’ils

³⁸ Une articulation qui n’est bien entendu pas figée mais bien constamment sujette à ré-articulation.

contribuent en retour à informer. Et si le processus ne mène pas à une prise de position quant à la valeur des discours en question (être « pour » l'alimentation locale, « contre » les aliments fonctionnels, etc.)⁴⁰, sa portée n'en reste pas moins éminemment critique :

Une critique ne consiste pas à dire que les choses ne sont pas bien comme elles sont. Elle consiste à voir sur quels types d'évidences, de familiarités, de modes de pensée acquis et non réfléchis reposent les pratiques que l'on accepte. [...] La critique consiste à débusquer [la] pensée et à essayer de la changer : montrer que les choses ne sont pas aussi évidentes qu'on croit, faire en sorte que ce qu'on accepte comme allant de soi n'aille plus de soi. Faire la critique, c'est rendre difficiles les gestes trop faciles. (Foucault, 1981 : 999)

Montrer la contingence de l'alimentaire contemporain, l'événementialiser de façon à rendre « plus difficile » la publication d'éditoriaux appelant à la mise en place de mesures de lutte à l'actuelle « épidémie » d'obésité ou plaidant en faveur de l'alimentation locale tout autant que la recherche par les consommateurs de produits tapissés d'allégations santé en tous genres. Mais ce sont d'abord les cris d'alarme qui s'élèvent depuis plusieurs années déjà devant l'apparente « dépolitisation » des citoyens des régimes de gouvernement de libéralisme avancé que cette thèse espère rendre plus difficiles. À partir de statistiques montrant une érosion constante des taux de participation aux scrutins ou de la participation au sein des partis politiques traditionnels, de nombreuses voix se sont fait et se font toujours entendre autour de l'hypothèse d'un déclin de l'engagement citoyen au profit d'un repli individualiste⁴¹. Mon intervention dans ce débat ne consiste pas à chercher à signaler un simple déplacement de l'action citoyenne vers de nouveaux lieux (les médias alternatifs

³⁹ Alors que l'enquête généalogique (Foucault, 1971) cherche à faire apparaître les conditions ayant historiquement présidé à cette irruption singulière, j'entends pour ma part en rester à un diagnostic de l'événement en question.

⁴⁰ C'est la posture adoptée par Jessica Mudry (2009), par exemple, qui s'intéresse à l'émergence dans les politiques publiques états-uniennes d'une conception scientifique et surtout quantitative de l'alimentaire qu'elle juge insuffisante à la mise en place de stratégies de promotion de santé publique efficaces. Une telle démarche de recherche d'une « vérité » de l'alimentaire ne cadre toutefois pas, tel que souligné précédemment (cf. p.36), avec l'approche que je privilégie ici.

⁴¹ On peut notamment penser à des ouvrages tels que *Bowling Alone : the collapse and revival of American community* (Putnam, 2000) ou *The Internet Generation : engaged citizens or political dropouts* (Milner, 2010) de même qu'aux discussions et articles cherchant à expliquer le désintéressement des citoyens envers la politique par la piètre qualité des débats politiques (Christiane Charette, 2011a; Journet, 2011).

plutôt que le congrès du parti, la participation à une campagne de boycottage en ligne plutôt qu'à une rencontre du conseil municipal, etc.) mais bien à proposer de changer les termes mêmes du débat en remettant en cause l'association entre citoyenneté et espace public qui l'informe. Il s'agit donc d'un effort (théorique) de ré-articulation de la notion de citoyenneté – effort qui participe d'un mouvement plus large en études sur la citoyenneté, tel que décrit précédemment – qui est aussi, comme l'explique Grossberg, intervention politique : « If theory is a struggle over how we represent and engage the world, *it is also a political practice attempting to make its own articulation dominant* (i.e. taken up as the representation of the truth) and thus to affect the very ways in which we live that reality.» (cité dans Wiley, 2005 : 85 italique original)

J'ai choisi de m'attaquer à ce travail de ré-articulation en montrant comment certaines pratiques se voient investies en tant que lieux de production du rapport à soi *et* de performance de la citoyenneté par/dans les discours alimentaires contemporains. Ce qui ne signifie pas, bien entendu, que l'alimentaire puisse se résumer entièrement à cette articulation du rapport à soi et de la citoyenneté, à certains effets moraux et politiques. Toute pratique, alimentation incluse, peut avoir et a le plus souvent des effets divers (économiques, politiques, libidinaux, matériaux, esthétiques, émotionnels, effets de sens) qui se recourent variablement les uns et les autres : « A practice is a mode by which effects are produced and reality transformed...The connection between a particular cultural practice and its actual effects may be quite complex. Effects are always intereffective, on the way from and to other effects. » (Grossberg, 1992a : 51) Aussi la problématisation que je propose ici implique-t-elle une saisie partielle, orientée par les liens étroits qui se tissent entre citoyenneté et rapport à soi⁴², du réseau complexe d'effets produits par l'alimentaire.

⁴² Comme nous le verrons aux chapitres 2, 3 et 4, ces derniers sont par ailleurs indissociables d'autres effets, notamment émotionnels. Ce n'est toutefois qu'à l'analyse que de tels liens (et les éléments liés) peuvent émerger et une problématisation différente aurait certainement mis en évidence un réseau d'effets autre, d'où l'impossibilité de prétendre saisir l'alimentaire dans sa totalité.

... par le surfaçage et l'exemplification

C'est en fonction de cet objectif de saisie (partielle) que j'ai choisi d'emprunter une stratégie d'analyse qui, comme l'explique Grossberg, met précisément l'accent sur l'effectivité des liens s'établissant entre un ensemble hétérogène de pratiques :

For both Foucault, and Deleuze and Guattari, the strategy of analysis involves drawing lines or connections which are the productive links between points, events or practices (Foucault seems to use these interchangeably) within a multidimensional and multidirectional field. These lines map out reality in terms of the productive relations between events. Productivity is here synonymous with effects or, more accurately, effectivities. (1992a : 50)

Il s'agit donc d'une stratégie d'analyse guidée par la recherche de lignes de productivité pouvant être conçues comme autant de connexions transversales entre diverses pratiques placées sur un même plan hypothétique, une surface comprise comme « a network in which each point is distinct... and has a position in relation to every other point in a space that simultaneously holds and separates them all » (Foucault cité dans Probyn, 1996 : 11). Comme l'explique Chris Philo, cette « ontologie spatiale »⁴³ (2000 : 218) s'oppose à la recherche de vérités ou de causes plus « profondes » au profit d'une analyse de surface « where the things of the world – the phenomena, events, people, ideas, and institutions – are all imagined to lie on the same level (whether they be advanced capitalism or the toy rabbit) in a manner that strives to do away with hierarchical thinking.» (idem : 231) Inutile de chercher les causes fondamentales ou le non-dit (Serres, 2006) de l'événement dès lors que chaque pratique est entièrement donnée dans sa positivité et

⁴³ Une ontologie que Philo attribue à Foucault mais qui semble aussi orienter la philosophie de Deleuze et Guattari selon le portrait qu'en fait Stephen Wiley : « In summary, Deleuze and Guattari's philosophy provides cultural studies with a monist, materialist ontology which entails 'the abolition of all metaphor' (Deleuze & Guattari 1987, pp. 69-70). It 'refuses the Kantian distinction between phenomenon (experiences, discourses, meaning) and noumena (the real)' (Grossberg 1996a, p. 180). Instead, it operates according to logics of 'nextness' or 'juxtaposition' on a single plane. » (2005 : 73) Cette ontologie sert de point d'appui à l'analyse de surface que propose Grossberg, tel que le montre Wiley, de même qu'à l'idée de « surfaçage » (Probyn, 1996) sur laquelle je reviendrai sous peu.

visible « en surface »⁴⁴. Aussi le travail d'analyse consiste-t-il à retracer les relations de proximité, de tension, de coprésence ou d'éloignement qui s'établissent en différents points de la surface à un moment précis ou, plus exactement, à rendre compte des processus présidant à la production même de cette surface⁴⁵. C'est l'approche privilégiée par Probyn, notamment, qui répond aux critiques de la surface en tant qu'aplanissement des inégalités structurelles à l'œuvre par un appel à éviter le « problème » en question en s'intéressant aux processus de surfacage davantage qu'à la surface elle-même :

Perhaps the problem in part is that surface is taken as if it were an object rather than a process. This is why I prefer to think in terms of *rendering surface* or *surfacing*, the processes by which things become visible and are produced as the outside.[...] As I attempt to show, the surface is not to be posed as ineluctable but rather as a way of configuring the lines of force that compose the social, lines of force that are by their very nature *deeply* material and historical. (1996 : 12)

Penser l'alimentaire en termes de surfacage implique donc de reconnaître que les connexions ou relations productives qui lui donnent forme ne sont pas figées une fois pour toute mais constamment (re)produites par le biais de relations de savoir-pouvoir changeantes. En ce sens, le portrait des effets de citoyenneté de la double articulation de l'alimentaire que j'entends faire ici est bien un diagnostic du présent, c'est-à-dire de la configuration actuelle d'une surface, voire d'un surfacage, nécessairement sujette à changement.

Mais comment, concrètement, identifier parmi les multiples connexions donnant forme à l'alimentaire en tant que surface celles qui se révèlent les plus saillantes ou

⁴⁴ D'où la formule de Deleuze voulant que « tout ce qui arrive, et tout ce qui se dit, arrive et se dit à la surface. » (Deleuze, 1969: 158) Même constat chez Foucault qui, comme l'explique Philo, « apparently accept[s] that there is nothing outside of the proliferation of words about “the surface of things” – that this proliferation pretty much captures in all of its comprehensiveness the total and only “reality” of the things described – and the suggestion in this regard is that “the discourse which describes them in detail is finally the one that explains them” (page 111).» (Philo, 2000: 217-218)

⁴⁵ Aussi, contrairement à Charlotte A. Biltekoff (2006), par exemple, qui s'intéresse aux citoyennetés promues par certains discours bien particuliers (ceux des principaux mouvements de réforme alimentaire qui se sont succédés au fil

effectives en termes de citoyenneté ? Par une série d'allers-retours entre l'exploration empirique et la conceptualisation, allers-retours qui ont présidé à la constitution de l'archive qui informe mon analyse⁴⁶. Ma démarche ne consiste effectivement pas à partir de concepts jugés *a priori* pertinents pour les appliquer sur les discours alimentaires s'y prêtant le mieux. Plutôt, ce n'est qu'à partir d'un premier survol d'un ensemble de documents hétérogènes et du constat des régularités qui s'en dégagent que la pertinence de mobiliser certains concepts en tant qu'outils d'analyse est apparue⁴⁷ – un processus qui est en retour venu orienter et préciser ma navigation à travers la mer de documents par lesquels l'alimentaire est rendu visible sur une base quotidienne. L'investissement actuel de l'alimentaire se traduit effectivement, comme j'espère l'avoir montré en introduction, par une prolifération des discours (médiatiques et gouvernementaux, notamment) sur la question. Et puisque le mouvement qui m'intéresse s'étend à l'ensemble des lieux où un régime de gouvernement de libéralisme avancé prédomine, plusieurs articles de journaux, pages de site Web, etc. s'ajoutent quotidiennement à la masse déjà impressionnante de documents rendant compte de l'alimentaire en tant que discours social.

Aussi ai-je dans un premier temps dû procéder « à tâtons », passant d'un document à l'autre sans critère de sélection précis si ce n'est qu'il devait y être explicitement question d'enjeux touchant à l'alimentation et discutés en tant qu'objets d'intérêt public. Cet exercice m'a amenée à constituer une archive hétérogène faite notamment de sites Web de mouvements écologistes, de chefs-célébrités et d'agences gouvernementales; de communiqués de presse et du matériel promotionnel publiés lors du lancement de nouvelles

du 20^e siècle), je cherche pour ma part à montrer les effets (de citoyenneté) de la coprésence dans la conjoncture actuelle d'un ensemble hétérogène de discours alimentaires – discours qui peuvent se recouper en plusieurs points.

⁴⁶ Je reprends ici la définition de l'archive proposée par Line Grenier : « [l'archive est un] ensemble relativement important de documents souvent hétérogènes qui, réunis, rendent compte de la diversité des manifestations concrètes d'un phénomène donné dans ses diverses dimensions » (2008 : sans pagination).

⁴⁷ Ma démarche s'inspire ainsi du rapport entre théorie et événements empiriques mis de l'avant par Foucault : « The route that Foucault takes across this confused terrain thus depends upon the acceptance that a layer of theoretical materials must be laid over the specific events and phenomena under study, but also in ensuring that the concepts deployed have not so much an a priori character – having decided in advance what is “going on” in any particular situation in any given time and place – as the character of “hovering” responsively above the empirical details

émissions télévisées sur l'alimentation, de programmes gouvernementaux de lutte à la malbouffe dans les écoles et de campagne de groupes activistes en faveur de l'alimentation locale; d'articles de journaux rapportant les résultats de recherches sur les bienfaits santé de nutriments donnés ou les dernières statistiques en matière de surpoids; de reportages télévisés vantant les produits des terroirs d'ici et d'ailleurs; de débats radiophoniques quant aux vertus écologiques et économiques de modes de production et de distribution alimentaires donnés; d'articles académiques sur l'économie des terroirs et de succès de librairie dénonçant les méfaits de l'industrie alimentaire mondialisée⁴⁸. La spécificité de l'archive en question vient en ce sens de la problématisation qui l'informe, c'est-à-dire de la « politique de l'archive » (Osborne, 1999) qui a présidé à la constitution de cet assemblage inédit de documents par ailleurs largement accessibles et issus d'une vaste « archive populaire » (Lynch, 1999 : 76). Ici comme dans le cas de l'archive décrite par Michael Lynch :

The value of the archive for research purposes had nothing to do with the originality or uniqueness of the materials in it. It had to do, instead, with the selection, topical arrangement and textual preservation of electronic broadcasts and records which in their original form were ubiquitous and evanescent. (1999 : 78)

La valeur de mon archive procède donc du travail de sélection qui est venu l'informer, un travail lui-même tributaire d'une problématisation bien particulière; en ce sens, il s'agit bel et bien d'un produit de l'analyse plutôt que d'un matériel « neutre » à partir duquel celle-ci pourrait procéder (Grenier, 2001; Featherstone, 2006).

revealed. Rather than coming first, then, the grander theoretical statements of a given substantive study should gradually materialise as the study progresses... » (Philo, 2000: 212)

⁴⁸ J'ai fait le choix stratégique de n'inclure dans mon archive ni ouvrages de fictions tels que les téléromans, les films et les romans, ni publicités de producteurs alimentaires. Le choix s'explique par la nécessité de limiter la taille de mon archive mais aussi par une volonté de privilégier les discours où les articulations du rapport à soi et de la citoyenneté sont les plus explicites. Par ailleurs, d'un point de vue méthodologique les documents de fiction ne se traitent pas nécessairement de la façon que les autres types de documents que j'ai choisi de retenir.

Cette première analyse m'a graduellement permis de cerner certaines régularités quant aux articulations entre rapport à soi et citoyenneté mises de l'avant dans/par divers discours par ailleurs singuliers, c'est-à-dire d'identifier trois points de rencontre particulièrement saillants en termes d'effets de citoyenneté – la culture alimentaire en tant que compétence citoyenne, le manger local comme pratique citoyenne et le nutritionnisme. Ou peut-être serait-il plus exact de parler de ces trois points en termes de lignes de force afin de signaler qu'il ne s'agit pas de répétitions du « même » dans une diversité de discours mais bien de formes de problématisation communes à un ensemble de discours par ailleurs singuliers. C'est-à-dire que les lignes en question ne doivent pas être comprises comme autant de principes généraux permettant d'expliquer différents cas particuliers mais plutôt en tant qu'ensemble de régularités s'exprimant à chaque fois de façon singulière, d'où la pertinence de recourir à la méthode de l'« exemplification » afin d'en rendre compte.

Comme l'explique Giorgio Agamben, l'exemplification relève effectivement d'une logique qui n'est ni déductive, ni inductive mais « analogique » en ce qu'elle « procède de singularité en singularité » (2008 : 34). L'exemple n'est ni règle générale, ni cas particulier mais bien singularité qui rend, en tant que telle, intelligible l'ensemble de singularités duquel elle fait partie :

[L'exemple est] un objet singulier qui, en valant pour tous les autres de la même classe, définit l'intelligibilité de l'ensemble dont il fait partie et qu'en même temps il constitue [...]. En ce sens, il est impossible, dans un exemple, de séparer clairement sa paradigmaticité, sa capacité à valoir pour tous, du fait qu'il est un cas particulier parmi d'autres. (Agamben, 2008 : 18-22)

S'il est impossible de séparer la paradigmaticité et la singularité de l'exemple, c'est que ce dernier ne devient tel qu'en suspendant et exposant à la fois son appartenance à l'ensemble : « This is the paradoxical status of the example. What an example shows is its belonging to a class, but for this very reason, it steps out of this class at the very moment in which it exhibits and defines it. Showing its belonging to a class, it steps out from it and is

excluded. » (Agamben, 2002 : 3) L'exposition d'un objet singulier en tant qu'exemple requiert que son usage normal soit suspendu et désactivé pour le présenter comme « intelligibilité »⁴⁹. Aussi chacun des détails faisant la singularité de l'exemple passe-t-il du statut de simple donnée empirique à celui d'élément essentiel à l'intelligibilité même de l'ensemble, d'où l'importance de procéder, précisément, par le détail : « As a writing practice, exemplification activates detail. The success of the example hinges on the details. Every little one matters. [...] Every detail is essential to the case. This means that the details making up the example partake of its singularity. » (Massumi, 2002 : 18) Chaque détail importe dès lors que c'est dans l'exposition d'un objet en tant que singularité que celui-ci se transforme en exemple valant pour un ensemble de singularités auquel il appartient et qui lui est immanent.

L'emprunt à la méthode de l'exemplification me permet de rendre compte des discours participant des trois lignes de force que j'ai identifiées à partir d'exemples valant pour (tout en faisant partie de) ces ensembles de discours. Les exemples choisis auraient sans doute pu être différents; impossible, en effet, d'identifier un discours donné comme étant *a priori* plus exemplaire qu'un autre dès lors que l'intelligibilité de l'ensemble de régularités dont l'exemple témoigne ne le précède pas⁵⁰. Aussi ma démarche a-t-elle consisté à prendre appui sur l'archive constituée dans un premier temps de l'analyse afin d'y puiser certains discours singuliers que j'ai choisi de considérer en tant qu'exemples en raison, essentiellement, de leur importante visibilité médiatique. J'ai alors entrepris de rendre compte par le détail de ces exemples par la constitution de corpus qui sont venus informer et ont été informés par les stratégies d'analyse déployées dans chacun des cas.

⁴⁹ Agamben illustre cette caractéristique de l'exemple à partir d'un exemple grammatical : « Prenons le cas des paradigmes qui, dans les grammaires latines, rendent compte de la déclinaison du substantif. Le terme *rosa*, par sa présentation paradigmatique (*rosa, ros-ae, ros-a, ros-am...*), est suspendu de son usage normal et de son caractère dénotatif et rend ainsi possible la constitution et l'intelligibilité de l'ensemble « nom féminin de la 1^{re} déclinaison », dont il est, à la fois, membre et paradigme. La suspension de la référence et de l'usage normal est ici essentielle. » (2008 : 26)

⁵⁰ C'est le sens du quatrième des six traits de l'exemple (paradigme) identifiés par Agamben « L'ensemble paradigmatique n'est jamais présupposé aux paradigmes, mais leur reste immanent » (2008 : 34)

L'exemple de la campagne de réforme des habitudes alimentaires des écoliers britanniques lancée par la diffusion de la télé-réalité *Jamie's School Dinners* (chapitre 2) m'a ainsi amenée à constituer un corpus d'abord centré sur les documents liés à la série elle-même (épisodes de la télé-réalité, sections du site Web de Jamie Oliver et du diffuseur dédiées à la série, critiques dans les quotidiens britanniques, communiqués annonçant les prix remportés par la série, etc.). Je me suis ensuite intéressée plus largement aux suites médiatiques et politiques de la série (éditoriaux et lettres d'opinion publiées dans les quotidiens britanniques, réponse d'Oliver aux critiques qui lui ont été adressées, discours de représentants du gouvernement, annonces de l'adoption de nouvelles politiques publiques, etc.), ce qui m'a graduellement amenée à privilégier une analyse centrée sur les discours desquels la campagne participe dans sa définition même du problème de l'alimentation des écoliers ainsi que dans les solutions qui sont préconisées. Cette stratégie d'analyse est venue informer mon corpus, qui s'est élargi pour inclure une diversité suffisante de documents afin de rendre compte du déploiement plus large des discours en question (annonce de politiques publiques inspirées de la *Third Way*, plans gouvernementaux de lutte à l'obésité, site Web de l'Organisation mondiale de la santé, sites Web et blogs consacrés à l'alimentaire, articles de journaux décrivant une supposée perte de culture culinaire, sites Web d'organisations telles que le *California School Garden Network* et le *National Farm to School Network*, etc.).

Le corpus documentant le second exemple retenu (la campagne sociétale *Mettez le Québec dans votre assiette!*, chapitre 3) s'est lui aussi dans un premier temps concentré sur des documents liés très directement à la campagne publicitaire elle-même (communiqués de presse; site Web et publicités télévisées, radiophoniques et écrites de la campagne; communication personnelle avec une conseillère en promotion à l'organisation en charge de la campagne, etc.). J'y ai aussi inclus différents documents témoignant d'une multiplication, dans les dernières années, des initiatives en faveur de l'alimentation locale (livres grand public sur les vertus du local, articles de journaux traitant de la popularité

grandissante des marchés publics, site Web d'émissions télévisées centrées sur la découverte des terroirs, rapport de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois, etc.). De ce premier survol s'est graduellement dégagée une stratégie d'analyse différente de celle mobilisée pour rendre compte de *Jamie's School Dinners*. Plutôt que de suivre une logique en quelque sorte linéaire (définition d'un « problème », solutions proposées), il m'est apparu plus intéressant de chercher à rendre visibles différentes opérations qui s'effectuent simultanément dans *Mettez le Québec dans votre assiette!*. Aussi ce corpus s'organise-t-il autour d'un ensemble de documents que j'ai voulu suffisamment nombreux et diversifiés pour témoigner des principaux discours que la campagne convoque et recoupe dans chacune de ces opérations (débat radiophonique sur les bénéfices environnementaux de l'alimentation locale, site Web d'organismes tels que *Slow Food* et *Équiterre*, mémoire déposé par le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants, articles de journaux décrivant des « crises » de salubrité et/ou de sécurité alimentaire, etc.).

Enfin, le troisième exemple retenu (*In Defense of Food. An Eater's Manifesto* de Michael Pollan (2008a)) fait l'objet d'une discussion beaucoup plus courte en ce qu'il me sert essentiellement à cerner la troisième des lignes de productivité identifiées au premier temps de l'analyse (le nutritionnisme) et à montrer la co-présence de ces lignes à l'intérieur d'un même discours. C'est-à-dire que je cherche moins à montrer comment l'exemple choisi s'articule à d'autres éléments constitutifs de la même conjoncture – stratégie mobilisée pour les deux premiers exemples – qu'à cerner la forme prise par le discours de Pollan lui-même. Le corpus constitué à cette fin est ainsi largement centré sur les livres et articles publiés par l'auteur dans les dernières années bien qu'il ressemble aussi quelques documents (livres grand public, articles de journaux et de magazines, etc.) qui me permettent d'illustrer le nutritionnisme que décrit Pollan.

Chapitre 2

Jamie's School Dinners : les *foodies* s'invitent à l'école

Le 23 février 2005 plus de 4 millions de téléspectateurs britanniques ont pu goûter au tout premier des quatre épisodes de *Jamie's School Dinners* (2005). Au menu, une télé-réalité documentant la croisade du chef-célébrité Jamie Oliver pour modifier la diète des élèves de deux écoles de quartiers défavorisés en substituant des menus santé de son cru au lot quotidien de malbouffe et de viandes séparées mécaniquement qui leur était jusqu'alors réservé. L'entreprise s'est révélée une réussite à bien des égards : succès populaire de la saison sur *Channel 4* avec une moyenne de 5 millions de téléspectateurs par épisode, la série s'est vue couronnée *Most Popular Factual Programme* lors des *National Television Awards* (*Guardian*, 2005a) et *Best Factual Series* par la *British Academy of Film and Television Arts Television* (CNN, 2006). Et plus remarquables encore sont l'intensité du débat public suscité par la télé-réalité et l'efficacité de la campagne⁵¹ de réforme qui s'en est dégagée. Les passions soulevées par cette dernière ont en effet propulsé le problème de la culture de la malbouffe chez les écoliers sur le devant de la scène médiatique et motivé la création d'un site Web (*Channel 4*, 2005a) invitant ses visiteurs à « faire quelque chose » afin de persuader leurs propres enfants et/ou leur institution scolaire de l'importance d'une saine alimentation. Professeurs, parents et enfants y étaient en outre invités à prendre part au mouvement *Feed me better*⁵² en signant une pétition en ligne en faveur d'un engagement du gouvernement envers cinq des mesures identifiées comme prioritaires par Jamie Oliver. Un mois après le lancement de *Feed me better* et en pleine campagne électorale, ce dernier allait à la rencontre du premier ministre Blair avec plus de 270 000 signatures d'appui à son manifeste en mains. Le même jour, le secrétaire d'État à l'éducation Ruth Kelly annonçait que son gouvernement allait investir 280 millions de livres sterling sur trois ans afin d'améliorer l'offre alimentaire dans les écoles du pays à travers, entre autres, la création d'un *School Food Trust* (*Department of Children, Schools and Families*, 2005; Curtis,

⁵¹ J'utilise ici le terme « campagne » pour englober un ensemble de pratiques que je considère comme partie prenante du discours de *Jamie's School Dinners* : la télé-réalité elle-même, bien sûr, mais aussi les initiatives subséquentes du chef et d'autres acteurs médiatiques et politiques (pétition en ligne, interventions médiatiques d'Oliver, articles et réactions du public publiés sur le sujet, discours du secrétaire d'état à l'éducation s'y référant, politiques effectivement mises en place par suite de la série, etc.).

⁵² Le site créé pour l'occasion (www.feedmebetter.com) mais retiré du Web depuis s'est d'ailleurs mérité en 2006 le vote populaire dans la catégorie activisme des *Webby Awards* (www.webbyawards.com).

2005). Cette décision est présentée comme le résultat direct de la campagne menée par le chef-célébrité tant par Tony Blair lui-même que par les médias, qui parlent d'ailleurs « d'effet Jamie Oliver » en référence aux différentes politiques publiques et changements dans la diète des Britanniques apparus à la suite de la campagne du chef (*Guardian*, 2005b; *Press Association*, 2005a; Stacey, 2008). Interdiction de vente de malbouffe (Ross, 2005) et imposition de nouvelles normes nutritionnelles minimales dans toutes les écoles du pays (*School Food Trust*, 2006), réintroduction de cours de cuisine obligatoires pour les élèves du primaire comme du secondaire (*Press Association*, 2005b), promesse d'une nouvelle enveloppe de 240 millions de livres sterling pour prolonger de trois années supplémentaires les programmes en cours (*Department for Children, Schools and Families*, 2006), entre autres; les retombées politiques de cet « effet » sont pour le moins notables⁵³.

Si les références répétées à l'« effet Oliver » positionnent le chef comme moteur central d'une prise de conscience nationale du problème de l'alimentation des écoliers⁵⁴, il n'est pourtant ni le seul ni même le premier à s'être intéressé à la question dans les dernières années. Dès 1997 le gouvernement britannique conservateur profitait de ses derniers mois au pouvoir pour promulguer une série de normes nutritionnelles (*Eating Well at School: Dietary Guidance for School Food Providers*) auxquelles les fournisseurs de services alimentaires en milieu scolaire étaient invités à adhérer sur une base volontaire. Moins d'un an plus tard, le *Labour Party* se penchait à son tour sur la question dans un document de consultation intitulé *Ingredients For Success* menant à la réintroduction, en 2001, de normes nutritionnelles minimales obligatoires plus d'une vingtaine d'années après leur abolition par les Conservateurs (Soil Association, 2003 : 37). En l'absence d'un programme officiel de contrôle de l'implantation de ces normes, des organismes non-

⁵³ Jamie Oliver dresse toutefois un constat relativement mitigé de la situation après une année de « révolution » dans les cafétérias scolaires du pays à travers une seconde télé-réalité, *Return to School Dinners* (2006).

⁵⁴ Un positionnement qui lui a d'ailleurs valu le titre de *Most Inspiring Political Figure of 2005* au *Channel 4 Political Awards 2006* (BBC, 2006a). C'est pour mettre en évidence cet effet de personnalisation que je me référerai à Jamie Olivier en recourant à son seul prénom, faisant ainsi un clin d'œil à l'omniprésence de ce dernier dans les titres des émissions télévisées (*Jamie's Kitchen*, *Jamie's Great Italian Escape*, *Jamie's School Dinners*, *Jamie's Return to School*

gouvernementaux tels que la *Consumers' Association* (2003) avaient alors entrepris de dresser le portrait des repas effectivement consommés dans les écoles pour en arriver au constat qu'une diversification de l'offre alimentaire ne se traduisait pas nécessairement en une diète plus équilibrée pour les élèves⁵⁵. La *Soil Association*, groupe fondé en 1946 en soutien à l'agriculture biologique, publiait quant à elle la même année un rapport (*Food for Life. Healthy, local, organic schools meals*, 2003) dénonçant l'adoption par l'état d'une approche qualitative plutôt que quantitative de l'alimentaire⁵⁶ et plaidant pour un approvisionnement des écoles en aliments frais, locaux et biologiques. Bien qu'il recoupe par ailleurs en de nombreux points le discours déployé dans/par *Jamie's School Dinners* – les principales différences se situant, précisément, dans l'accent mis par la *Soil Association* sur le quantitatif, le local et le biologique – le rapport n'a reçu qu'une infime fraction de l'attention générée par la campagne du chef-célébrité.

Au même moment se mettaient en forme hors des frontières de l'Angleterre différentes initiatives elles aussi dirigées vers une amélioration de l'offre alimentaire en milieu scolaire. L'Écosse, par exemple, s'est dotée en 2002 d'un plan (*Hungry for Success : A Whole School Approach to School Meals in Scotland*) prévoyant l'implantation de normes nutritionnelles quantitatives minimales dans toutes les écoles du pays ainsi qu'un ensemble de mesures permettant de contrôler cette implantation et de favoriser la prise de repas dans les cafétérias scolaires. En France, une loi a été adoptée en août 2004 afin de bannir les machines distributrices des écoles du pays pour les remplacer par des fontaines publiques (Henley, 2005). La même année, au Canada, le Ministère de l'éducation de l'Ontario décidait de conserver les machines distributrices dans les écoles mais d'en réglementer le contenu afin que seules des options santé soient offertes (Ontario Ministry of Education, 2004). En 2005, la Colombie-Britannique et le Nouveau-Brunswick

Dinners, Jamie's Chef, Jamie at Home, Jamie's Ministry of Food, etc.) et livres du chef (*Jamie's Kitchen, Jamie's Dinners, Jamie's Italy, Jamie's Little Book of Big Treats, Cook with Jamie*, etc.)

⁵⁵ Un constat confirmé une année plus tard dans une recherche commandée par le *Department for Education and Skills* et la *Food Standards Agency* (Nelson et al, 2004).

choisissaient quant à elles d'implanter une politique nutritionnelle limitant l'offre de malbouffe dans toutes les écoles de leur territoire. Parallèlement, un peu partout à travers le monde se met en place depuis une dizaine d'années une multitude de projets cherchant à transformer les habitudes des écoliers de communautés locales données (mise sur pied d'ateliers de cuisine ou de visites à la ferme sous l'impulsion d'une association de parents, création de regroupements d'acteurs locaux chargés de fournir des options santé aux écoliers, etc.). En Ontario, par exemple, la *Stratford Northwestern Secondary School* a permis en 2004 l'implantation dans ses locaux d'un café géré par les étudiants eux-mêmes en vue d'offrir des alternatives santé à la cafétéria de l'école (Honey, 2009). Aux États-Unis, la fondation sans but lucratif *William J. Clinton Foundation* s'attaque à l'obésité infantile par le biais de programmes visant à améliorer l'accès et l'éducation à une saine alimentation en milieu scolaire (www.clintonfoundation.org). Et au Québec, pour ne donner qu'un autre exemple, des parents d'élèves d'une école montréalaise se sont regroupés pour créer un organisme sans but lucratif chargé de servir des repas aux élèves et d'animer des ateliers de cuisine-nutrition en milieu scolaire (*Les Ateliers Cinq Épices*, 2009a : « Nos réalisations »). Toutes ces initiatives se redoublent en outre d'un éventail de reportages, d'émissions et de sites Web distribuant les conseils sur la préparation de repas santé à mettre dans la boîte à lunch des jeunes écoliers.

Si la campagne lancée avec *Jamie's School Dinners* ne constitue que l'un des divers lieux par/dans lesquels se déploie depuis peu le problème de l'alimentation des jeunes en milieu scolaire, donc, elle n'en est pas moins régulièrement posée comme principale responsable d'une prise de conscience publique, médiatique et politique de cet enjeu en Grande-Bretagne mais aussi ailleurs dans le monde. Comment expliquer un tel retentissement? J'aimerais suggérer que la spécificité et l'effectivité de cette campagne relèvent en fait de l'articulation dans/par cette dernière de trois discours distincts mais particulièrement prégnants. Plus précisément, la croisade du chef-célébrité me semble

⁵⁶ C'est-à-dire basée sur les groupes alimentaires plutôt que sur une analyse des nutriments contenus dans chaque aliment, approche défendue par des organismes influents tels *The Caroline Walker Trust* (1992).

participer de la redéfinition de l'école comme environnement chargé d'optimiser le potentiel des enfants qui est observable depuis plus d'une quinzaine d'années déjà, mais à partir d'une conception du problème de l'alimentaire mobilisant aussi simultanément les discours et les pratiques, aujourd'hui omniprésents, de lutte à l'obésité et de la culture *foodie*⁵⁷. En vertu de ce positionnement particulier, *Jamie's School Dinners* se distingue d'initiatives analogues tout en mettant en évidence l'existence de différents discours qui, s'ils ne se recoupent pas toujours ni nécessairement, contribuent aujourd'hui à produire une citoyenneté culturelle se déployant notamment par un investissement affectif de l'alimentaire. Ce sont les discours, précisément, qu'articule la campagne – ceux d'optimisation du capital humain des écoliers, de lutte à l'obésité et de la culture *foodie* – qui seront d'abord exposés dans les pages qui suivent. Puis j'illustrerai comment *Jamie's School Dinners* emprunte à la forme du divertissement factuel pour faire la démonstration par l'image et les émotions d'un problème pensé comme celui d'une génération en déficit de culture alimentaire. Finalement, je montrerai que cette démonstration est aussi appel à l'action, un appel à la réforme (culturelle) d'une génération de citoyens en devenir passant par la mobilisation de sujets au double statut de membres de la nation et de parents.

Écoles en santé et optimisation du capital humain

Deux mois seulement après que son gouvernement ait fait l'annonce d'un investissement financier majeur afin de faciliter la mise en marche de la « révolution » lancée par *Jamie's School Dinners*, la secrétaire d'état à l'éducation Ruth Kelly s'adressait aux délégués du plus important syndicat du secteur public britannique (UNISON) rassemblés lors d'une conférence portant précisément sur l'alimentation dans les écoles.

⁵⁷ Un *foodie* se définit de façon générale comme une « personne qui se passionne pour la nourriture et l'art culinaire » (Office québécois de la langue française, 2011). Le terme – que l'Office québécois de la langue française traduit par « amateur de l'alimentaire » – a été utilisé pour la première fois par Paul Levy et Ann Barr au milieu des années 1980 pour gagner en popularité d'années en années et tout particulièrement depuis le tournant des années 2000. Je reviendrai plus loin sur ce mouvement de popularisation de la culture *foodie* – une culture qui est en fait multiple car informée par les pratiques de diverses communautés – de même que sur les discours et les pratiques de lutte à l'obésité.

Rappelant les priorités de son parti – réélu entre temps pour un troisième mandat – en guise de préambule, la secrétaire d'État déclarait alors:

Our agenda is about unlocking potential and opportunity. I want to live in a world where a child's life chances are not predetermined by their parent's background. But we have only just begun. A better start for the poorest children. Higher standards in our toughest schools. More chances for adults to make the most of themselves. But this is not enough. We have got more to do. And one area where this is undoubtedly the case is school meals... improving school meals is a vital part of improving our children's education and life chances. This is my central argument today. (*Guardian*, 2005c : sans pagination).

S'il importe d'intervenir, donc, c'est parce qu'une alimentation de qualité est indispensable à la pleine réalisation du potentiel de chaque enfant – et non parce qu'il serait du devoir des contribuables de fournir à leurs enfants des repas savoureux au plan gustatif, par exemple, ou encore pour adapter l'offre aux préférences des différents groupes ethniques en présence. Cette façon bien particulière de poser le problème des repas consommés par les écoliers fait directement écho à l'un des thèmes chers au Parti Travailleiste depuis son « renouveau » de 1997 : l'action sur le « capital humain ».

De fait, la « troisième voie » (*Third Way*) mise de l'avant par le nouveau *Labour* veut en matière économique substituer l'investissement dans le capital humain au laisser-faire de la droite conservatrice ainsi qu'à la redistribution des richesses prônée par la gauche traditionnelle. Elle propose à cette fin l'édification d'un « état d'investissement social » (*social investment state*) voué à la création d'opportunités éducationnelles et professionnelles auxquelles il reviendrait ensuite à tous les citoyens – et particulièrement aux sans-emploi et aux plus pauvres⁵⁸ – de tirer profit afin de maximiser leurs propres

⁵⁸ Plutôt que de mettre en place des mesures monétaires ciblées pour aider les groupes victimes d'exclusion, la *Third Way* propose d'aider ceux-ci à combler le manque d'investissement dans leur capital humain dont ils seraient en fait victimes; la justice sociale devient dès lors affaire de distribution égale des opportunités de développement plutôt que des ressources. C'est notamment ce que suggère Anthony Giddens, l'un des principaux penseurs de la *Third Way* britannique: « The guideline is that, when possible, investment in human capital should have priority over offering immediate economic support » (2000 : 130).

compétences et savoir-faire (Giddens, 1998). Or cette maximisation, loin de se terminer à l'obtention d'un premier diplôme, implique un travail de capitalisation économique de soi passant par l'acquisition continue de nouvelles compétences permettant à chacun d'optimiser son employabilité (Rose 1999a : 161). Les citoyens sont ainsi invités à se comprendre comme porteurs d'une capacité d'apprentissage qu'il est de leur devoir d'utiliser et de gérer tout au long de leur vie de façon à pouvoir répondre à leurs propres besoins (Simons & Masschelein, 2008 : 53)⁵⁹.

C'est sur la base de cette conception des rôles respectifs de l'état et des citoyens que la *Labour* a choisi de faire de l'éducation sa « priorité numéro un » lors des trois dernières élections, Tony Blair proclamant même sa « passion pour l'éducation » en tant qu'instrument de justice sociale procurant liberté, opportunités et prospérité⁶⁰. Cette passion s'est concrétisée, au lendemain de la victoire écrasante du Parti aux élections de 1997, par la création d'une université destinée à l'éducation permanente des travailleurs (*University for Industry*) mais surtout par une série d'actions dans les écoles primaires du pays (diminution de la taille des classes, introduction de nouvelles normes nationales en matière de littératie et numératie, etc.). Car si le devoir d'apprentissage des citoyens est bien permanent, les années passées à l'école primaire et secondaire sont posées comme absolument centrales au développement subséquent du potentiel de chacun. La rationalité de la *Third Way* – comme, d'ailleurs, un ensemble de pratiques qui sont aussi, aujourd'hui,

⁵⁹ Dans son manifeste de 1997, le Parti déclare par exemple que l'éducation: « has been the Tories' biggest failure. It is Labour's number one priority. It is not just good for the individual. It is an economic necessity for the nation. We will compete successfully on the basis of quality or not at all. And quality comes from developing the potential of all our people. It is the people who are our greatest natural asset. We will ensure they can fulfil their potential. » (Labour Party, 1997 : sans pagination). Il redéploie ainsi à son compte le « soi-entreprise » que la rationalité néolibérale de gouvernement, tel que discuté au chapitre de problématisation, tend à naturaliser. De fait, la *Third Way* s'adresse à un sujet autonome et responsable de s'accomplir par le biais d'investissements calculés dans son propre capital humain. Comme nous le verrons à différents moments de cette thèse, le sujet de la *Third Way* se distingue toutefois de ceux d'autres rationalités de gouvernement de libéralisme avancé sur d'autres points.

⁶⁰ Il déclarait, lors d'un discours prononcé devant l'Université de Birmingham: « If this election is about anything, it should be about education. To those who say where is Labour's passion for social justice, I say education is social justice... Education is liberty. Education is opportunity. Education is the key not just to how we as individuals succeed and prosper, but to the future of this country. » (Judd, 1997 : sans pagination)

axées sur le « capital humain »⁶¹ – conçoit effectivement les enfants comme cible privilégiée de son action car porteurs d'un potentiel *a priori* illimité mais qui pourrait se voir sérieusement hypothéqué si ces sujets encore incapables de se gérer par leurs propres moyens en venaient à faire de mauvais choix. Dans cette perspective, il importe donc d'agir sur leurs milieux de vie, et ce dès le plus jeune âge, afin de créer les conditions nécessaires à l'optimisation de ce potentiel⁶². D'où la multiplication récente des initiatives centrées sur l'enfant en Grande-Bretagne (Dobrowolsky, 2002)⁶³ mais aussi le mouvement de réforme en faveur d'un enseignement « par compétences » observable en plusieurs points du globe (Grande-Bretagne, Québec, France, Belgique, etc.).

Le passage d'une approche axée sur l'acquisition de savoirs à un accent sur la transmission de compétences semble effectivement participer de la redéfinition du sujet en termes de capital humain en ce qu'il s'agit de transmettre aux enfants une maîtrise concrète du processus de mobilisation de leurs propres ressources. La nouvelle mission de l'école est d'user de méthodes participatives afin de cultiver chez les enfants une « capacité à répondre à des exigences complexes et à pouvoir mobiliser et exploiter des ressources psychosociales (dont des savoir-faire et des attitudes) dans un contexte particulier » (OCDE cité dans Rey, 2008 : 1-2). Or, considérant que le capital humain est « indissociable de celui qui le

⁶¹ Au Québec, par exemple, on peut penser à la Fondation Chagnon, qui s'est donné pour mission de prévenir la pauvreté et la maladie en favorisant la réussite éducative des enfants par le biais de programmes permettant le développement optimal de ceux-ci dès leur plus jeune âge (www.fondationchagnon.org). Je reviendrai sur l'exemple de la Fondation Chagnon un peu plus loin.

⁶² Une vision qui s'exprime entre autres par la nouvelle passion déclarée de Tony Blair lors des élections de 2001 : « My passion is to continue the modernisation of Britain in favour of hard-working families, so that all our children, wherever they live, whatever their background, have an equal chance to benefit from the opportunities our country has to offer and to share in its wealth. » (Labour Party, 2001 : 4). Je reviendrai plus loin sur cette conception de l'enfant comme citoyen en devenir que les communautés doivent à la fois protéger et former.

⁶³ Le gouvernement britannique mettait sur pied en 2000 le *Children's Fund*, chargé de fournir des services visant à prévenir la pauvreté chez les enfants à risque d'exclusion sociale. Trois ans plus tard, en réaction à l'onde de choc provoquée par la mort d'une enfant de huit ans aux mains de ses gardiens légaux, le gouvernement lance une vaste consultation intitulée *Every Child Matters* et destinée à mobiliser une palette d'intervenants en vue de « faire plus pour protéger les enfants et s'assurer que chacun réalise son potentiel » (*British Government*, 2003 : 3 ma traduction). De cette consultation sont nés le *Children's Act* (2004) puis le *Children's Plan* (2007) avec, entre temps, la création du poste de *Children's Commissioner for England* (2005) ainsi que du *Department for children, Schools and Families* (2007).

détient » et fait « corps avec le travailleur » (Lazzarato, 2006)⁶⁴, c'est à une prise en charge de leur vie en général plutôt que des seules situations rencontrées en milieu de travail que l'école doit préparer les élèves. Aussi le Fonds des Nations Unies pour l'Enfance (UNICEF), par exemple, considère-t-il l'éducation aux compétences de vie (*life skills*) comme partie intégrante d'une éducation de qualité. L'organisme soutient à cette fin une série d'initiatives un peu partout à travers le monde (Afrique du Sud, États-Unis, Colombie, Arménie, etc.) vouées au développement chez les élèves d'habiletés :

for adaptive and positive behaviour that enable individuals to deal effectively with the demands and challenges of everyday life (WHO definition). In particular, life skills are a group of psychosocial competencies and interpersonal skills that help people make informed decisions, solve problems, think critically and creatively, communicate effectively, build healthy relationships, empathise with others, and cope with and manage their lives in a healthy and productive manner. (World Health Organization, 2003 : 8)

Au premier rang de ces « comportements positifs » figure l'adoption d'habitudes favorisant la santé. Plus exactement, la santé telle que définie par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) – c'est-à-dire comme « bien-être physique, mental et social complet » (ibid. : 8) – tient lieu de condition nécessaire au plein développement du potentiel individuel recherché par l'éducation aux compétences (de vie) en ce qu'elle assure aux citoyens une quête d'apprentissage et d'accomplissement de soi libre de toute entrave physique, mentale ou sociale⁶⁵. Santé et réussite scolaire sont ainsi posées comme

⁶⁴ « Du point de vue du travailleur, le salaire, ce n'est pas le prix de vente de sa force de travail. C'est un revenu. Et un revenu de quoi? De son capital, c'est-à-dire d'un capital humain indissociable de celui qui le détient, d'un capital qui fait corps avec le travailleur. Donc, du point de vue du travailleur, le problème est celui de la croissance, de l'accumulation, de l'amélioration de son capital humain. Former et améliorer le capital, ça veut dire quoi? Ça signifie faire et gérer des investissements en éducation scolaire, en santé, en mobilité, en affects, en relations de toutes sortes (le mariage par exemple), etc. En réalité, il ne s'agit pas ici d'un travailleur dans le sens classique du terme (Marx), puisque le problème est la gestion du temps de la vie d'un individu, et non seulement la gestion de son temps de travail. Cette gestion du temps de la vie s'amorce à partir de la naissance, puisque les performances futures du travailleur dépendent elles aussi de la quantité d'affects qui est donnée par les parents, capitalisée en revenu pour lui ainsi qu'en « revenu psychique » pour les parents. » (Lazzarato, 2006 : sans pagination)

⁶⁵ Une vision que résume bien cet extrait de la mission de la fondation Chagnon, mentionnée un peu plus tôt : « Nous ciblons particulièrement la **réussite éducative** des jeunes Québécois afin qu'ils deviennent des parents autonomes et accomplis, perpétuant au sein de leurs cercles familial et social une culture de réussite personnelle et collective...

indissociables, une corrélation qui justifie l'implantation un peu partout sur la planète de programmes dits «d'écoles en santé»⁶⁶. Promu par des instances internationales telles l'OMS, le concept d'écoles en santé propose de repenser chaque école en tant que communauté locale réunissant divers intervenants (parents, professeurs, directeurs, représentants de la municipalité, élèves, etc.) responsables d'œuvrer à l'adoption par les jeunes de comportements favorables à la santé⁶⁷. Pour ce faire, chaque communauté est invitée à privilégier les initiatives les mieux adaptées à sa situation particulière, pour autant que celles-ci répondent aux objectifs d'un certain nombre de thèmes comprenant entre autres l'alimentation et de l'activité physique⁶⁸.

Nous considérons qu'un environnement où prévalent l'intervention précoce auprès des enfants et le développement de saines habitudes de vie s'avère un pilier essentiel à la **réussite éducative**, au développement et à l'amélioration de la santé de l'individu.» (Fondation Chagnon, 2008 : « Mission en bref de la Fondation », accent original) Il s'agit d'un idéal de la santé qui, comme nous l'avons vu au chapitre de problématisation, participe du « healthism » ambiant sous l'impulsion de la redéfinition du sujet comme capital humain examinée ici mais aussi d'autres discours et pratiques – on peut penser, par exemple, à l'injonction à « être pleinement soi-même » de la psychologie populaire des dernières décennies.

⁶⁶ Par exemple l'*European Network of Health Promoting Schools*, créé en 1992, réunit maintenant 43 pays européens alors que l'*International School Health Network* travaille à la promotion de l'approche au plan international. Au Canada, un Consortium conjoint pour les écoles en santé (CCES) a été créé en 2005 afin de faciliter la concertation des gouvernements provinciaux, territoriaux et fédéral dans la mise en place d'une approche globale de la santé en milieu scolaire. Il justifie son action en ces termes: « La santé et l'éducation sont interdépendantes : les étudiants en santé apprennent mieux et les personnes instruites sont en meilleure santé. Les études ont démontré que l'approche globale de la santé en milieu scolaire est un moyen efficace d'établir cette corrélation qui améliore à la fois la santé et les résultats scolaires, et qui favorise les comportements sains qui durent toute la vie. En salle de classe, l'approche globale de la santé en milieu scolaire permet d'améliorer plus facilement les résultats scolaires et elle peut entraîner une diminution des problèmes de comportement. Dans le milieu scolaire général, elle aide les étudiants à perfectionner les compétences dont ils ont besoin pour mener une vie saine, sur les plans physique et émotionnel. » (2009 : « Qu'est-ce que l'approche globale de la santé en milieu scolaire? »). Je reviendrai sur le lien établi ici entre saines habitudes et réduction des « problèmes de comportement » puisqu'il s'agit d'un argument central au discours de *Jamie's School Dinners*.

⁶⁷ Il s'agit donc d'une approche « écologique » (Gouvernement du Québec, 2005 : 22) ou compréhensive (*whole school approach*) mobilisant une logique d'action sur les environnements (ici scolaires) que Pertersen et Lupton situent au cœur de la « nouvelle santé publique » : « In its focus on moving away from biomedical care and towards a preventive understanding of health states, the new public health has directed much attention to the "environmental" dimensions of health. A concern with "the environment" has become increasingly prominent over the past two decades in most countries. » (Petersen & Lupton, 1996 : 89)

⁶⁸ Le National Healthy Schools Programme instauré par le Parti Travilliste en 1999 afin « d'inculquer aux enfants et aux jeunes les compétences et connaissances nécessaires pour faire des choix santé et de vie éclairés et atteindre leur plein potentiel » (*Department of Health and Department for Children, Schools & Families*, 2009 : « About Healthy Schools ») par exemple, s'organise pour sa part autour de quatre grands thèmes : éducation personnelle, sociale, à la santé et à l'économie; alimentation saine; activité physique; et, finalement, santé et bien-être émotionnel. Le concept d'écoles en santé dépasse donc le seul enjeu alimentaire.

Le développement chez les jeunes de compétences leur permettant de faire des choix éclairés en matière alimentaire constitue effectivement l'un des objectifs prioritaires des écoles en santé, qui y voient l'un des déterminants clé de leur comportement en milieu scolaire et, plus largement, de leur santé à court et à long terme. Création d'une offre alimentaire plus nutritive, intégration de messages nutritionnels et de cours de cuisine pratiques à l'ensemble du curriculum, implantation de normes de qualité minimales pour les repas amenés de la maison ou encore ajout de fontaines d'eau ne sont ainsi que quelques-unes des mesures prônées afin d'aider les élèves à cultiver les compétences alimentaires nécessaires à leur plein accomplissement éducatif et personnel. Et c'est précisément en ce point que se recoupe le vaste discours du capital humain qui tend à gagner en légitimité depuis plusieurs décennies déjà et la campagne de *Jamie's School Dinners*.

Non seulement cette dernière participe-t-elle de l'attention donnée à l'enfant comme citoyen en devenir en se donnant les jeunes écoliers pour objet, mais le choix de situer la série télévisée dans les écoles de quartiers défavorisés vient reproduire la logique travailliste de lutte à la pauvreté par l'éducation. C'est toutefois dans la conception même du problème de l'alimentaire en milieu scolaire qu'elle propose que la campagne vient actualiser et réarticuler le plus nettement le discours des écoles en santé comme éducation aux compétences de vie. La télé-réalité, déjà, laisse clairement entendre qu'il est impératif d'agir afin de modifier les mauvaises habitudes alimentaires des écoliers en raison de l'influence négative de ces dernières sur leur comportement, leur santé et, donc, leur réussite éducative. La chimiste embauchée par Jamie tôt dans le premier épisode afin d'analyser la valeur nutritive des repas servis à la cantine de l'école Kidbrooke, par exemple, en vient à la conclusion que le germe de tous les problèmes pour lesquels les Britanniques paient par le biais de leur système de santé (diabète, etc.) se trouve dans ces menus suffisamment pauvres en fruits, légumes et vitamines pour sérieusement entraver la capacité de concentration des élèves concernés (*Jamie's School Dinners*, 2005a). Même

constat au second épisode, mais cette fois par la positive, lorsqu'un couple du comté défavorisé de Durham avoue après une semaine seulement d'une diète familiale revue et corrigée sous les conseils du chef n'avoir jamais vu ses cinq enfants aussi calmes auparavant. Et un Jamie emballé d'en conclure que « I've always knew that food could change the behavior of kids. But with change this massive, you know, if we can get this school eating right, imagine what a class or the country be like » (*Jamie's School Dinners*, 2005b); une expérience qui s'avère d'ailleurs concluante à l'échelle d'une dizaine d'écoles du comté de Greenwich, où professeurs et employées de cafétéria remarquent un plus grand calme et des crises d'asthme moins nombreuses après un mois seulement de menus « à la Jamie ». Ce lien de cause à effet entre alimentation et comportement en classe se voit, plus globalement, réitéré dans les différents lieux où se déploie le discours de *Jamie's School Dinners*. Dans la brève présentation de la série disponible sur son site, le chef précise par exemple que « What we eat affects everything: our mood, behaviour, health, growth, even our ability to concentrate » (Oliver, sans date-a : « *School Dinners* »). Même message dans le bilan que dressent les médias britanniques après quelques mois ou quelques années de la « réforme Oliver »⁶⁹, dans l'allocution de la secrétaire d'État à l'éducation lors d'une conférence sur les repas scolaires organisée par le plus important syndicat du secteur public britannique⁷⁰ ou encore dans l'énoncé de mission de la fiduciaire mise en place par le

⁶⁹ Un article publié quelques semaines seulement après la télédiffusion de la série, par exemple, s'interroge sur les effets potentiels de la croisade du chef sur la réussite éducative des élèves et conclut, explications d'un diététicien à l'appui, à un impact positif manifeste dans les comportements ainsi que dans les notes obtenues : « the results in the classrooms and playground have been noticed by all staff teaching the 200 children aged four to 11. "Before the children were quite lively, they were quite a trial," she [la directrice d'une école du comté de Greenwich] says diplomatically. "Then suddenly they are getting on in the afternoon and incidents of fighting have gone down... We're giving them the best chance, because if they are cross or agitated they are not ready to absorb new ideas," she says. Figures from the Department for Education and Skills seem to back up the idea that healthy children lead to better educational results.» (Wilkins, 2005 : sans pagination) Un effet qui s'observe aussi dans le long terme si l'on en croit un article publié au début 2009 par le *Telegraph* : « An independent study showed the performance of 11-year-old pupils eating Oliver's meals improved in science and English, while absenteeism due to ill-health fell by 15 per cent... Oliver, who is currently championing the British pork industry, said: "Even while doing the programme we could see the benefits to children's health: it made them calmer and therefore able to learn. The results are fantastic - it's the first time a proper study has been done into the positive effects of the Feed Me Better campaign. It strongly suggests we were right all along." » (Khan, 2009a : sans pagination)

⁷⁰ Ruth Kelley y déclarait (en référence à l'investissement de son gouvernement dans l'amélioration de l'offre alimentaire dans les écoles) : « Children's diet and health can have such an impact on young people's performance in school. Unhealthy habits learnt at an early age can have serious consequences for the rest of their lives... Surely, all

gouvernement Blair dans la foulée de *Jamie's School Dinners* – un énoncé qui condense bien la façon dont le discours ambiant du sujet comme potentiel à développer s'y voit redéployé:

The aims of the Trust are being recognised as increasingly important. There is a body of evidence which links children's diets to their immediate and long-term health, whilst experience from schools suggests that when children eat a balanced diet they find it easier to concentrate in the classroom and their behaviour is significantly improved. Diet is increasingly being seen as central to unlocking the potential of children as well as being critical to their health. Improved nutrition and food habits can play a part in enhancing well-being and emotional welfare, and are an important part of addressing the need to reduce the number of overweight and obese children. Since poorer eating is regularly associated with low income, improving food in schools can help address children's poverty. (School Food Trust, sans date-a: «About the Trust»)

S'il est important de modifier les habitudes alimentaires des écoliers britanniques, donc, c'est en tant qu'elles influent directement sur leur capacité de concentration et d'apprentissage et, conséquemment, sur la réussite scolaire. Mais comme l'extrait précédent le signale, un second argument est aussi simultanément invoqué afin de légitimer le projet de réforme du chef : la nécessité d'agir pour renverser la tendance grandissante au surpoids infantile. Non seulement la dépendance à la malbouffe des écoliers nuit-elle à leur réussite académique et personnelle mais elle contribue en outre à la propagation de l'« épidémie mondiale d'obésité » diagnostiquée dès 1998 par l'OMS⁷¹. Et c'est la réunion de ces deux éléments qui fait de l'alimentation en milieu scolaire un réel problème d'ordre national, comme le précisait un éditorial du *Guardian* consacré à « l'effet Oliver » peu après la première de la télé-réalité :

other things being equal, a child that has a balanced diet, drinks plenty of water and exercises regularly will show better behaviour, better concentration and better attainment...» (*The Guardian*, 2005c : sans pagination)

⁷¹ « Une véritable épidémie d'excès de poids et d'obésité se répand dans de nombreux pays du monde et si rien n'est fait maintenant pour endiguer cette pandémie, des millions de personnes souffriront de maladies non transmissibles et d'autres pathologies. » (WHO, 1998). Il est intéressant de remarquer que cette utilisation d'un vocabulaire médical fait de l'obésité la « première épidémie mondiale non infectieuse » (Ascher, 2005 : 187-188) menaçant tous et chacun de contagion non pas biologique mais bien sociale (Landry, 2007).

The chef Jamie Oliver deserves everyone's thanks for singlemindedly tackling a problem that politicians have ignored for too long: the disgraceful quality of the country's fat-ridden, salt-sodden school meals. This is a national problem for two reasons. First, more nutritious food would lead to better-behaved pupils, more willing to learn, as a recent report by Business in the Community and the Soil Association found. Second, if nothing is done, not only will educational standards fall, but the health service could be burdened with the cost of an increasingly obese nation. If present trends continue, the younger generation could, for the first time, have a shorter lifespan than their parents. (*Guardian*, 2005b)

Le problème de la diète des écoliers s'inscrit ainsi au carrefour de deux discours distincts mais contribuant chacun à leur façon à faire aujourd'hui de l'alimentation quelque chose qui importe pour la nation : le capital humain comme objet de gouvernement, discours que nous venons de survoler, et celui, plus récent, tendant à faire du surpoids un « thème majeur » (Ascher, 2005 : 174) des politiques sanitaires tant nationales qu'internationales.

Le coût d'une nation en surplus de poids

Des conceptions essentiellement individualisantes de l'obésité – considérée en tant que condition médicale observable chez un patient donné ou, alternativement, comme imperfection physique dénotant un manque de contrôle de soi du sujet (Biltekoff, 2006 : 183-184; Ascher, 2005 : 161) – ont, pendant des décennies, tendu à en fixer la « vérité ». Or, une nouvelle voix s'est imposée aux côtés de celles-ci dans la dernière décennie, celle de la santé publique. Répondant au cri d'alarme lancé par l'OMS, les instances de santé publique de différents pays se sont effectivement saisies du problème d'une obésité et, plus largement, d'un surpoids recadré comme menace à la santé nationale nécessitant une prise en charge collective immédiate⁷². Témoigne de cette urgence la publication, par les

⁷² Cette redéfinition du surpoids en tant qu'enjeu collectif plutôt que strictement individuel est nécessaire afin de légitimer sa prise en charge par la santé publique en tant que champ d'expertise voué à la santé des populations. Or de l'aveu même d'experts du domaine tels que les membres du Groupe de travail provincial sur la problématique du poids (GTPPP) québécois, un tel recadrage demande un effort actif de changement des perceptions : « Avant tout, le

gouvernements de la plupart des pays occidentaux, de plans nationaux de lutte au surpoids⁷³ axés sur la création d’environnements facilitant les « bons » choix en matière de gestion du poids. De fait, si la santé publique s’intéresse au problème du poids au niveau de ses effets d’ensemble – et à partir d’une conception éminemment économique de celui-ci, comme nous le verrons sous peu – les solutions prônées présupposent une population composée de sujets autonomes et responsables de leur propre gouvernement. Il s’agit donc d’intervenir sur l’ensemble de la population mais de façon à atteindre chacun dans la singularité de ses choix comportementaux par la création d’environnements facilitant certains choix plutôt que d’autres (mise sur pied de zones sans malbouffe, construction de couloirs cyclables, etc.). La lutte au surpoids déploie ainsi une conception de l’action étatique qui recoupe largement celle que convoquent les pratiques d’optimisation du capital humain abordées dans la première section de ce chapitre. Comme pour la pauvreté, l’objectif est ici préventif plutôt que curatif; on ne cherche pas à intervenir auprès du seul groupe des gens déjà en surpoids mais bien à éviter toute prise de poids chez l’ensemble des membres de la population. Comme l’explique le Groupe de travail provincial sur la problématique du poids (GTPPP) du Québec : « Avec de bonnes approches, il est possible d’aider certaines personnes à perdre une quantité modérée de poids. Cependant, de façon générale, il est reconnu que le surplus de poids, une fois installé, est très difficile à perdre de façon permanente. C’est pourquoi le GTPPP a un penchant pour la prévention. » (2005 : avant propos). Il importe donc d’agir le plus tôt possible au cours du développement de la

problème doit être reconnu par une majorité de personnes. La compréhension des causes du problème doit être acquise : par exemple, la population doit saisir que le problème n’est pas tant de nature individuelle mais plutôt collective sans que les mesures de nature sociétale ne pourront être implantées faute d’appui. Or, bien que les résultats au sondage effectué au début de 2005 par le GTPPP indiquent clairement que la population québécoise saisit l’importance du problème, elle le perçoit surtout comme un enjeu individuel. Un travail important de recadrage du problème doit être réalisé le plus rapidement possible. » (GTPPP, 2005 : 52).

⁷³ En Australie, par exemple, le *National Health and Medical Research Council* publiait en 1997 un rapport intitulé *Acting on Australia’s weight: A strategic plan for the prevention of overweight and obesity*. La France et les États-Unis emboîtaient le pas quelques années plus tard avec la publication, respectivement, de *Pour une politique nutritionnelle de santé publique en France : enjeux et recommandations* (2000) et *The Surgeon General’s call to action to prevent and decrease overweight and obesity* (2001). Le Québec et la Grande-Bretagne se sont eux aussi dotés de plans, comme nous le verrons sous peu.

personne, les jeunes en surpoids ayant toutes les chances de voir leur situation se dégrader encore davantage à l'âge adulte.

Aussi le premier ministre britannique précise-t-il en préambule du plan de lutte au surpoids adopté par son gouvernement en 2008⁷⁴ que :

There should be no doubt that maintaining a healthy weight must be the responsibility of individuals first - it is not the role of Government to tell people how to live their lives and nor would this work... The responsibility of Government, and wider society, is to make sure that individuals and families have access to the opportunities they want and the information they need in order to make healthy choices and exercise greater control over their health and their lives... We must do nothing less than transform the environment in which we all live. We must increase the opportunities we all have to make healthy choices around the exercise we take and the food we eat. (Department of Health, 2008 : iii-iv)

De la même façon, au Québec, le Plan d'action gouvernemental de promotion de saines habitudes de vie et de prévention des problèmes liés au poids (2006-2012) vise officiellement à « améliorer la qualité de vie des Québécoises et des Québécois en leur permettant de vivre dans des environnements qui favorisent l'adoption et le maintien de saines habitudes de vie, un mode de vie physiquement actif et une saine alimentation. » (Ministère de la santé et des services sociaux du Québec, 2006 : 14)⁷⁵. La lutte au surplus

⁷⁴ Ce plan s'inscrit dans une série de mesures dont certaines précèdent la télédiffusion de *Jamie's School Dinners*. Le gouvernement faisait notamment de la réduction de l'obésité l'une de ses priorités dans *Choosing Health: Making Healthy Choices Easier* (Department of Health - UK, 2004) avant de se doter en 2005 d'un programme (le *National Child Measurement Programme*) de mesure du poids et de la taille des élèves au moment de leur entrée et de leur sortie de l'école primaire. Il créait deux ans plus tard le *National Obesity Observatory* (www.noo.org.uk).

⁷⁵ Il prend pour ce faire appui sur différents rapports publiés dans les quelques années précédentes, dans et par lesquels la lutte au surpoids de la santé publique est posée comme création d'environnements venant minimiser une série de risques situés dans la relation établie entre les membres de la population et leurs environnements (Vigneault, 2009). Les auteurs du plan disent s'être inspirés tout particulièrement du *Rapport Perrault* (2005) ainsi que de l'appel à l'action lancé par le GTPPP (2005) – seconde publication du groupe après un appel à la mobilisation lancé deux ans plus tôt (GTPPP, 2003). Le premier est issu du processus de consultation de la population que le gouvernement du Québec a entrepris à l'automne 2004 (le Forum des générations) afin de déterminer les orientations à prendre face aux deux grands « défis » que constituent l'état des finances publiques et le déclin démographique. De ces consultations est née, en décembre 2004, l'Équipe de travail pour mobiliser les efforts en prévention qui, avec le Rapport Perrault, fait une synthèse de ses travaux sur la question des habitudes de vie et, plus particulièrement, des problèmes de poids chez les jeunes. *Les problèmes reliés au poids au Québec : un appel à l'action* (2005) présente quant à lui un plan d'action détaillé et impliquant tous les secteurs de la société. Ce document semble d'autant

de poids mobilise ici une logique (de soutien au développement d'habitudes de vie saines) et des enjeux (alimentation et activité physique) qui ne sont pas sans rappeler ceux sous-jacents au concept d'école en santé. D'où la possibilité pour *Jamie's School Dinners* de prendre appui simultanément sur ces deux discours afin de justifier la réforme proposée, consacrant une section du site de la télé-réalité à la présentation de « killer facts » sur le surpoids et mobilisant conjointement les deux types d'arguments dans le manifeste du chef. Ce dernier défend la nécessité de mesures d'éducation des parents en se référant à la fois à l'obésité et au problème de la réussite scolaire : « As well as the frightening rise in obesity there's a growing number of kids, no matter what shape or size that simply aren't getting fed enough nutrients like iron calcium and vitamins. It's having a huge effect on their brainpower, behaviour and ability to concentrate and learn at school. » (Oliver, 2006 : 2) Il motive par ailleurs sa demande d'un engagement financier étatique sur dix ans dans une campagne de sensibilisation (et de « peur » si nécessaire) auprès du public en alléguant que « With obesity costing the NHS more than smoking, it seems logical that a similar campaign should be appropriate » (ibid. : 1). Le même rapprochement se trouve d'ailleurs au cœur de l'approche École en santé telle qu'elle se déploie au Québec depuis décembre 2003, l'augmentation de la prévalence des problèmes de poids chez les jeunes se trouvant au premier rang des facteurs invoqués afin de faire de la promotion des saines habitudes de vie chez les jeunes d'âge scolaire un impératif (cf. INSPQ, 2008 : 1). Par le biais de cette rencontre, l'alimentation ainsi que l'activité physique importent doublement – davantage donc que les autres « déterminants » (Hamel, Blanchet & Martin, 2001) ou « facteurs clé » (INSPQ, 2008 : 13) que les communautés scolaires sont chargées de cultiver – à titre de pré-requis au plein développement du potentiel de chaque élève mais aussi comme mode d'action sur la matérialité des corps permettant de prévenir un ensemble de maladies chroniques chez les adultes de demain.

significatif que le GTPPP est le seul organisme québécois autonome regroupant une gamme de contributeurs de professions et d'affiliations institutionnelles à ce point diversifiées – diététistes-nutritionnistes, professeures et chercheuses rattachées à des organismes tels Kino-Québec, la Fondation des maladies du cœur, le département de kinésiologie de l'Université de Montréal, l'Institut national de santé publique du Québec, la Chaire de recherche Merck Frosst-IRSC sur l'obésité de l'Université Laval, ÉquiLibre groupe d'action sur le poids.

Car s'il est impératif, selon la santé publique, d'agir pour prévenir la prise de poids c'est d'abord parce que toute surcharge pondérale représente un facteur de risque dans l'apparition d'une gamme de maladies chroniques. Aussi le comité sur la santé de la chambre des communes britannique souligne-t-il dès le second paragraphe d'introduction de son rapport de 2004 que l'obésité: « is associated with many health problems including coronary heart disease, diabetes, kidney failure, osteoarthritis, back pain and psychological damage. The strong association between obesity and cancer has only recently come to light. » (Great Britain Parliament House of Commons Health Committee, 2004 : sans pagination). De la même façon, le rapport Perrault annonce une « crise de santé publique à laquelle il est urgent de répondre » puisque :

Les études démontrent que les jeunes (de 30 à 50 % des enfants de 7 ans et de 50 à 70 % de adolescents de 9, 13 et 16 ans) qui présentent de l'embonpoint ou un problème d'obésité tendent à devenir des adultes obèses. Non seulement ils risquent davantage de développer des problèmes de santé comme les maladies cardiovasculaires, le diabète et l'ostéoporose, mais ils développeront ces problèmes plus tôt au cours de leur vie... Dans une perspective économique, cette voie est loin d'être prometteuse, car le système de santé actuel arriverait difficilement à soutenir le fardeau que représente une génération en mauvaise santé. (2005 : 26)

Non seulement un lien entre surpoids et maladies chroniques est-il établi mais celui-ci se voit posé, à l'échelle de la population, comme une menace sérieuse à la santé économique des pays concernés (GTPPP, 2003; Department of Health-UK, 2008):

L'excès de poids, en particulier lorsque l'accumulation de la graisse se situe à l'abdomen, constitue un facteur de risque de plusieurs maladies chroniques comme le diabète, les maladies cardiovasculaires et les maladies respiratoires. Certains pays, notamment la Grande-Bretagne et les États-Unis, ont déjà admis que si rien n'est fait, les conséquences des maladies chroniques mettront les gouvernements en faillite. C'est que contrairement à d'autres problèmes de santé, par exemple le tabagisme, les maladies chroniques ne font pas mourir à court terme. Elles engendrent des besoins en suivi médical, en médicaments et en traitements coûteux et récurrents, et cela pour de nombreuses années. (GTPPP, 2005 : 7)

L'obésité fait problème en tant qu'elle peut causer des invalidités partielles signifiant à la fois un manque à produire des travailleurs concernés mais aussi et surtout une charge financière insupportable pour les systèmes de santé (Ascher, 2005 : 174)⁷⁶. La santé publique opère donc en prenant appui sur un discours médical et une logique de « données probantes »⁷⁷ de façon à « transforme[r] la maladie en problèmes économiques et politiques dont la résolution passe par des mesures de contrôle et d'intervention collective.» (Massé, 1999 : 159) Ce repositionnement, à l'instar du discours du capital humain de la *Third Way* britannique, permet de poser les habitudes alimentaires des membres de la population comme enjeu économique d'importance nationale. Par ce mouvement seul un ensemble de pratiques relevant jusque-là du privé peut-il devenir objet légitime d'intervention à l'intérieur de régimes de gouvernement de libéralisme avancé pensant la santé de la population en termes d'abord économiques ou moraux (Rose 2001 : 30).

En empruntant à la fois au discours de lutte au surpoids de la santé publique et à celui des écoles en santé comme optimisation du potentiel des élèves dans la conception du problème de l'alimentation en milieu scolaire qu'elle propose, la campagne *Jamie's School Dinners* en fait elle aussi un enjeu d'ordre économique. Ce sont les politiques de déréglementation des services alimentaires scolaires mises en place par les Conservateurs au début des années 1980 qui sont pointées du doigt dans la télé-réalité de même que dans les médias afin d'expliquer la piètre qualité de la nourriture servie aux écoliers du pays. Le chef, par exemple, profite du trajet qui le mène à Kidbrooke pour sa première journée de travail en cantine pour expliquer aux téléspectateurs que:

⁷⁶ Si ce manque à produire est discuté surtout en termes d'absentéisme au travail pour cause de maladie, certains y voient aussi une perte économique en ce que l'obésité ferait obstacle au plein développement du potentiel professionnel des personnes concernées : « les personnes obèses peuvent également faire l'objet de discrimination dans les établissements d'enseignement, les milieux de travail et les cabinets des professionnels de la santé. Cette situation peut même réduire leur accès à une meilleure situation sociale. » (Direction de la santé publique, 2005 : 17) On reconnaît ici le discours du capital humain dépeint à la section précédente.

⁷⁷ Voir l'analyse de Patrick Fafard (2008) pour discussion de la place des « données probantes » – en tant que mode de mise en visibilité de certaines « réalités » par lequel ces dernières sont produites comme mesurables – en santé publique.

Twenty years ago, the government gave up responsibilities for the nutrition and kind of dealings of school dinners. Right? And basically what has happened is in the last twenty years, the food has just gone down and down and down to what we have now, which is basically an absolute shit food. (Jamie's School Dinners, 2005a)

Cet « abandon » est marqué par l'adoption par les Conservateurs après près de 40 années de contrôle centralisé de l'offre alimentaire scolaire de l'*Education Act* de 1980, les autorités locales se voyant alors relevées de l'obligation de fournir à tous les élèves un repas de qualité déterminée et à un prix fixe et donc libres de déterminer leur propre politique locale en la matière (Soil Association, 2003 : 36). Puis, en 1988, le *Local government Act* vient obliger les autorités locales à retenir comme fournisseur alimentaire l'entreprise offrant la « meilleure valeur » (politique de la *Best value*) à l'issue d'un processus d'appel d'offres ne faisant mention d'aucuns critères nutritionnels minimaux. Le résultat ?

School meals that had been a "health and welfare service" introduced in 1944 with the rest of the welfare state were rapidly reduced to a money-making exercise dishing up deracinated fast food laden with fats, sugars and processed starches held together with a cocktail of cosmetic chemical additives. (Lawrence & Pidd, 2005 : sans pagination)

Cet exercice de recherche de profits maximaux se traduit par l'obligation pour les responsables de cantines scolaires de limiter leurs dépenses en moyenne à 37 *pence* (soit environ 0,60\$ canadiens) par assiette servie aux élèves – un montant répété et décrié au point de devenir l'un des symboles forts de la campagne, comme en témoigne l'appropriation de tee-shirts portant le slogan « 37p » (McLean & Stahl, 2007 : sans pagination). Pendant que certains chroniqueurs se scandalisent devant ce montant deux fois moindre que celui consacré aux repas des prisonniers⁷⁸, le récit télévisé des difficultés quasi-insurmontables

⁷⁸ « Although pupils typically pay about £1.60 for their school dinner, the average amount actually spent on ingredients is just 35p. Some schools spend as little as 30p. A rough calculation of comparisons shows how much we value our children. Army dogs have more spent on their dinners than that. A soldier gets 54p worth of lunch. A prisoner 74p

rencontrées par Jamie afin de respecter ce budget vient faire la démonstration de son ridicule⁷⁹. Aussi lance-t-il, en parallèle à ses efforts pour créer des menus à moins de 37 *pence*, la campagne «Half a Quid a Kid» (une demi livre sterling par enfant) (Crace, 2005 : sans pagination) en faveur d'un réinvestissement dans l'offre alimentaire scolaire, demande à laquelle le gouvernement répond favorablement en 2005 puis à nouveau en 2006 par la bouche même d'un Tony Blair rencontré dans les dernières scènes de *Return to School Dinners*.

La piètre qualité des repas servis aux élèves britanniques s'expliquerait donc, du moins en partie, par le désengagement économique d'un gouvernement abandonnant ce service aux seules lois du marché. On pourrait s'attendre, dans ce cadre, à ce que les solutions proposées par/dans *Jamie's School Dinners* passent essentiellement par une gamme de mesures d'ordre économique (subventions aux cantines scolaires, instauration d'une taxe spéciale, etc.). Or, la campagne «Half a Quid a Kid» ne constitue dans les faits que l'une des avenues de changement proposées, le manifeste du chef faisant notamment une place tout aussi importante à l'introduction, dès le primaire, de cours obligatoires d'éducation aux «compétences de vie» alimentaires (connaissance des aliments, respect du budget alimentaire, préparation de repas santé) de même qu'à la sensibilisation des parents à l'influence d'une diète équilibrée sur l'avenir de leurs enfants ou encore à la

worth. » (Lawrence & Pidd, 2005 : sans pagination). La même comparaison apparaissait dans le rapport produit deux ans plus tôt par la *Soil Association* (2003).

⁷⁹ Comme le rapporte Crace : « for a long time Oliver was unable to bring his meals in on the budget of 37p per head - the LEA's designated set price. "It drove me fucking nuts," Oliver continues. "I spent weeks and weeks arguing and fretting over pennies. You'd be amazed at what a difference so little can make." » (2005: sans pagination). La télé-réalité laisse globalement une large place à la dimension « budgétaire » de la mission de Jamie, qui veut cuisiner pour 37 *pence* de façon à montrer qu'il est possible pour les cantines d'offrir des menus santé tout en restant compétitives. Dans les premières minutes de la série, par exemple, le narrateur qui présente l'école Kidbrooke souligne qu'on y cuisine pour 37 *pence* puis on nous montre Jamie dans la cuisine de son restaurant *Fifteen* demandant à ses aides ce qu'ils cuisineraient pour ce montant. Un peu plus tard, après une journée de travail à la cantine, le chef se rend dans ses bureaux afin de créer des recettes à moins de 37 *pence* mais finit par perdre patience devant la complexité de la tâche. Sa « révolution » entière est d'ailleurs suspendue à un moment de la télé-réalité en raison de dépassement de coûts rapportés au conseil scolaire du comté par les personnes en charge de vérifier les comptes du chef.

transformation des écoles en « zones sans malbouffe » (Oliver, 2006)⁸⁰. Car le problème des habitudes alimentaires des écoliers tel que déployé dans/par ce discours ne se résume pas à une offre alimentaire nocive mais est aussi à comprendre en termes (d'un déficit) de *culture alimentaire*. Loin de se plaindre du menu quotidien de pommes de terre frites et *Turkey Twizzlers*⁸¹ leur étant offert, les jeunes rencontrés par Jamie sont hautement friands de la malbouffe qui leur est servie. S'il importe d'infléchir cette habitude afin d'assurer l'avenir économique de la nation par l'optimisation du capital humain et du poids des adultes de demain, donc, l'objectif en question ne pourra être atteint qu'en dotant les écoliers d'une culture alimentaire leur faisant actuellement défaut. L'enjeu des habitudes des jeunes se voit ainsi posé au croisement d'un troisième discours, tout aussi déterminant du champ de l'alimentaire tel qu'il se déploie aujourd'hui que ne le sont les deux survolés précédemment: l'appel *foodie* à un investissement affectif de l'alimentaire.

Culture *foodie* et investissement affectif de l'alimentaire

Le chef-célébrité sort de ses cuisines

Rares sans doute ont été les téléspectateurs surpris, en Grande-Bretagne comme ailleurs, du titre plutôt intimiste donné à l'une des nouveautés de 2005, *Jamie's School Dinners* : non seulement avaient-ils déjà eu droit à une première série (*Jamie's Kitchen*) ainsi qu'à deux livres (*Jamie's Kitchen* et *Jamie's Dinners*) aux intitulés similaires mais le « Jamie » en question leur était familier depuis des années, la célébrité du jeune chef étant

⁸⁰ L'un des commentaires laissés sur le blogue de *Ministry of Food*, la série suivant *Jamie's School Dinners*, me semble illustrer de façon particulièrement claire cette disqualification des contraintes économiques comme limitation à la capacité des familles de bien se nourrir : « I think these people in the show the other night are the sort that just don't appreciate good food. The money excuse is rubbish. Me and my wife both have full time jobs earning decent wages, but there is no way I could afford 10 takeaways a week. And how could you eat that instead of those meatballs that they were doing. It's just that they can't be bothered. Fine if it's just them but they are ruining their kids health too. » (*JamieOliver.com*, 2008: "Forum: Foundation")

⁸¹ Les *Turkey Twizzlers*, spirales de viande de dinde mécaniquement reconstituée renfermant plus de 20% de gras une fois cuites, sont devenus l'emblème même du problème de l'alimentation en milieu scolaire à la suite de la campagne *Jamie's School Dinners*. Alors que plusieurs écoles ont choisi de bannir les *Twizzlers* de leur menu dans les semaines

alors déjà largement suffisante pour qu'on le reconnaisse à son seul prénom. Cette familiarité constitue d'ailleurs la marque de commerce d'un Jamie Oliver se démarquant depuis ses tous débuts par un style décontracté et plus proche de la classe populaire que de celle, plus aisée, de laquelle sont issus la plupart de ses collègues⁸². Aussi sa première télésérie – intitulée *The Naked Chef* (1999) en référence, selon les producteurs, à la simplicité des mets proposés mais aussi, on peut le penser, en allusion aux charmes du personnage – nous présente-t-elle un jeune chef enchaînant folles escapades en scouter et soupers avec ses nombreux amis, le tout ponctué de quelques mauvais mots prononcés sur un accent *cockney* et une trame sonore plutôt rock-and-roll (BBC, sans date). Ce style accessible et non conventionnel fait immédiatement mouche⁸³, la série et le livre qui l'accompagne s'attirant les faveurs d'un public large et diversifié qui accompagnera le « chef nu » au fil des séries et des livres *Return of the Naked Chef* (2000) puis *Happy Days with the Naked Chef* (2001). Les virées solitaires en scouter s'effacent graduellement pour faire place à des scènes centrées sur la vie domestique de Jamie et de sa future femme avec, au final, un *Happy Days* faisant notamment l'éloge de valeurs familiales traditionnelles (McLean & Stahl, 2007 : 1).

La formule se voit parallèlement copiée dans une série de messages publicitaires réalisée pour le compte de la chaîne de supermarchés britannique *Sainsbury's*, entreprise à laquelle Jamie est étroitement associé depuis la signature en 2000 du premier d'une série de (très lucratifs) contrats publicitaires. Aux yeux de plusieurs, c'est sa personnalité et son mode de vie entiers qu'il vend ainsi à la chaîne, une décision qui lui attirera les critiques

suivant la diffusion de la télé-réalité, les ventes du produit ont plutôt explosé à travers l'ensemble du pays (Thompson & Care, 2005).

⁸² Cette familiarité le distinguerait notamment, selon certains chroniqueurs, des chefs-célébrités britanniques Nigella Lawson, Gordon Ramsay et Hugh C. E. Fearnley-Whittingstall : « Of course, there are plenty of people who've had their fill of the young master already, or think that he's had far too much attention and made far too much money. I do not belong to that crowd. I'm not saying that he can walk on water, although his Christmas series was worth all the Nigellas and Gordons and Hughs put together. It's just that he represents something unusual in the British food writing universe – he isn't middle class, he didn't go to university and he doesn't treat food as the exclusive province of the well educated and well heeled. » (Fort, 2009)

des médias et d'une large part de la population (Sawyer, 2002). Plus généralement, l'omniprésence du chef agace et, vers 2002, fait sérieusement chuter sa popularité⁸⁴. D'où l'à-propos de sa « réinvention », par le biais de *Jamie's Kitchen*, en tant que « visionnaire avec une conscience sociale » (Hattenston, 2005)⁸⁵. Télédiffusé en 2002 sur *Channel 4*, ce documentaire en cinq épisodes met effectivement en scène une aventure d'un tout nouveau genre, plus près de l'intervention sociale que de la traditionnelle émission culinaire. On y voit un Jamie recrutant quinze jeunes sans abris et/ou sans emploi afin de les former pendant neuf mois au métier de chef, les « diplômés » se voyant au final offrir un emploi au sein d'un tout nouveau restaurant (le *Fifteen*) créé par le chef précisément à cette fin. Avec leurs scènes hautes en émotions – déboires et confrontations en cuisine se conjuguant au suspense des conséquences potentielles de l'aventure sur les finances et le mariage de Jamie (Hattenstone, 2005) –, la série ainsi que les deux épisodes de *Return to Jamie's Kitchen*⁸⁶ (2003) sont un franc succès de cotes d'écoute. En outre, *Jamie's Kitchen* a un retentissement suffisant pour faire du *Fifteen* lui-même un projet rentable et ainsi permettre à la fondation sans but lucratif qui le gère (la *Jamie Oliver Foundation*) de répéter

⁸³ Non conventionnel en regard à la majorité des chefs-célébrités contemporains mais tout de même pas unique, le succès d'Emeril Lagasse en tant que présentateur vedette au *Food Network*, par exemple, s'expliquant en grande partie par l'adoption d'une approche très similaire (vocabulaire simple, ton plutôt informel, etc.) (Adema, 2000 : 116)

⁸⁴ Non seulement est-il la vedette de séries télévisées et de livres mais pas une semaine ne passe sans qu'il apparaisse dans une publicité télévisée ou radiophonique de *Sainsbury's*, en plus d'être présent en différents points des supermarchés eux-mêmes par le biais de fiches recettes, etc. Pour la BBC, télédiffuseur public britannique qui l'a « découvert » et produit ses trois premières séries, cette association très étroite avec *Sainsbury's* pose suffisamment problème en 2002 pour rompre ses propres liens d'affaires avec le chef (Deans, 2002). Ce rôle d'ambassadeur du supermarché lui a en outre valu le blâme de certains collègues et une véritable petite guerre médiatique avec Clarissa Dickson Wright – coanimatrice de l'émission culinaire *Two Fat Ladies*, très populaire lors de sa télédiffusion sur la BBC de 1996 à 1999. Cette dernière l'a accusé en 2004 de se comporter en « putain » en vendant son âme à *Sainsbury's* (Bloomfield & Carrell, 2004) puis s'est faite critique d'un *Jamie's School Dinners* n'ayant réussi, selon elle, qu'à obliger un plus grand nombre d'écoles à fermer leur cafétéria – ce à quoi non seulement le chef mais aussi sa mère ont répondu par médias interposés (Koster, 2008). Les hostilités continuent depuis, Wright ayant par exemple qualifié en 2008 les restaurants de Jamie de « ternes » et de risqués en termes d'empoisonnement alimentaire (Koster, 2008).

⁸⁵ Hollows et Jones (2010) retracent cette réinvention qu'ils considèrent comme un passage du statut d'expert du mode de vie (*lifestyle expert*) à celui d'entrepreneur moral. Les auteurs s'intéressent plus particulièrement au rôle de la série qui a suivi *Jamie's School Dinners* (*Jamie's Ministry of Food*) dans la légitimation de ce nouveau rôle mais leur analyse soulève certains enjeux (importance d'un retour des Britanniques à leurs fourneaux, diagnostic d'une coupure dans la transmission intergénérationnelle d'une certaine culture alimentaire, discours participant d'une anxiété ambiante quant à la supposée crise traversée par la nation) qui sont aussi présents dans la campagne qui m'intéresse, comme nous le verrons.

⁸⁶ Retour, comme le nom l'indique, sur le projet après un an d'opération du *Fifteen* – une formule reprise trois ans plus tard dans *Jamie's Return to School Dinners*.

l'expérience, hors d'ondes, d'année en année tout en présidant à la création du *Fifteen Amsterdam* (2004), du *Fifteen Cornwall* (2006) puis du *Fifteen Melbourne* (2006)⁸⁷.

Le regain de popularité généré par cette « réinvention » de Jamie en tant que « chef-intervenant social »⁸⁸ n'est sans doute pas étranger à sa décision de s'investir quelques années plus tard dans la cause de l'alimentation en milieu scolaire à partir d'une formule assez similaire à la première⁸⁹. L'expérience réussissant, comme on le sait, encore une fois prodigieusement bien à la carrière du chef, celui-ci poursuit essentiellement dans la même veine depuis avec la série *Jamie's Ministry of Food* (2008)⁹⁰, deux émissions spéciales

⁸⁷ Une série intitulée *Jamie's Kitchen Australia* a été produite lors de l'ouverture de ce dernier, la formule étant alors sensiblement la même mais sans la présence continue de Jamie lui-même. En 2007, une nouvelle étape dans l'exploitation télévisuelle de ce projet est franchie par le biais de *Jamie's Chef*, une compétition entre diplômés de *Fifteen* avec, à la clé, l'opportunité pour le gagnant de diriger son propre restaurant.

⁸⁸ Si Jamie est sans contredit l'un des exemples les mieux connus de cette nouvelle espèce, il n'est certainement pas le seul chef-vedette à avoir fait le pari de l'implication sociale. Le très populaire Ricardo Larrivée, par exemple, a été surnommé « le Jamie Oliver québécois » par l'*Edmonton Journal* en raison de son implication dans La Tablee des Chefs (www.tableedeschefs.org), organisme sans but lucratif fondé en 2002 afin de permettre aux chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec de travailler à la distribution de repas et l'éducation culinaire d'adolescents de quartiers défavorisés (Barlow, 2009; Desroches, 2009). Plus récemment, le chef du *Food Network* canadien David Rocco s'est associé au projet pilote *Eating well looks good on you* du gouvernement ontarien.

(www.edu.gov.on.ca/eng/healthyschools/eatingwell.html). Il enseignera à des groupes d'élèves de quatre écoles de la province certaines recettes, créées spécialement pour l'occasion par le chef, de façon à ce que ceux-ci puissent ensuite réaliser les recettes pour leurs collègues.

⁸⁹ C'est-à-dire la production d'une série télévisée au titre intimiste et situant au point de jonction du feuilleton documentaire et de l'expérimentation sociale visant un changement social concret (je reviendrai sur les effets propres à ce format dans le cas de *Jamie's School Dinners*), la publication concomitante d'un livre puis la diffusion d'une brève série faisant un retour sur l'expérience un an plus tard.

⁹⁰ La série cherche à encourager l'ensemble de la population britannique à retourner à ses fourneaux en faisant la démonstration qu'il est possible pour tout le monde d'apprendre à cuisiner. Pour ce faire, Jamie se donne pour mission d'enseigner les rudiments de la cuisine à un groupe de résidents totalement inexpérimentés de Rotherdam – ville rendue tristement célèbre par le système de distribution de malbouffe à travers les grillages de cours d'école mis en place par certaines mères en réaction à la campagne *School Dinners* (*The Star*, 2006) – de façon à ce que ceux-ci transmettent ensuite leurs nouvelles connaissances à leur famille et amis, l'objectif étant de lancer un mouvement à l'échelle de la nation entière. La série s'accompagne encore une fois de la publication d'un livre mais aussi d'une gamme d'initiatives plus larges : campagne *Pass it on* invitant tous et chacun à initier au moins deux personnes à la préparation d'un met qu'ils maîtrisent eux-mêmes, création d'un site (www.jamiesministryoffood.com) listant les instruments et aliments essentiels à toute cuisine et proposant une série de vidéos dans lesquels Jamie montre chacune des étapes de la confection de mets simples, manifeste en faveur notamment de la création de *Food Centres* sur le modèle de celui créé par Jamie à Rotherdam (puis à Bradford et Leeds, parallèlement au lancement d'un *Food Centre* mobile dans les environs de Newcastle) dans chaque ville du pays et pour un programme national de subventions aux cours de cuisine pour adultes. Le projet est présenté par le chef comme le prolongement de *Jamie's School Dinners* – campagne ayant démontré le rôle central des parents dans l'alimentation de la famille et qui représente elle-même une réponse au constat, tiré de *Jamie's Kitchen*, de l'absence de mécanismes assurant la transmission de connaissances alimentaires aux jeunes.

consacrées aux conditions d'élevage du poulet et du porc dans l'industrie alimentaire contemporaine⁹¹ puis, récemment, une nouvelle série (*Jamie's Food Revolution*) dans laquelle il tente de réformer les habitudes alimentaires des résidents de la petite ville d'Huntington, alors étiqueté comme « la plus grosse » des États-Unis (Oliver, sans date-b)⁹². Jamie bâtit au fil des années sur cette popularité retrouvée en se construisant un véritable petit empire médiatique et commercial⁹³, d'une valeur aujourd'hui estimée à 40 millions de livres sterling (Wallop, 2009). Outre les livres et DVD produits à partir de ses émissions et le salaire annuel de plus d'un million de livres sterling que lui verse *Sainsbury's*, Jamie possède sa propre ligne de produits d'intérieur et de jardin (*Jme*), deux chaînes de restaurants (*Jamie's Italian* et les *Fifteen*), un service de traiteur (*Jamie Oliver's Fabulous Feasts*) une chaîne de magasins combinant prêt-à-manger et cours de cuisine (*Recipease*)⁹⁴, un magazine publié six fois l'an (*Jamie magazine*) et, finalement, un jeu

⁹¹ *Jamie's Fowl Dinners* (2008) et *Jamie Saves Our Bacon* (2009) s'intéressent respectivement aux conséquences de la production intensive de volaille et de porc sur le bien-être des animaux. Dans les deux cas, les consommateurs sont invités à encourager les producteurs se soumettant à des normes de qualité supérieures et à favoriser tout spécialement les producteurs locaux, soumis à des normes plus élevées que ceux de plusieurs des pays voisins en ce qui trait au bien-être des animaux – un message qui rejoint en partie celui véhiculé plus largement par les discours sur l'alimentation locale que j'aborderai au prochain chapitre. Et puisque ces produits sont habituellement plus chers que leur équivalent industriel, Jamie propose aux consommateurs une série de plats à réaliser à partir des coupes de poulet ou de porc les plus économiques. Preuve de l'impact de ces émissions spéciales auprès du public : certains supermarchés faisaient état au lendemain de la diffusion de *Jamie Saves Our Bacon* d'une augmentation des ventes de l'ordre de 66% à 270% des coupes de porc promues par le chef (Khan, 2009b).

⁹² La série s'est mérité un *Emmy award* dans la catégorie *Outstanding Reality Program* et sera l'un des récipiendaires en 2011 des *Television Academy Honors* qui récompensent « la télévision avec une conscience » (Hibberd, 2010; Seidman, 2011). Une seconde saison de la série s'amorcera d'ailleurs (sur ABC) à partir du 12 avril 2011 et ce, malgré les critiques adressées à la première saison de *Jamie's Food Revolution* ainsi que les résultats mitigés de cette initiative (Brown, 2010).

⁹³ Il occuperait ainsi aujourd'hui la position enviable de « premier *foodie* du pays » : « Oliver is now, without doubt, the country's leading foodie. More than a mere celebrity chef he is also the Chosen One, the cook who holds meetings with the prime minister, who changes supermarket policy, who is asked to cook for the heads of state at next week's G20, who was once memorably flown to the United States to whip up a little something for Brad Pitt and Jennifer Aniston. Today his influence extends further than a range of pans and a television series; he has a magazine, a website, a blog, his shows are broadcast in the US and Australia, and he appeared as a judge on Oprah Winfrey's charity series, Oprah's Big Give... And while Oliver still has his detractors, it appears they are seriously outnumbered these days [as] we have come to recognise that he is one of the good guys, a chef who is on our side, who has used his position of power to expose injustices and to educate, a man who surely has the makings of a proper national treasure. » (Barton, 2009 : sans pagination)

⁹⁴ Il s'agit, plus précisément, de « food and kitchen emporiums... where you can assemble a brilliant meal in around 20 minutes in our kitchens, using ingredients we've prepped for you ahead of time; pick up a delicious freshly-made meal to go; or attend classes where you'll learn how to make every part of a dish from scratch, no matter what level of cooking you're at. » (Oliver, sans date-c : « About Recipease »)

vidéo Nintendo DS à son effigie (*What's Cooking? with Jamie Oliver*)⁹⁵. Le tout est promu par la boutique en ligne ainsi que par les nouvelles rendues disponibles sur le site Web principal du chef (www.jamieoliver.com) mais aussi à travers une série d'interventions médiatiques réalisées par ce dernier par le biais de son journal en ligne et d'une présence assidue sur des médias sociaux tels *Twitter*, *Facebook*, *Youtube* et *Myspace*. Par ce foisonnement d'initiatives médiatiques et commerciales, Jamie se positionne comme partie prenante de l'explosion de cette industrie de l'alimentaire qui, en conjonction avec les pratiques de *foodies* de tous les coins du globe, participe depuis plus d'une décennie à un repositionnement de l'alimentaire en tant qu'art de vivre⁹⁶.

Un foisonnement de savoirs pratiques de l'alimentaire

Loin de constituer l'exception, l'hyperactivité du jeune chef semble effectivement symptomatique d'une industrie en pleine ébullition avec, notamment, une multiplication sans précédent des performances sur scène de chefs (McLaughlin, 2009) de même que des livres, magazines, site Web et émissions télévisées consacrés à l'alimentaire. Un survol de la progression de l'industrie aux États-Unis nous apprend par exemple que :

In 1961, forty-nine cookbooks were published; in 2001, over one thousand and seven hundred, and with cross-media links. By 2004, half of the twenty-five top sellers were «written » by Food Network presenters. All in all, five hundred and thirty million books on food and alcohol were sold in the United States in 2000. Where fifty years ago, the United States had about twenty food magazines, in 2002, it had 145. (Miller, 2007 : 118)

⁹⁵ Bien que l'idée d'un jeu vidéo reproduisant les étapes et opérations nécessaires à la préparation de repas donnés puisse sembler surprenante, on assiste en fait depuis quelques années à une multiplication des titres de ce genre. Depuis le succès inespéré rencontré par *Diner Dash* (2004) puis *Cooking Mama* (2006) sont apparus plusieurs titres (*Cake Mania*, *Order up !*, etc.) dont certains directement inspirés d'émissions télévisées populaires telles *Iron Chef* (*Iron Chef America: Supreme Cuisine*, 2008), *Hell's Kitchen* (*Hell's Kitchen: The Game*, 2008) et, bien sûr, les téléséries animées par Jamie (Yonan, 2008). Or, comme en témoignent certains commentateurs (Meunier, 2009), ces jeux ne s'adressent pas nécessairement à un public de *foodies* désireux de parfaire leur savoir-faire mais semblent aussi interpeller des amateurs de jeux vidéos y voyant un exercice de dextérité comparable à celui offert par d'autres types de jeux.

⁹⁶ En tant qu'art de vivre ou plus justement, comme je le suggérerai sous peu, en tant que « *techné* » (Sterne, 2006).

Là-bas comme ailleurs, les livres de cuisine trônent en tête des ventes depuis plusieurs années déjà et sont d'ailleurs les seuls pour lesquels les ventes se sont maintenues à la suite des attaques terroristes du 11 septembre 2001 (Ketchum, 2005 : 172-3). La même tendance s'observe un peu partout en Occident, le Québec étant notamment témoin d'une « explosion gourmande » qui se manifeste par une « nouvelle génération » d'émissions télévisées diffusées aux heures de grande écoute (Bérubé, 2006) de même que par une « débauche de livres et de magazines culinaires » (Lemasson, 2004 : sans pagination)⁹⁷. Et l'arrivée de la chaîne spécialisée Food Network aux États-Unis puis un peu partout à travers le monde⁹⁸ n'a fait qu'intensifier ce « foodism » (Probyn, 2000 :3) en encourageant une diversification du genre – repositionné comme élément d'un « style de vie » – tout en facilitant l'accession de plusieurs de ses animateurs au statut de chefs-célébrités reconnus du grand public (Ketchum, 2005; Miller, 2007). Les émissions culinaires classiques et d'ordre avant tout didactique – c'est-à-dire centrées sur les explications d'un animateur-chef stationné en face de ses fourneaux – qui formaient l'essentiel de la programmation de la chaîne à ses débuts en 1993 n'en constituent plus qu'une mince portion, le reste du temps d'antenne se voyant meublé par des émissions au croisement d'une variété de genres : compétition sous forme de téléréalité (*The Next Food Network Star*), exécution de défis logistiques empruntant au film d'action (*Dinner : Impossible*), expédition touristique ponctuée de défis sportifs (*Glutton for Punishment*), etc.⁹⁹. Le tout dirigé par des

⁹⁷ À ces livres, magazines et émissions entièrement consacrés à l'alimentaire s'ajoutent un nombre grandissant de chroniques et articles sur le sujet apparaissant à l'intérieur de produits médiatiques d'intérêt plus général (chefs-célébrités invités aux émissions de variété de l'heure, chroniques sur les tendances en matière alimentaire dans les grandes journaux, etc.). En 2000 le *New York Times*, par exemple, publiait 1 927 articles traitant d'alimentation (contre 675 en 1940), 80% desquels s'intéressaient à un chef ou encore à une recette particulière (Miller, 2007 : 119). On peut aussi penser que la multiplication récente des festivals et circuits gourmands participe de cette vague *foodie*.

⁹⁸ Non seulement le *Food Network* états-unien, créé en 1993, est-il maintenant disponible dans plusieurs pays du globe (Australie, Corée, Thaïlande, Maroc, France, etc.) mais certaines chaînes « sœurs » ont aussi fait leur apparition ailleurs (Food Network Canada, FoodTV UK, etc.).

⁹⁹ Ketchum classe pour sa part les émissions produites par le *Food Network* en quatre grandes catégories aux esthétiques distinctes: « traditional domestic instructional cooking shows », « personality-driven domestic cooking shows », « food travel programs » et « « avant-garde » shows » (2005 : 209). Une diversification similaire s'observe par-delà le *Food Network*, d'autres chaînes ayant selon certains artisans du domaine emboîté le pas avec la création d'émissions de style « cinématographique », « aventurier » et « sportif » en parallèle aux traditionnelles émissions « didactiques » (Ritoux, 2008).

animateurs-chefs de styles tout aussi variés et occupant une place de premier choix dans la stratégie commerciale du *Food Network*, l'atteinte du statut de célébrité par certains d'entre eux les transformant en « produits » hautement lucratifs pour la chaîne – née, précisément, d'une volonté de profiter des larges sommes investies en publicité par l'industrie alimentaire (Ketchum, 2005 : 200) – mais aussi pour l'ensemble de l'industrie. Ainsi, par exemple, d'une Giada De Laurentiis qui, depuis sa découverte par le Food Network en 2002, s'est transformée en ambassadrice particulièrement prolifique avec à son actif :

- la production de trois séries télévisées (*Everyday Italian*, *Giada at Home* et *Giada's Weekend Getaways*)
- la mise en ligne de son propre site Web (www.giadalolaurentiis.com)
- la publication de quatre livres de recettes (*Everyday Italian*, *Giada's Family Dinners*, *Everyday Pasta*, *Giada's Kitchen*) dont deux « meilleurs vendeurs » selon le palmarès du *New York Times*
- la création d'une ligne de produits alimentaires à son nom
- le statut de porte-parole pour le plus important producteur et manufacturier de pâtes alimentaires au monde (Barilla)
- l'accession au poste de coanimatrice de l'émission télévisée matinale la plus regardée aux États-Unis (*The Today Show*).

De Laurentiis a donc su, à l'instar de Jamie Oliver et d'autres de ses collègues, se transformer en véritable marque de commerce reconnue des publicitaires comme des *foodies*.

Ou sans doute serait-il plus juste de dire qu'elle s'est acquise le statut de chef-célébrité dans la rencontre d'une industrie médiatique de l'alimentaire en pleine croissance et d'un autre ensemble de pratiques issues de la productivité des « amateurs de l'alimentaire » auxquels cette industrie s'adresse. De fait, loin de se cantonner au rôle de téléspectateurs et/ou lecteurs passifs, nombre de *foodies* font circuler et s'approprient les contenus que l'industrie leur propose par le biais d'un ensemble hétérogène de pratiques allant de simples discussions autour du chef-célébrité de l'heure à la conception de blogs reproduisant plus ou moins fidèlement les recettes proposées dans les pages de différents

magazines, la création de groupes d' « amoureux de tel aliment » sur Facebook, ou encore l'adhésion individuelle au *fan club* de son chef préféré¹⁰⁰. Car non seulement les *foodies* aiment-t-ils manger mais ils s'intéressent surtout activement à tout ce qui touche à l'alimentaire :

To be a foodie is not only to like food, but to be interested in it. Just as a good student will have a thirst for knowledge, a foodie wants to learn about food. A foodie will never answer the question "What are you eating" with "I don't know." There are some basic traits of being a foodie, as there are basic traits that come with all labels. Generally, you have to know what you like, why you like it, recognize why some foods are better than others and want to have good tasting food all or certainly most of the time. (Weston, 2006 : sans pagination)

C'est cette soif (d'acquisition et de partage) de connaissances qui s'exprime dans/par la prolifération spectaculaire, dans la dernière décennie, des communautés en ligne (Yelp, Chowhound, Citysearch, Wikifood, etc.) mais surtout des blogues dédiés à l'alimentaire. Le *Pew Internet and American Life Project* dénombrait en 2006 près de 1 200 000 (Jacob, 2006), soit un dixième du nombre total de blogues en fonction à l'époque, de ces blogues aux contenus des plus diversifiés : récits de voyages gastronomiques, chroniques d'une vie quotidienne ponctuée d'expérimentations culinaires et de visites dans les marchés publics, réflexions autour d'un objet bien spécifique (repas d'avion, bonbons, etc.), critiques personnelles des derniers restaurants ou plats goûtés, etc.¹⁰¹. Plus souvent qu'autrement, ceux-ci prennent la forme de brefs récits d'événements de la vie quotidienne

¹⁰⁰ Les exemples abondent dans tous les cas: le site www.kiplog.com/food/foodlinks.htm recense des centaines de blogues liés à l'alimentation, dont plusieurs produits par des *foodies* proposant leurs propres versions de recettes données; une recherche rapide sur *Facebook* montre l'existence de plusieurs groupes de *chocolate lovers*, d'*avocado lovers*, etc.; et des chefs tels qu'Anthony Bourdain (www.fanpop.com/spots/anthony-bourdain) et Gordon Ramsay (www.theplonkerclub.com) ont généralement un ou plusieurs fan club(s).

¹⁰¹ Diverses catégorisations sont mobilisées afin de tenter de mettre un certain ordre dans toute cette hétérogénéité, le répertoire en ligne *Chef's Blog Directory* distinguant par exemple les blogues professionnels de blogues amateurs regroupés selon leur région d'origine, le sujet traité et le langage utilisé (www.chefsblogs.com/directory/index.php). Un autre survol du monde des blogues alimentaires s'organise pour sa part autour de trois grandes catégories : « Blogs on whatever passions come to mind, particularly cooking and kitchen experiments at home, eating at restaurants and reviewing dishes, travel adventures, shopping at markets, and sharing recipes »; « Hyper-focused blogs such as Airline Meals, Vegan Lunch Box, and Slice, dedicated to the best New York pizza » et « Blogs meant to gather friends and create community, with no hidden agenda. » (Jacob, 2006 : sans pagination).

de leurs auteurs en lien avec la nourriture, le tout entrecoupé de recettes plus ou moins directement inspirées des suggestions d'autres blogueurs ou de grands chefs avec images du résultat final à l'appui. Presque invariablement, on y retrouve aussi une liste des blogues, livres et émissions télévisées favoris des auteurs, rendant ainsi explicite le réseau virtuellement infini duquel ils tirent l'inspiration nécessaire à leur propre engagement avec l'alimentaire¹⁰². Car si les *foodies* sont tellement avides de connaissances c'est que celles-ci participent de pratiques quotidiennes relevant de l'art de faire ou, plus justement, d'une *techné* comprise comme déploiement artistique d'un savoir pratique¹⁰³. Aussi la définition première du *foodie*, telle qu'apparue dans les années 1980, est-elle celle d'une personne « very, very, very interested in food... They don't think they are being trivial – foodies consider food to be an art on a level with painting or drama. It's actually their favorite art form. » (Levy et Barr, cité dans Irwin, 2004 : sans pagination).

La recherche d'un vinaigre balsamique de Modène AOC 20 ans dans les petites boutiques spécialisées de la ville ou encore la mise en ligne de photographies de la « salade de boulgour aux pois chiches et poivrons rouges » (SmittenKitchen, 2007) concoctée la veille se voient ainsi repositionnées comme participant d'une *techné* qui se développe au croisement des pratiques *foodies* et de l'industrie médiatique de l'alimentaire abordée précédemment. L'un et l'autre s'entremêlent effectivement au point d'en devenir quasi-indissociables, les *foodies* puisant largement dans les produits qui leur sont offerts par une industrie qui cherche en retour à profiter de la productivité et de l'expertise de ces derniers :

¹⁰² Un engagement qui peut évidemment prendre une intensité et des formes variables, certains s'investissant au sein d'une communauté de blogueurs donnée sur une base quotidienne alors que d'autres vont plus simplement mettre certaines connaissances en scène lors de discussions entre amis. Dans tous les cas, comme nous le verrons sous peu, cet engagement est basé sur la conviction que l'alimentaire *importe*.

¹⁰³ Je m'inspire ici de la définition de la *techné* proposée par Jonathan Sterne à la suite d'Aristote : « Aristotle most famously designated *techné* as practical art and practical knowledge. For him, *techné* meant both the process of producing things in the world (crafts, for instance) and the capacity or knowledge of contingency – practical knowledge – that allows and accounts for that production... » (2006 : 91). La *techné* n'est donc pas un savoir abstrait mais un savoir incorporé (*embodied knowledge*), le « déploiement d'une sensibilité » qui est à la fois culturelle et irréductiblement personnelle et qui, de ce fait, crée un pont entre le possible et l'actuel : « *techné* bridges the chasm between possibility and actuality : it indexes both what the [subject] actually does and what she or he might do, or even what she or he is capable of doing or willing to do. *Techné* refers both to action and the conditions of possibility for action. » (2006 : 92)

Agents and editors scan food blogs for the next book deal, freelance writer, or story idea. Public relations firms ask bloggers to write cookbook reviews and test recipes. *Food & Wine's* website lists favorite posts of food bloggers on a weekly basis. Even established cookbook authors and print journalists have jumped in, looking for new audiences... In addition to starting blogs written by company spokespeople, companies also send products to food bloggers, looking for reviews. Book publishers send cookbooks to bloggers for reviews or recipe testing. Marketing plans now include campaigns to get mentions in some of the biggest food blogs. (Jacob, 2006: sans pagination)

Ce mouvement contribue – en résonance l'alimentation locale et le nutritionnisme, dont je parlerai aux prochains chapitres – à valoriser le champ culturel naissant de l'alimentaire-comme-*techné*, donnant aux pratiques *foodies* un aura plus près de celui de fins connaisseurs des vins que de celui des fans de romans d'amour ou encore de films de science-fiction. Pourtant, toutes ces pratiques m'apparaissent pouvoir être également comprises comme manifestations d'une culture participative prenant naissance dans l'investissement affectif de fans envers un certain objet de prédilection.

Des fans de l'alimentaire

La notion de « sensibilité affective » mise de l'avant par Lawrence Grossberg (1992b) pour expliquer le lien unissant les fans à leur objet me semble effectivement capturer de façon particulièrement claire la nature du rapport à l'alimentaire des *foodies*. Pour Grossberg, la distinction entre fans et non-fans est à chercher dans la *sensibilité* les unissant à une forme culturelle donnée, sensibilité qu'il définit comme :

a particular form of engagement or mode of operation. It identifies the specific sorts of effects that the elements within a context can produce; it defines the possible relationships between texts and audiences located within its spaces. The sensibility of a particular cultural context (an 'apparatus') defines how specific texts and practices can be taken up and experienced, how they are able to effect the audience's place in the world, and what sort of texts can be incorporated into the apparatus. (1992b : 54-55)

S'il existe plusieurs formes de sensibilités dans lesquelles un même texte peut s'inscrire et qui peuvent conjointement définir la relation qui s'établit entre un sujet et un ensemble de pratiques culturelles, deux de celles-ci sont pour Grossberg spécialement déterminantes de notre rapport contemporain à la culture populaire. La sensibilité caractéristique de la consommation, d'abord, qui opère en procurant différents types de plaisirs aux consommateurs de culture populaire; puis cette sensibilité affective qui définit le mode d'engagement à la culture populaire propre aux fans¹⁰⁴. Le plaisir immédiat de la consommation se voit ici supplanté par un investissement dans la différence par lequel certaines choses en viennent à être vécues avec plus d'intensité que d'autres¹⁰⁵ :

Affect is what gives 'color', 'tone' or 'texture' to our experiences... it determines how invigorated we feel in particular moments of our lives. It defines the strength of our investment in particular experiences, practices, identities, meanings, and pleasures... it operates within and, at the same time, produces maps which direct our investments in and into the world; these maps tell us where and how we can become absorbed – not into the self but into the world – as potential locations for our self-identifications, and with what intensities. This “absorption” or investment constructs the places and events which are, or can become, significant to us. (1992 : 57)

Pour les *foodies-en-tant-que-fans*, donc, l'alimentaire importe. Suffisamment d'ailleurs pour que certains aspects de leur vie quotidienne soient déterminés par cet investissement, l'écoute des séries télévisées d'une Giada de Laurentiis ou encore la confection du plat suggéré par un collègue *foodie* pouvant notamment primer sur une gamme d'autres activités. Témoigne de cet effet organisant des pratiques alimentaires la formule reprise par la majorité des blogues sur le sujet, où recettes et trucs pratiques se glissent ici et là à travers le récit du quotidien de leurs auteurs. C'est dire que, pour les *foodies*, l'alimentaire ne se résume pas à un ensemble de techniques culinaires mais

¹⁰⁴ C'est davantage la définition de la sensibilité propre aux fans qui m'intéresse ici que le découpage strict que propose Grossberg puisque je suggérerai un peu plus loin de considérer les fans/*foodies* en tant, précisément, que consommateurs modèles.

constitue plutôt un art de vivre, une *techné*. Et si chacun est bien invité à s'approprier cette dernière et à l'actualiser dans les activités de son choix (tourisme gourmand, visite hebdomadaire des marchés publics, lecture attentive des magazines sur le sujet, etc.), il n'en reste pas moins le champ des possibles dans lequel s'inscrivent ces actualisations est lui réglé dans ses grandes lignes par la (vaste) communauté *foodie*¹⁰⁶.

À l'instar des fans étudiés notamment par Henry Jenkins (1992)¹⁰⁷ et par Antoine Hennion (2004), les *foodies* participent effectivement d'une culture participative au sein de laquelle se négocient certaines interprétations privilégiées de l'objet qui fait leur attachement et qui, en retour, est rendu présent par cet attachement. Comme le souligne Hennion, le « goût est produit, non pas donné » (cité dans Floux & Schinz, 2002 : sans pagination); il est produit par le biais d'un processus graduel et réflexif d'expérimentation mais aussi de confrontation des goûts personnels avec ceux d'autres amateurs¹⁰⁸. Ainsi, si l'importance du plaisir visuel tiré des aliments et plats consommés semble faire suffisamment consensus pour régler les productions des fans/*foodies* comme des chefs-

¹⁰⁵ Le *foodie* se distingue ainsi de nombreux téléspectateurs du *Food Network*, lecteurs de magazines culinaires, etc. n'y voyant qu'une source de divertissement et de plaisir visuel comparable à celui que pourrait leur procurer l'écoute d'une série télévisée d'un tout autre genre.

¹⁰⁶ Je parle ici et ailleurs dans ce chapitre de la communauté *foodie* et de la culture *foodie* pour désigner un ensemble de pratiques qui sont plus exactement produites par la rencontre de communautés (et de cultures) multiples et hétérogènes.

¹⁰⁷ Selon Jenkins : « Meanings form the basis for the construction and maintenance of [any] fan community; the expectations and conventions of the fan community also shape the meanings derived from the series and the forms taken by the fan's own artistic creations. Fans tend to see themselves in highly individualistic terms... they are nevertheless responsive to the somewhat more subtle demands placed upon them as members of fandom—expectations about what narratives are “appropriate” for fannish interest, what interpretations are “legitimate,” and so forth.... » (1992 : 88) Les productions des fans peuvent en ce sens être considérées comme le résultat de processus collectifs, au même titre que les interprétations privilégiées de la communauté.

¹⁰⁸ Une pragmatique du goût implique ainsi, selon Hennion, de « voir l'activité même des amateurs comme une sorte d'événement non différencié, qui cherche des points d'appui. Pour simplifier, je parle d'un tabouret, avec ses quatre pieds : l'objet goûté (dans le cas de la musique, il s'agit des partitions, des notes, etc.), le corps qui ressent (mais aussi, l'esprit, l'âme, etc., toutes entités qui ne sont pas données, mais qui vont peut-être surgir si les « conditions de félicité » sont rassemblées), le collectif des amateurs (on n'aime pas les choses directement, comme on rentrerait dans un mur; le goût est une activité cadrée, nommée, discutée, pourquoi chacun a besoin de s'appuyer sur les autres, de se confronter à leur goût) et les dispositifs (ou conditions de la dégustation). La pragmatique du goût s'appuie sur ces quatre pieds qui, s'ils sont un cadre vide, définissent une sorte d'armature minimale des composants du goût, constituant des éléments de base que tout attachement requiert d'une façon ou d'une autre (Hennion 2003a, 2003b). Aucun de ces quatre éléments ne préexiste aux épreuves et expériences réalisées par les amateurs car ce sont elles qui vont en révéler les contenus. » (cité dans Floux & Schinz, 2002 : sans pagination)

célébrités¹⁰⁹, on peut penser que d'autres appréciations (place d'un Jamie Oliver au panthéon des chefs-célébrités, par exemple, ou encore véritables origines de la choucroute) sont plus mouvantes et toujours sujettes à discussion.

C'est d'ailleurs le désir de participer à ce processus collectif de construction du sens qui motiverait, selon Jenkins (1992), les fans dans leur quête perpétuelle de nouvelles connaissances et qui alimenterait leurs propres productions; des interventions qui se multiplient au fil des années et adoptent des formes variées, du commentaire laissé sur le site d'une émission télévisée ou d'un chef du *Food Network* au partage d'une version personnalisée d'une recette donnée, à la publication en ligne d'images du marché public le plus près ou encore à la création de restaurants clandestins (cf. *www.killtherestaurant.com* ou *www.theget.com*). Selon qu'elles correspondent plus ou moins bien aux goûts de la communauté, ces productions procurent alors à leurs auteurs la reconnaissance d'une portion plus ou moins large de leurs collègues *foodies* mais potentiellement aussi, comme nous l'avons vu, de l'industrie. La notoriété de certains blogues, souvent nourrie par leur nomination à l'un des nombreux prix et concours de popularité apparus dans les dernières années (*Lulu Blooker Prize*, *Blogger's Choice Awards*, liste annuelle des 50 meilleurs blogues alimentaires du *Times Online*, etc.), a par exemple valu à leurs auteurs de devenir véritables « célébrités sous-culturelles » (Hills, 2006) et même dans certains cas de venir grossir les rangs des professionnels médiatiques de l'alimentaire¹¹⁰. La culture *foodie* se présente ainsi, à l'instar de celle des fans de Star Trek analysée par Jenkins (1992 : 46-7), comme un petit « monde artistique » traversé de réseaux coopératifs de production, de

¹⁰⁹ L'omniprésence des images sur les sites de fans comme sur le *Food Network* ou encore dans les livres des chefs de l'heure témoignent de l'importance de cet aspect visuel. Certains analystes parlent d'ailleurs de *gastro-porn* ou de *food porn* (Smart, 1994; Kaufman, 2005) pour mettre en évidence l'existence de parallèles entre les techniques utilisées afin de maximiser l'appel esthétique de ces mises en forme et les techniques mobilisées par l'industrie pornographique.

¹¹⁰ Jacob (2006) donne notamment l'exemple de Julie Powell, dont le blogue *The Julie/Julia Project* a su attirer l'attention de Salon.com puis du *New York Times* avant de lui valoir un contrat pour la publication d'un livre inspiré des chroniques de son blogue (*Julie and Julia: 365 Days, 524 Recipes, 1 Tiny Apartment Kitchen*). Le livre lui-même s'est mérité le *Lulu Blooker Prize* de 2006 et a été récemment adapté pour le cinéma sous le titre de *Julie & Julia* (Ephron, 2009).

distribution, de consommation et d'évaluation – mais un monde qui, contrairement à l'univers *trekker*, s'avère indissociable de son pendant professionnel.

Loin d'être unique à l'alimentaire, cette imbrication des pratiques d'amateurs et de l'industrie indique une évolution relativement récente du statut culturel des fans, repositionnés depuis le milieu des années 1990 comme l'un des pivots des stratégies commerciales des industries culturelles. Engagées dans un processus de spécialisation croissante, ces dernières cherchent effectivement activement à s'attirer les faveurs des consommateurs dévoués que sont les fans :

As we have moved from an era of broadcasting to one of narrowcasting, a process fueled by the deregulation of media markets and reflected in the rise of new media technologies, the fan as a specialized yet dedicated consumer has become a centerpiece of media industries' marketing strategies... Rather than ridiculed, fan audiences are now wooed and championed by cultural industries, at least as long as their activities do not divert from principles of capitalist exchange and recognize industries' legal ownership of the object of fandom. (Gray, Sandvoss & Harrington, 2007 : 4)¹¹¹

Longtemps considéré comme espace de résistance face aux significations privilégiées portées par la culture populaire, le *fandom* se présente aujourd'hui plutôt comme un modèle de consommation « dévouée » et « loyale » qui interpelle des médias de niche naviguant dans un environnement pluriel et fragmenté (Hills, 2002 : 36)¹¹². Le succès

¹¹¹ Cette limite légale posée aux pratiques de fans jugées acceptables par les industries semble jouer de façon toute particulière dans le cas de l'univers *foodie*. Contrairement à une majorité de produits culturels, une recette ne peut faire l'objet d'aucun droit d'auteur et la publication d'« adaptations » de recettes tirées de sources données est une pratique largement répandue. La circulation libre et la réappropriation par la communauté *foodie* de recettes concoctées par les professionnels du domaine est d'ailleurs encouragée plutôt que réprimée par l'industrie, notamment par le biais de sites Internet rendant ces recettes disponibles gratuitement et servant du même coup de plateforme de promotion pour les « produits » que l'industrie cherche effectivement à vendre (célébrités-chefs, lignes d'instruments de cuisine, etc.). L'apport des différentes pratiques de partage de contenus rendues possibles par l'apparition de nouvelles technologies à la croissance de cette industrie semble donc plus évident que dans le cas de l'industrie de la musique ou du film, par exemple, bien que l'enjeu soit globalement le même.

¹¹² En ce sens, les identités de fan et de consommateur ne s'excluent pas mutuellement mais forment plutôt deux facettes indissociables et contradictoires de l'expérience du fan : « fans are always already consumers... This is not simply a theoretical contradiction; it is an inescapable contradiction which fans live out. While simultaneously "resisting" norms of capitalist society and its rapid turnover of novel commodities, fans are also implicated in these very economic and cultural processes. Fans are, in one sense, "ideal consumers" (Cavicchi 1998: 62) since their

d'une chaîne aussi spécialisée que le *Food Network*, par exemple, ou encore d'un chef-célébrité à la Jamie Oliver repose en grande partie sur leur capacité à s'attirer une base de fans-consommateurs suffisamment fidèles pour les préférer aux autres chaînes et célébrités s'offrant à eux à tout moment de la journée. C'est ce qui explique, d'ailleurs, la quantité non négligeable d'énergie déployée par Jamie pour entretenir un lien quasi-quotidien avec ses fans en usant, comme nous l'avons vu, d'une palette de moyens (site Web, forums et blogs, lettres d'informations, pages personnelles sur les grands réseaux sociaux, etc.) en phase avec l'éventail des modes d'engagement s'ouvrant aux fans aujourd'hui. En effet, comme le soulignent Gray et al :

Internet has been joined by a host of other technologies that extend both fandom and the prospects for engaging in fan activities into multiple pockets of everyday life. Blackberries, iPods, PSPs, laptops, PDAs, and cell phones all bring fan objects out with their users to the subway, the street, and even the classroom. In turn, these changing communication technologies and media texts contribute to and reflect the increasing entrenchment of fan consumption in the structure of our everyday life. (2007 : 8)

À mesure que se développent de nouvelles technologies et que de plus en plus de consommateurs ponctuent leurs routines quotidiennes de « pratiques de fans », le mode d'engagement propre au fandom tend à se répandre au point de régler un nombre croissant de pratiques, notamment politiques¹¹³. D'ailleurs ne pourrait-on pas comprendre *Jamie's*

consumption habits can be very highly predicted by the culture industry, and are likely to remain stable. But fans also express anti-commercial beliefs (or 'ideologies', we might say), since these beliefs are not entirely in alignment with the cultural situation in which fans find themselves.» (Hills, 2002 : 29)

¹¹³ « Moreover, as much as fan objects are experienced in and through mediated texts, so are the very challenges to life in the twenty-first century that we set out at the beginning of this chapter: war, ethnic conflicts, widening inequality, political and religious violence, and ecological disasters are to most of us, most of the time, experienced through the same patterns of mass mediation, and, crucially, often related to by the same mechanisms of emotionally involved reading as fan objects. The often cited « battles over hearts and minds » by which elections are won, and by which individuals' behavior towards their health or the environment is changed, or millions decide to turn to the streets in protest against war, racism, or poverty – all do not solely depend on rational discourses but on the ability to present a cause or public figure in which we, as readers, can find ourselves and to which we emotionally relate. Hence, studying fan audiences allow us to explore some of the key mechanisms through which we interact with the mediated world at the heart of our social, political, and cultural realities and identities. » (Gray et al, 2007 : 10) Van Zoonen (2005 : 53) considère elle aussi qu'un même processus d'investissement émotionnel est à l'œuvre dans les pratiques de fans et l'action politique attendue des citoyens.

School Dinners comme discours mobilisant, précisément, une sensibilité affective afin de produire certains effets politiques ? En tant qu'elle se déploie sur le mode du divertissement factuel (*factual entertainment*)¹¹⁴ centré sur la personne de Jamie Oliver, la télésérie à la base de la campagne relève effectivement d'une mise en scène dramatique convoquant un certain investissement *foodie* par le recours à un chef-célébrité posé comme solution à un problème pensé d'abord en termes de (déficit de) culture alimentaire.

Les hauts et les bas de la croisade d'un chef-célébrité

Dans sa forme, la télésérie *Jamie's School Dinners* contraste sérieusement avec les différentes initiatives étatiques ou de santé publique par/dans lesquelles se déploient le plus souvent ces discours d'optimisation du capital humain et de lutte au surpoids desquels, nous l'avons vu, elle s'inspire. Aux argumentaires rationnels et truffés de données expertes caractéristiques des appels pour des écoles en santé et moins obésogènes se substitue le récit à la première personne des efforts d'un homme pour initier un changement dans les habitudes alimentaires des écoliers d'une nation entière – particularité qui procède, à mon sens, de l'emprunt à l'une des formes les plus répandues d'un discours *foodie* s'inscrivant lui-même dans une tendance plus large à la montée en popularité du divertissement factuel.

Si les vertus de la télé-réalité font toujours débat, l'explosion du genre depuis le milieu des années 1990 est pour sa part difficilement contestable. Celui-ci s'impose aujourd'hui aux heures de grande écoute et sur les grilles horaires du monde entier¹¹⁵, au

¹¹⁴ J'emprunte le terme de divertissement factuel à Annette Hill, qui s'en sert pour distinguer un ensemble hétérogène d'émissions télévisées des autres catégories de programmation factuelle que sont les bulletins de nouvelles, les émissions d'affaires publiques et d'enquête et les documentaires : « another type of factual programming that defies categorization is that of popular factual, also called factual entertainment, reality entertainment and reality TV. This is a broad category for a variety of one-off programmes, series and formats that follow real people and their everyday or out of the ordinary experiences.... There are sub-genres within the 'so-called reality genre': infotainment, often about crime or emergency services; docusoaps, often about institutions or groups of people; lifestyle experiment programmes, usually about a social experiment where people swap lifestyles or jobs; reality gameshows, often about an experiment with a group of people or situation; and reality talentshows that showcase members of the public and celebrities and their entertainment skills.» (2007 : 48-9).

¹¹⁵ Annette Hill dresse par exemple le portrait de la situation en Grande-Bretagne, où le genre du « factuel général » (i.e. tout contenu factuel à l'exclusion des nouvelles et des questions d'actualité) a été celui qui a connu la plus forte

point d'ailleurs de constituer l'une des « force majeure de la culture télévisuelle » contemporaine (Ouellette & Hay, 2008 : 2). C'est d'ailleurs aux possibilités ouvertes par la multiplication des sous-genres de télé réalité¹¹⁶ que le *Food Network*, notamment, doit son succès, les cotes d'écoute de la chaîne s'accroissant à mesure que sa programmation se diversifiait par l'ajout de jeux de compétition (*The Next Food Network Star, Dinner : Impossible*), de docu-soaps sur la vie quotidienne de grands chefs et pâtisseries (*Behind the Bash, Ace of Cakes*) et autres émissions jouant sur les codes de la télé réalité¹¹⁷. C'est aussi, comme nous l'avons vu, en surfant sur la vague de la télé réalité que Jamie Oliver a pu se « réinventer » en tant que chef-intervenant social à succès par le biais d'une formule développée d'abord dans *Fifteen* puis légèrement modifiée dans le cadre de *Jamie's School Dinners* et de *Ministry of Food*.

Car le mélange des (sous)genres qu'offre *Jamie's School Dinners* semble bel et bien unique. Il s'agit d'abord d'un « divertissement factuel construit »¹¹⁸ transposant Jamie Oliver de ses propres cuisines à celles d'écoles défavorisées desquelles il entreprend de réformer les habitudes alimentaires des élèves britanniques. La série se déploie ainsi sur le mode de l'« expérience de vie » (*life experiment program*) impliquant des participants:

who are followed over a pre-determined period of time (typically, a few weeks) experimenting with an alteration to their lives : living with someone else's family; masquerading in an alternative, unfamiliar profession; living without an 'essential' utility/service/object; living by the domestic rules imposed by strangers, and so forth. The tensions, triumphs and failures of participants' experiences are the filmed in an observational manner. The end

croissance en 2005, les émissions factuelles dominant la programmation aux heures de grande écoute et se situant juste derrière les nouvelles au cours de la journée. En outre, les émissions factuelles britanniques ont su s'attirer les louanges de la critique tout en captant l'attention des investisseurs étrangers (2007 : 6-7).

¹¹⁶ On peut penser, par exemple, aux différents « dating shows, makeovers, job competitions, gamedocs, reality soaps, interventions, lifestyle demonstrations » apparus dans les dernières années (Ouellette et Hay, 2008 : 2) bien que les limites des sous-genres soient en réalité beaucoup trop changeantes pour faire de ceux-ci autant de catégories fixes, comme nous le verrons dans le cas de *Jamie's School Dinners*.

¹¹⁷ Ce n'est que depuis peu que s'observent une montée en popularité et une diversification du genre concomitantes à la création d'émissions positionnant l'alimentaire comme élément d'un style de vie – un double mouvement décisif au succès du *Food Network* (Ketchum, 2005) et, plus largement, de l'industrie de laquelle la chaîne participe.

¹¹⁸ *Constructed popular factual*, par opposition à l'observation d'environnements dans leurs conditions « normales » d'opération (Hill, 2007 : 49).

of filming signals the end of the experiment and a return to « normal » for the participants. (Hill, 2007: 50).

Une exposition plus détaillée du déploiement narratif de la série montre bien la place centrale que l'« expérience de vie » de Jamie y joue.

Les téléspectateurs rencontrent Jamie chez lui, dans les jours qui précèdent son « entrée » à l'école, en train de préparer un repas à sa famille tout en réaffirmant sa volonté de consacrer les prochaines années de sa vie à changer l'alimentation des écoliers du pays; la caméra ne le quittera plus, documentant les « tensions, triomphes et échecs » que cette nouvelle vie lui amène tant sur le plan familial que professionnel. Un premier épisode se concentre sur les débuts de Jamie en tant que « *dinner lady* » (employée de cafétéria) : colère du chef découvrant la piètre qualité de la nourriture servie par la cantine de Kidbrooke et la résignation de celle qui deviendra son bras droit (Nora), d'abord; puis constat désolant d'un chimiste chargé d'analyser la valeur nutritionnelle des repas servis aux élèves¹¹⁹ suivi d'images d'un Jamie excédé par sa quête de menus respectant le budget alloué; et, finalement, le drame qui éclate sur tous les fronts alors que l'épouse de Jamie se plaint de ses absences¹²⁰, Nora (son bras droit à la cantine de Kidbrooke) de ses méthodes de travail et que les premiers menus de Jamie sont un échec complet.

Le second épisode s'organise quant à lui autour d'une série d'expériences réalisées par Jamie auprès des élèves d'une école primaire défavorisée du comté de Durham, le comté le moins en santé du pays. Le chef quitte sa famille, mécontente de le voir partir, au petit matin pour aller s'installer dans la famille de cinq écoliers de Peterlee, d'où il dresse le même constat désolant qu'à Kidbrooke. On le voit d'abord incapable d'identifier le contenu

¹¹⁹ Les trois premiers épisodes de la série contiennent chacun une séquence où un expert (chimiste, diététiste puis pédiatre) explique à Jamie les méfaits de la diète de malbouffe des jeunes (manque de concentration et risque de maladies chroniques, problèmes sévères de constipation, etc.). Ce sont les seuls moments de la série où des experts sont mis à profit afin de justifier la « révolution » proposée, le téléspectateur étant dans l'ensemble libre de tirer ses propres conclusions devant des images d'enfants se gavant de malbouffe tout en refusant les mets de Jamie.

¹²⁰ Les tensions familiales créées par l'investissement de Jamie dans ce projet sont en toile de fond de l'ensemble de la série, qui se termine d'ailleurs sur des images de la soirée grandiose organisée par Jamie pour l'anniversaire de son épouse pour se faire pardonner de l'avoir « négligée » pendant des mois.

de son plateau de cafétéria de l'école, puis exaspéré d'entendre les enfants faire l'inventaire des sandwiches au ketchup et boîtes de SPAM™ amenés de la maison en guise de repas. Plus tard, seul devant la classe que l'école lui a confiée, le chef « pense s'évanouir » en constatant le manque de connaissances alimentaires des enfants – symptôme d'une « culture de la malbouffe » contre laquelle Jamie multiplie les attaques avec plus ou moins de succès (test de goût à l'aveugle, visite à une ferme, utilisation de la pression des pairs avec test de goût collectif, obligation pour tous les enfants de manger les repas préparés par Jamie sous peine d'être expulsés de la classe...). Le tout se termine sur un succès relatif alors que les enfants de sa classe acceptent de goûter un repas qu'ils ont eux-mêmes aidé à préparer, ce qui motive le chef à reproduire l'expérience à l'échelle de l'école entière avec une journée de festivités où les écoliers sont invités à chanter une chanson créée pour l'occasion (« *Try Something New* »¹²¹) en compagnie d'un Jamie déguisé en maïs géant avant de déguster avec un certain plaisir un repas préparé par plusieurs d'entre eux. Le récit de ces aventures est ponctué de rencontres¹²² mais aussi d'une expérience inspirée des télé-réalités « style de vie » (*lifestyle*)¹²³ au cours de laquelle Jamie donne à la mère de la famille où il réside une série de directives afin de modifier leur diète pour une semaine. Les téléspectateurs la suivent à l'épicerie où, déboussolée devant la liste d'aliments qu'elle doit se procurer et qui lui sont inconnus, la mère doit calmer deux de ses enfants en crise devant l'embargo sur les sucreries décrété par Jamie. Une semaine de ce nouveau régime santé suffira toutefois pour

¹²¹ Indice des liens étroits qui existent entre Jamie-l'intervenant-social et Jamie-le-célébrité-chef, *Sainsbury's* lançait en 2005 une vaste campagne de remodelage de son image publique – la quatrième seulement depuis sa création en 1869 – autour du slogan « *Try something new today* », investissant près de 10 millions de livres sterling dans une campagne de publicités télévisées mettant Jamie Oliver en vedette mais aussi la création d'une formation intensive de deux jours devant permettre aux gérants de tous ses magasins de tester certaines des recettes de Jamie de façon à pouvoir par la suite les suggérer à leurs clients (Simms, 2005).

¹²² Discussion avec une diététiste luttant contre les graves problèmes de constipation provoqués par le manque de fibres dans la diète des jeunes, retour à Kidbrooke où Nora est incapable de préparer les repas à temps en l'absence du chef, confrontation avec sa femme mécontente de voir leur vie privée faire la première page des tabloïds, réunion d'information auprès des parents et *dinner ladies* de Peterlee et, finalement, rencontre avec les dirigeants de l'un des principaux fournisseurs de services de cantines scolaires pour tenter – sans succès – de leur faire changer leur offre.

¹²³ « Lifestyle programmes address topics such as homes and gardens, buying/selling properties, food and drink, domestic budget management, clothes and dating. Advice and ideas about products are offered and most programmes are underpinned by the theme of 'self-improvement', generally achieved through changing your domestic environment or your appearance, but also through adjusting your inner self. » (Hill, 2007 : 51)

révéler aux parents – et, par le fait même, à l’ensemble des téléspectateurs – l’effet hautement excitant de la malbouffe sur les enfants.

Au troisième épisode, devant le manque de succès de repas santé que les élèves de Kidbrooke refusent même de goûter, Jamie entreprend avec l’aide de Nora d’y bannir la malbouffe. Six mois seront nécessaires afin de faire taire les plaintes des élèves et stopper leur exode en direction des restaurants environnants; six mois au cours desquels Jamie prépare le terrain à l’extension de sa révolution aux autres écoles de l’arrondissement en s’attaquant au manque de compétences des *dinner ladies*¹²⁴, principal obstacle à son projet tel qu’il l’expose aux directeurs de ces écoles. Il convainc Nora de l’épauler en se rendant à son domicile pour lui cuisiner un bon repas puis réussit à amener l’armée à fournir les installations nécessaires à la tenue d’un camp d’entraînement de trois jours pour une soixantaine de *dinner ladies*. Le camp révèle un manque flagrant de compétences culinaires de ces dernières, qui semblent plus épuisées qu’encouragées par l’exercice. Pendant ce temps, Jamie connaît ses moments de doute, notamment lorsque le personnel de son restaurant lui reproche de les laisser tomber au profit de *School Dinners* et qu’un jeune refuse de goûter au sandwich préparé par le chef malgré que le dernier lui offre 50 livres sterling pour le faire.

L’émotion est à son comble, finalement, dans un dernier épisode marqué par les pleurs; pleurs de *dinner ladies* épuisées par les heures supplémentaires requises pour préparer les repas santé, d’une Nora attristée de voir ses collègues dans un tel état, d’enfants paniqués à l’idée de devoir goûter aux nouveaux menus de leur cafétéria mais aussi d’un Jamie chamboulé de voir ses restaurants décriés dans les tabloïds du pays.

¹²⁴ C’est par l’expression explicitement genrée (gendered) « *dinner ladies* » que Jamie et plusieurs médias britanniques – mais pas les représentants du gouvernement – se réfèrent aux employés(es) de cafétérias scolaires. Aussi, par exemple, lit-on dans la section du manifeste de la campagne dédiée aux *dinner ladies*: «In the summer, the Prime Minister asked me what was still needed to train up our dinner ladies and get them motivated again. Here’s what I asked for: • Set up a network of training kitchens by next autumn and get all head cooks trained up as quickly as possible; • Teach the girls how to cook. Refresh their skills and revive their confidence in the kitchen...» (Oliver, 2006 : sans pagination). L’accent mis sur le genre d’une grande majorité des employés(es) de cantines scolaires tranche avec

Moment de tension aussi lorsque le conseil décide de mettre le projet entier sur la glace en réaction aux dépassements de coûts importants qu'il observe dans les dix écoles-pilotes. Incapables de rendre leurs recettes plus économiques encore, Jamie et Nora voient tous leurs efforts compromis jusqu'à ce qu'un contrôleur convainque le conseil que le problème se trouve en fait dans le calcul de la grosseur des portions servies aux élèves. Le projet reprend son cours, Jamie décidant de reproduire dans les écoles-pilotes les activités ayant le mieux réussi à Peterlee (chanson, implication des jeunes dans la préparation des repas, etc.) tout en proposant aux élèves sa propre version des tactiques de choc qu'il souhaite voir implantées par le gouvernement (une démonstration très visuelle des carcasses et autres produits compris dans les croquettes de poulet industrielles). Le tout semble porter fruits : les élèves jettent de moins en moins du contenu de leur plateau, les professeurs remarquent une amélioration dans les comportements et l'état de santé des jeunes et les *dinner ladies* se sentent de plus en plus en contrôle de la situation. Celles-ci continuent malgré tout à dépasser largement le nombre d'heures de travail pour lesquelles elles sont payées, ce qui pousse Jamie à rencontrer le président du conseil avant de s'adresser directement au secrétaire d'État à l'éducation. Mais si ce dernier semble ouvert à l'idée d'un engagement financier de l'état afin d'étendre la « révolution Oliver » à l'ensemble du pays, la série se clôt sur la déception de Jamie face à l'insuffisance de l'investissement effectivement annoncé par le gouvernement au moment du dépôt de son budget et l'absence de mesures d'interdiction de la malbouffe – deux lacunes qui le poussent à conclure que les écoles britanniques abritent la première génération à l'espérance de vie plus réduite que celle de ses parents¹²⁵.

la quasi-absence, sur laquelle je reviendrai plus loin, de référence explicite au rôle des mères dans la préparation des repas familiaux, la campagne s'adressant aux « parents » en tant qu'unité indifférenciée.

¹²⁵ L'insuffisance de ces mesures est d'ailleurs au cœur de *Return to School Dinners*, un retour sur les avancées réalisées un an après la mise en branle de la « révolution Oliver ». L'émission s'ouvre sur une rencontre avec Nora, qui dresse un constat plutôt négatif d'une année où elle a vu fondre sa clientèle à mesure que la malbouffe disparaissait sans pour autant recevoir plus d'argent de la part du gouvernement. Devant le découragement de Nora face aux déficits qui s'accumulent, Jamie décide d'ouvrir une roulotte offrant leur propre version « santé » de la malbouffe préférée des élèves (paninis, hamburgers, etc.) mais aussi de tenter d'augmenter les ventes de Nora en demandant aux parents de faire des paiements hebdomadaires directement à la cafétéria plutôt que de laisser leurs enfants libres de dépenser l'argent là où ils le veulent. Il s'attaque parallèlement à un autre enjeu ignoré par l'État, celui des écoles qui ne

Ce sont donc bel et bien les « tensions, triomphes et échecs » d'un Jamie Oliver confronté à un tout nouvel environnement que donne à voir *Jamie's School Dinners*¹²⁶. Le feuilleton documentaire (*docusoap*) condense en quatre heures les hauts et les bas d'une vie professionnelle et personnelle chamboulée par cette aventure longue de plusieurs mois, proposant ainsi le portrait de l'expérience d'un homme plutôt que d'un simple chef cuisinier¹²⁷. L'emprunt aux codes du documentaire, la mise en scène de la vie familiale de Jamie tout autant que le naturel apparent des réactions de ce dernier – naturel qui, nous l'avons vu, fait partie intégrante de son image publique et s'illustre ici par les réactions hautement émotives du chef à plusieurs moments de la série – concourent en effet à déprendre Jamie de son seul statut de chef-célébrité pour en faire aussi un témoin exemplaire ou « emblématique »¹²⁸ auquel les téléspectateurs peuvent s'identifier.

possèdent tout simplement pas de cuisine et ne peuvent donc pas fournir de repas chauds à leurs élèves. Il prend donc la route en direction du Lincolnshire et entreprend de mettre sur pied un partenariat pour qu'un pub se charge de cuisiner chaque jour un repas chaud pour les élèves de deux écoles primaires des environs. Jamie réussit à convaincre 90% des parents de ces écoles d'embarquer dans le projet mais le vent tourne quelques semaines plus tard lorsque Jamie, revenu à Londres pour tourner une publicité de *Sainsbury's*, apprend que des parents se retirent du programme en raison d'une baisse dans la qualité et la salubrité des repas servis à leurs enfants. Nora et Jamie prennent alors tous deux la route du Lincolnshire pour demander aux parents de leur donner une seconde chance mais, surtout, pour former le chef du pub et l'aider à boucler son budget en établissant des ententes avec certains producteurs locaux. Il cherchera ensuite à étendre la formule à l'ensemble du comté en organisant une foire pour tous les acteurs de la communauté (restaurateurs, producteurs, directeurs d'école, parents, etc.), invités par le chef à prendre les choses en mains pour reconstruire les liens communautaires plutôt que d'attendre que le gouvernement prenne l'initiative. Un mois plus tard, Jamie apprend que le pub ne fournira plus de repas aux écoles de Lincolnshire. L'épisode se termine toutefois sur une note des plus réjouissantes : plusieurs semaines après sa discussion peu concluante avec le tout nouveau secrétaire d'État à l'éducation, le chef apprend lors d'un entretien privé avec le premier ministre Blair que son gouvernement investira un nouveau montant de 240 millions de livres sterling pour poursuivre la réforme des cafétérias scolaires amorcée trois ans plus tôt par la construction de cuisines scolaires, l'amélioration de la formation donnée aux *dinner ladies* et la rédaction d'un code volontaire pour réglementer la publicité destinée aux enfants.

¹²⁶ L'accent mis sur la personne de Jamie dans la série explique sans doute la « personnalisation » subséquente de l'enjeu par les médias, ceux-ci se référant, comme je l'ai déjà dit, aux mesures mises en place en réaction à la campagne en termes d'« effet Jamie Oliver ».

¹²⁷ Selon Jamie, d'ailleurs, les écoliers eux-mêmes le considéraient moins comme un chef de grande réputation qu'en tant que nouvel employé chamboulant les façons de faire de leur cafétéria : « The kids didn't give a (crap) about me and who I was. Kidbrooke is not a posh school and the kids never once thought they were lucky to be getting the chance to eat some good food, » he told one British newspaper. » (Zimonjic, 2005 : sans pagination)

¹²⁸ Dominique Mehl identifie deux « modalités différentes de mise à l'épreuve sociale des expériences privées », c'est-à-dire deux façons pour l'expérience privée de se faire message collectif : l'expérience ordinaire, qui par sa banalité même acquiert une portée plus large, et l'expérience emblématique. Sous cette dernière modalité « les histoires ne sont pas communes, au contraire. Elles sont plutôt originales, rares, peu connues, troublantes. De même, les personnages sont souvent exceptionnels. Ils sortent de l'ordinaire par leur profil, la conviction qui les emporte, la

L'indignation et la colère qu'il manifeste à la vue de la diète quotidienne des élèves britanniques ne sont pas d'abord celles du chef-expert posant un diagnostic spécialiste mais bien du citoyen et père constatant pour la première fois une « réalité » restée jusqu'alors plutôt invisible¹²⁹. Aussi les téléspectateurs sont-ils appelés à partager cette indignation et cette colère à mesure qu'ils se voient confrontés au spectacle de plateaux de cafétéria chargés d'aliments-vides et du manque de culture alimentaire d'enfants avouant candidement à la caméra leur méconnaissance de légumes communs et leur enthousiasme pour la malbouffe¹³⁰. Indignation et colère devant l'état de l'offre alimentaire en milieu scolaire qui se mêlent, sans doute, à une touche d'anxiété face à l'avenir promis à cette génération d'élèves mal nourris¹³¹ mais aussi à plusieurs pincées d'amusement et de suspens devant les difficultés rencontrées par Jamie dans la poursuite de sa « révolution ». Car la série opère, tel que mentionné, avant tout sur le mode de l'émotionnel et de l'affectif

flamme qui, le plus souvent les anime. [...] Dans cette mesure, leur discours et leur affectivité sont exemplaires; au sens où ils ne figurent qu'à titre d'exemple, mais aussi au sens où ils représentent une sorte d'idéal type.» (1996 : 186-7) *Jamie's School Dinners* me semble relever de cette seconde modalité en ce que la série raconte bel et bien une expérience extraordinaire – celle d'un chef-célébrité cherchant à mettre en branle une révolution des habitudes alimentaires des jeunes britanniques en se transformant pour quelques mois en employé de cafétéria scolaire – à travers laquelle se déploie un certain idéal quant aux réactions que devrait susciter, chez tout un chacun, le problème de l'alimentation en milieu scolaire. S'y voit aussi, simultanément, mis en scène un rapport à l'alimentaire « idéal » (rejet des mets préparés, préparation et consommation des repas en famille, etc.) que le téléspectateur est invité à adopter dans sa propre conduite quotidienne.

¹²⁹ L'un des objectifs avoués de la campagne, tels qu'énoncés dans le manifeste du chef, est d'ailleurs d'éduquer des parents ignorant, pour la plupart, la quantité de malbouffe concrètement ingérée par leur progéniture (Oliver, 2006). Si, dans ce cas-ci, la tâche semble facilitée par le peu de réserve des jeunes enfants face à l'« avenu » de leur diète et par la relative captivité du groupe étudié à l'intérieur des murs de l'école – les écoliers les plus jeunes étant interdits de sortie lors de la pause du midi – la série soulève tout de même l'enjeu plus large des difficultés inhérentes à toute tentative de mise en visibilité des habitudes alimentaires de groupes ou d'individus donnés. La quasi-impossibilité d'une observation directe de ces pratiques en raison de la surveillance constante que cette entreprise exigerait (et des modifications des habitudes que cette surveillance ne manquerait sans doute pas d'entraîner) ne laisse généralement d'autres choix que de recourir à des questionnaires ou entretiens biaisés par la sous-évaluation systématique (de l'ordre de 20% à 33%) que les participants font de leur consommation alimentaire (Pollan, 2008a).

¹³⁰ Invitation à laquelle plusieurs téléspectateurs semblent avoir accédé si l'on en croit certains commentateurs : « Most parents are at best uncomfortable about what their children are given to eat at school. Many of us are downright angry. » (Lawrence & Pidd, 2005 : sans pagination) Cette colère des téléspectateurs pourrait d'ailleurs aussi expliquer la chute de 10% à 20% des ventes constatée dans les cafétérias du pays à la suite de la diffusion de la série (Stacey, 2008).

¹³¹ Le recours à la peur et/ou l'anxiété fait d'ailleurs explicitement partie de la stratégie promue dans le manifeste de Jamie : « Currently, the government is spending £75 million to get us to stop smoking. We need the same kind of massive campaign to educate families—maybe even scare them a little—on how important a good diet is to their kids' growth, health and future. If we don't get it right now, pretty soon we're going to be a nation of overweight underachievers » (Oliver, 2006 : sans pagination).

par le recours, notamment, à un montage dynamique d'images qu'on laisse essentiellement parler d'elles-mêmes. Or, comme le souligne Dominique Mehl, un tel recours à la « démonstration par l'image » en conjonction avec « la valorisation d'une parole fondée sur l'expérience et non sur le savoir... concourent à allouer à l'expression des émotions et de l'affectivité une place centrale. » (1996 : 180) L'emprunt aux codes du divertissement factuel – ceux-là même qui contribuent, tel que souligné, à la diversification et la popularisation des émissions de type *foodie* – permet donc à *Jamie's School Dinners* de se distinguer de discours de santé publique traditionnellement centrés sur l'argumentation rationnelle pour livrer son message par le biais d'abord de l'émotionnel et de l'affectif¹³². Car la série, à l'instar des autres télérealités, porte bel et bien un message se situant au carrefour de l'instructif et du divertissement :

Chronicling the details and challenges of lifestyles and the outcomes of ordinary people's choices and behavior, reality TV invests the minutiae of everyday life with dramatic importance. Personal advice and instruction are part of the mix, but they are infused with, and tempered by, elements of voyeurism, suspense, humor, and emotional intensity... [P]opular reality TV does more than entertain – it becomes a resource for inventing, managing, caring for, and protecting ourselves as citizens. (Ouellette & Hay, 2008: 4)¹³³

¹³² La formule semble d'ailleurs porter fruits si l'on en croit les explications apportées aux résultats d'un sondage montrant que près du quart des téléspectateurs ont modifié leurs habitudes alimentaires dans les semaines suivant la diffusion de la série : « Rosan Meyer, dietician for PruHealth [firme privée d'assurances médicales responsable du sondage], hailed the show as "the cleverest piece of public health education we've had in many years ...He's found a way of educating people about the benefits of healthy eating, and the dangers of eating junk, in a way which isn't patronising or hectoring and is motivating." She said a programme entitled Jamie Tells You How to Eat Healthily would not have had the same effect. "People can get angry about the state of school dinners, and while they are getting agitated and agreeing that something should be done, they're being exposed to all sorts of information about how to select, prepare and eat more nutritious foods," she said. » (Press Association, 2005b : sans pagination)

¹³³ Laurie Ouellette et James Hay considèrent, plus largement, la télérealité en tant que technologie culturelle particulièrement saillante aujourd'hui en ce qu'elle participe des formes de « gouvernement à distance » caractéristiques des rationalités de gouvernement du libéralisme avancé : « We examine reality TV's relationship to ideals of « governing at distance » and consider how reality TV simultaneously diffuses and amplifies the government of everyday life, utilizing the cultural power of television (and its convergence with books, magazines, the web, and mobile media) to assess and guide the ethics, behaviors, aspirations, and routines of ordinary people. At a time when privatization, personal responsibility, and consumer choice are promoted as the best way to govern liberal capitalist democracies, reality TV shows us how to conduct and « empower » ourselves as enterprising citizens. » (2008 : 2)

Si le récit des hauts et des bas de l'aventure de Jamie se concentre d'abord sur la mise en images des habitudes des jeunes en milieu scolaire, il contribue *aussi* à mettre de l'avant une certaine conception du rapport à l'alimentaire auquel tout citoyen devrait aspirer. La série fait en ce sens un travail similaire à celui d'un *Food Network* dont la programmation, malgré sa diversité apparente, est toute entière traversée d'une invitation adressée aux téléspectateurs à transformer leur rapport à l'alimentaire pour en accroître les bénéfices en termes de plaisirs sensuels et de relations sociales (Ketchum, 2005 : 230). Et, d'ailleurs, non seulement *Jamie's School Dinners* recoupe-t-elle la culture *foodie* de laquelle le *Food Network* participe par l'adoption d'une formule inspirée du genre de la télé-réalité mais elle le fait aussi et surtout à travers la définition même du problème des habitudes des écoliers (comme symptôme d'un déficit de culture alimentaire) qu'elle propose.

Une génération en perte de culture culinaire

Three years ago, when Jamie set up the Fifteen Foundation to train young disadvantaged people for the restaurant trade, he found that many of the new recruits had little or no knowledge about food: what it looks and tastes like, the variety of ingredients and where they come from and how to cook, even at the most basic level. He believes it's because children don't learn about food at school and because there's a loss of food culture at home, driven by convenience and snacking. So, he started to look into school meals and found problems there too, that the standard of food and nutrition was inadequate.
- Food Network Canada, « Why School Dinners? »

La campagne *Jamie's School Dinners* ne vient finalement que réaffirmer le soupçon qui avait d'abord mené Jamie à s'intéresser au sort des écoliers britanniques, celui d'un déficit de culture alimentaire chez la jeune génération. Le raisonnement proposé s'organise effectivement autour d'un « constat » relativement simple : s'il règne dans les écoles une culture de la malbouffe – au détriment du plein développement du capital humain des enfants et au risque de les voir souffrir d'un surpoids porteur de maladies chroniques – c'est d'abord parce que les élèves n'ont pas les connaissances et compétences nécessaires afin

d'apprécier les repas santé qui pourraient leur être offerts. C'est-à-dire que le défi d'une bonification de l'offre proposée par les cafétérias scolaires se voit redoublé de cet autre problème, plus fondamental, du rejet par les élèves de menus « à la Jamie » composés d'aliments leur étant peu familiers ou carrément inconnus. La télé-réalité, d'ailleurs, regorge de démonstrations par l'image des limites posées par l'étroitesse de la culture alimentaire des écoliers¹³⁴. La séquence d'introduction de la série, notamment, s'ouvre sur une dizaine d'écoliers incapables de reconnaître les légumes tendus par un Jamie qui, abasourdi, s'exclame : « Jesus, I'm holding a courgette and a celeri and you don't know what it is! ». Cette méconnaissance se traduit à son tour par un refus de même goûter aux aliments et plats que leur propose le chef-célébrité¹³⁵ mais aussi par la nécessité, affirmée dans la série mais aussi dans le manifeste de la campagne, de bannir les options plus familières offertes par la malbouffe afin d'obliger les élèves à modifier leurs habitudes.

Jamie's School Dinners repose donc sur une conception bien particulière du problème de l'alimentation en milieu scolaire, problème qui relèverait au final d'un manque de compétences et de connaissances incitant les élèves à faire les mauvais choix alimentaires. L'explication aurait pu être tout autre : stricte lacune de l'offre en cafétérias, méconnaissance chez les enfants des conséquences physiologiques d'une diète de malbouffe, valorisation dans les médias d'une attitude de défiance par rapport aux recommandations expertes au profit d'une recherche de plaisir immédiat, manque de volonté et de contrôle de soi d'une majorité de jeunes, etc.. Pourtant, c'est au discours *foodie* de l'alimentaire comme culture ou *techné* à développer que la campagne

¹³⁴ Beaucoup plus, d'ailleurs, que d'images d'enfants obèses ou encore hyperactifs et incapables de se concentrer en classe. L'accent est donc moins mis sur les conséquences potentielles des mauvaises habitudes des écoliers que sur l'exposition des présumés racines de ces dernières.

¹³⁵ C'est tout l'enjeu du second épisode, tel que décrit précédemment, même si les autres épisodes témoignent également de ce refus : désintérêt total, tel que prédit plus tôt par Nora, des élèves de Kidbrooke devant les plats préparés par Jamie au cours du premier épisode; élèves refusant les bouchées gratuites offertes par le chef et enfant déclinant les 50 livres sterling que Jamie est prêt à lui donner s'il accepte de goûter au sandwich qu'il vient de préparer (3^e épisode); images d'enfants en larmes à l'idée de devoir se contenter des nouveaux menus santé pour leur dîner, qu'un d'eux vomit dès la première bouchée (4^e épisode).

emprunte¹³⁶. Et même doublement, en quelque sorte, puisque ce sont non seulement les choix des élèves qui s'expliquent par un défaut de culture alimentaire mais aussi la pauvreté des menus concoctés par les *dinner ladies* à partir du budget alloué par les écoles. Car s'il ressort clairement de la campagne que ce budget moyen de 37 *pence* par élève doit être revu à la hausse, il ne fait aussi aucun doute que le manque flagrant de compétences des employées de cafétéria les empêche d'utiliser au mieux les ressources effectivement allouées. La série nous les montre habiles à ouvrir des boîtes de plats surgelés mais incapables de seulement faire cuire des pâtes, d'où la nécessité de les convier à une formation intensive de trois jours afin de les initier aux rudiments du travail de cuisine. L'expérience ne rendra que plus évidente la sous-qualification de la majorité de ces *dinner ladies* auxquelles on veut pourtant confier la mission de copier un Jamie réussissant, lui, à cuisiner santé tout en respectant les contraintes budgétaires et de temps imposées par l'industrie¹³⁷. Aussi la mise en place de programmes de formation pour les employées de cafétérias scolaires figure-t-elle parmi les mesures prioritaires identifiées dans le manifeste de la campagne (Oliver, 2006). Et, de fait, une première cuisine-école reproduisant celles des établissements scolaires a ouvert ses portes quelques mois après la diffusion de la série afin de donner la chance aux *dinner ladies* de suivre une formation de deux jours supposée leur permettre d'élaborer des menus qui rencontrent les normes nutritionnelles tout en utilisant des ingrédients frais et en respectant les budgets alloués. À l'instar de la télé-réalité elle-même, l'initiative vient mettre de l'avant l'idée selon laquelle quelques connaissances et compétences de base suffisent pour permettre à quiconque de préparer des repas sains,

¹³⁶ Cette façon de penser l'action sur les choix alimentaires des écoliers n'est évidemment pas unique à *Jamie's School Dinners*. La Tablée des chefs, « moteur d'implication communautaire » des chefs, cuisiniers et pâtisseries du Québec » dont j'ai déjà fait mention, déploie par exemple une logique très similaire: « On essaie de leur faire découvrir des aliments [...]. On tente de combler un trou dans le développement des enfants. Avec la vie rapide, à l'ère où l'on achète de plus en plus de mets préparés, « il n'y a plus de transmission de connaissances culinaires au sein de la famille, constate la chef. On essaie de s'insérer dans ce cycle. » (Desroches, 2009 : sans pagination)

¹³⁷ Tel que souligné précédemment (cf. p.94), la série met simultanément l'accent sur le manque de financement accordé aux services de cafétérias scolaires – critique reprise, d'ailleurs, dans un *Return to School Dinners* mettant notamment en scène une manifestation organisée par des *dinner ladies* demandant d'être payées pour les heures supplémentaires requises pour la préparation des menus « à la Jamie » – et sur le manque de compétences des travailleuses.

quelles que soient les contraintes monétaires et/ou de temps qui s'appliquent. Dans les termes de l'un des instigateurs du projet:

Preparing a menu with a tight budget is not easy, but it is still possible to provide a healthy and nutritious meal - indeed the guests invited to the official opening will be able to sample a meal produced at a cost of just 70p per head – a sum which is often how much a school catering manager has to spend on each daily meal. (Aldred, 2005 : sans pagination)

Et le message, ici explicitement orienté vers le milieu scolaire, vaut au final pour tout un chacun; en faisant la démonstration que des *dinner ladies* sans formation particulière peuvent arriver en une quinzaine d'heures à peine à se constituer une culture alimentaire suffisante pour préparer en peu de temps des centaines de repas sains et économiques, *Jamie's School Dinners* suggère aussi qu'il est théoriquement possible pour chacun de faire de même à l'échelle de sa propre famille¹³⁸. La suggestion reste toutefois largement implicite : la série originale s'intéresse très peu au contenu des boîtes à lunch amenées de la maison – les parents étant plutôt encouragés à laisser tomber celles-ci au profit des repas préparés par les écoles – et le rôle du milieu familial dans l'acquisition de saines habitudes par les enfants n'est abordé explicitement qu'à travers l'exemple donné par Jamie lui-même¹³⁹ ainsi que l'expérience qu'il réalise auprès d'une famille de Peterlee (deuxième épisode). Tout au plus le manifeste parle-t-il de la nécessité d'éduquer les parents à l'importance de repas santé équilibré pour le développement de leurs enfants. Ce silence relatif pourrait s'expliquer en partie, si on en croit les réactions de *Sainsbury's* aux critiques que Jamie adresse finalement aux parents dans une séquence de *Return to School Dinners*, par le lucratif contrat liant le chef à une chaîne de supermarchés dont une part non

¹³⁸ Une suggestion qui semble avoir été captée par certains téléspectateurs si l'on en croit le sondage, déjà mentionné, montrant que près du quart des téléspectateurs ont modifié leurs habitudes alimentaires dans les semaines suivant la diffusion de la série.

¹³⁹ Les séquences montrant la famille Oliver font une large place à l'alimentaire (arrivée de Jamie avec ses sacs d'épicerie, préparation de repas en famille, etc.). D'ailleurs, la séquence d'introduction du premier épisode est immédiatement suivie d'une prise tournée dans la cuisine des Olivers alors que Jamie prépare y un repas et discute avec sa femme tout en encourageant sa jeune fille à identifier les aliments et instruments de cuisine utilisés. On le voit ensuite à table, détaillant le prix du repas qu'il vient tout juste de concocter pour ses proches (*Jamie's School Dinners*, 2005a).

négligeable des revenus provient de la vente à ces mêmes parents d'aliments préparés et de malbouffe¹⁴⁰. Mais il s'explique sans doute aussi par un autre des « constats » sur lesquels repose la campagne, celui de l'incapacité de la majorité des parents à nourrir correctement leur famille faute d'être munis d'une culture alimentaire suffisante.

Difficile, en effet, de blâmer les parents de ne pas fournir à leurs enfants un environnement alimentaire plus sain alors qu'ils n'ont eux-mêmes jamais été initiés aux « compétences de vie essentielles » nécessaires à l'adoption d'habitudes éclairées dans le domaine :

[We need our kids to] learn to understand food, and to cook and shop on a budget –essential life skills. There's a whole generation of parents out there who were never taught the ease of cooking. This is why the government needs to step in and bolster the school environment, as it's the only place where the kids are going to learn. (Oliver, 2006 : sans pagination)

Si le gouvernement se doit d'agir, soutient le manifeste, c'est que la génération actuelle de parents – en tant que première victime de cette coupure dans la transmission intergénérationnelle de compétences qui explique aussi les mauvaises habitudes des écoliers – est pour sa part inapte de le faire. L'enjeu en est donc un relevant de la responsabilité incombant à chaque génération de transmettre une certaine *techné* alimentaire à la génération suivante; une responsabilité négligée dans les dernières

¹⁴⁰ Ce dernier s'y livre effectivement à une attaque en règle contre l' « insouciance » de certains parents en lançant à la caméra : « You know, I've spent 2 years being politically correct about parents. It's kind of time now to say: « If you're giving very young kids lots and lots of fizzy drink, you are a fucking asshole!... If you're giving them bags of sweets at a very young age, you're an idiot! Why are you doing that? If you've never cooked them a hot meal, sort it out. Do it once a week please. This is not the Jamie Oliver show... I am here for a job, right. I am here because I truly care. And I am bugging off. I'm going home, back to London. And I've got other shit to do. And if they truly care, if they like the idea about the pub and the school, they're gonna take control. » Le chef exécutif de *Sainsbury's* a immédiatement cherché à corriger le tir de leur porte-parole en affirmant: « While I agree with Jamie's drive to get children eating healthily, his attack is neither correct nor the best way to achieve a change. "I ate crisps when I was young and drank fizzy drinks. My children do the same and they should be allowed to enjoy them. "There is no such thing as bad food - just bad diets... Dictating to people - or unleashing an expletive-filled tirade - is not the way to get engagement." » (Poulter, 2006 : sans pagination) La leçon semble avoir été bien saisie par le chef-célébrité qui change drastiquement de ton avec la campagne *Ministry of Food* (cf. p. 77)

décennies et que l'État se doit maintenant d'assumer afin de relancer la « chaîne » de transmission intergénérationnelle avec des écoliers d'aujourd'hui¹⁴¹.

L'argumentaire s'inscrit, bien sûr, dans un ensemble plus large de discours et pratiques dénonçant depuis plusieurs années déjà la supposée perte de culture alimentaire dont les sociétés occidentales seraient victimes (voir Pollan, 2009a, par exemple, pour les États-Unis). Ainsi de sœur Angèle, représentante par excellence pendant plus d'une décennie du genre culinaire au petit écran québécois, qui déclarait récemment que « la perte des habiletés culinaires dans plusieurs strates de la société a déjà fait «des dégâts importants» » (Deglise, 2006a : A1) ou encore du diagnostic, par le directeur de l'Académie culinaire de Montréal, d'une « cassure entre les générations » dû au fait que « les mères ont cessé d'enseigner à leurs filles à cuisiner » (Barlow, 2009 : sans pagination)¹⁴². Même chose de l'autre côté de l'Atlantique, où les représentants d'organismes de la société civile britannique tels que *Focus on Food* et *Sustain* s'entendent pour dire que « Many young adults don't know how to chop vegetables, grill meat or even make a salad, leaving them with little option but ready meals and fast food when it comes to feeding themselves and their family » (Winterman, 2006). Les jeunes adultes, dépourvus de toutes compétences alimentaires, n'auraient d'autres choix que de s'en remettre aux plats préparés que leur proposent les restaurants ainsi que les grandes chaînes de supermarchés; une relation entre érosion des savoir-faire et multiplication de l'offre en malbouffe et en produits préparés plus circulaire qu'unidirectionnelle, en fait, si l'on

¹⁴¹ La *Soil Association* soutient, dans un rapport dont j'ai parlé précédemment (« Food for Life. Healthy, Local, Organic School Meals »), un constat très similaire : « A significant proportion of young parents don't know how to cook for themselves to any significant degree, they were not taught themselves and a substantial majority of parents want schools to teach their children how to budget for food, select good quality and prepare healthy meals. » (2003 : 30). L'association propose, à l'instar de *Jamie's School Dinners*, de s'attaquer directement à l'éducation alimentaire des enfants, la génération de leurs parents étant en quelque sorte déjà « perdue ». Mais le chef-célébrité revient, lui, sur ses positions à la suite de *Return to School Dinners*, l'expérience lui ayant fait réaliser de son propre aveu que les parents constituent en fait le « véritable problème » (Goodman, 2007; Oliver, 2006). D'où l'idée de lancer une campagne (*Ministry of Food*) invitant les adultes britanniques à s'entraider afin de combler les lacunes de leur propre éducation en se dotant de nouvelles compétences et connaissances alimentaires.

¹⁴² Ce commentaire témoigne bien des enjeux de genre qui traversent les discours de perte de culture alimentaire, enjeux sur lesquels je reviendrai plus longuement au chapitre de conclusion.

considère que ce dernier phénomène se voit tout aussi souvent posé comme *cause* d'un délaissement progressif des fourneaux¹⁴³.

Sans surprise, l'idée que la mise sur le marché d'un nombre grandissant d'aliments préparés participe de cette perte de culture alimentaire à laquelle elle cherche à s'attaquer est totalement absente de la campagne *Jamie's School Dinners*. Certains produits spécifiques (*Turkey Twizzlers* et autres viandes séparées mécaniquement, notamment) sont bel et bien pointés du doigt par le chef mais l'industrie alimentaire – à laquelle Jamie est, on le rappelle, intimement associé – sort globalement indemne de l'exercice¹⁴⁴. En fait, la campagne fait l'économie de toute tentative d'explication des causes du déficit de compétences alimentaires qui afflige les adultes d'aujourd'hui¹⁴⁵ pour plutôt partir du « constat » de ce déficit et de la menace qu'il fait peser sur le bien-être de leurs enfants. Sur le bien-être de leurs propres rejetons, littéralement, aussi bien que celui des enfants en tant que groupe incarnant l'avenir de la nation. Car le cadrage du problème des habitudes

¹⁴³ Aussi le chef-célébrité québécois Ricardo Larrivée, par exemple, se borne-t-il à mettre en évidence ce lien sans en préciser la direction : « Au Québec, on cuisine un peu plus que dans le reste du pays. Dans nos épicerie, il y a un plus grand choix de produits "moins transformés", comme des pièces de viande qu'il faut apprêter soi-même et des yogourts nature. Malgré cela, les savoir-faire se perdent. C'est un phénomène occidental.» (cité dans Barlow, 2009 : sans pagination)

¹⁴⁴ Seules quelques séquences de *Return to School Dinners* (visite chez un fermier pour approvisionner le pub en charge des repas scolaires et foire organisée par Jamie afin de créer des liens entre les producteurs, restaurateurs et écoles de la communauté du Lincolnshire) suggèrent que des alternatives à l'industrie alimentaire pourraient être souhaitables. *Jamie's School Dinners* se distingue ici à la fois du discours *foodie* se développant largement en opposition à l'industrie alimentaire de masse et de plusieurs initiatives associant désir de réforme des menus scolaires et promotion de circuits de distribution alimentaire alternatifs (produits locaux et/ou biologiques). On peut penser, par exemple, à la campagne lancée en Grande-Bretagne par la *Soil Association* avec son rapport de 2003 ou encore au réseau national de programmes *Farm to School* qui, aux États-Unis, «connect schools with local farms with the objectives of serving healthy meals in school cafeterias, improving student nutrition, providing health and nutrition education opportunities that will last a lifetime, and supporting local small farmers.» (*Farm to School*, sans date-a : « Home »)

¹⁴⁵ Il faut attendre le passage de Jamie en 2008 devant le *Commons Health Select Committee* pour voir entendre l'explication implicitement genrée que ce dernier donne du phénomène : « Increasing numbers of women going out to work in recent years had left whole generations without basic cooking skills, he [Jamie] said. "This is the first time in British history that we have a large number of people who cannot cook," he told the committee. "If you have knowledge about how to cook you will know how to buy efficiently and cheap." He called for the Government to step in to teach cooking to help working mothers, as payback for the tax that they contribute to the economy. "Over the last 40 years our girls have gone out to work," he said. "They used to be the keyholders of this knowledge."» (Devlin, 2008 : sans pagination). Le même constat sert d'ailleurs de point de départ au manifeste de la campagne *Ministry of Food* : « Cooking skills used to be passed down through the generations but now that chain has been broken. With

alimentaires des écoliers en termes de coupure dans la transmission de certains savoir-faire situe celui-ci au carrefour de l'intergénérationnel comme phénomène de population (les « enfants de la nation ») et comme enjeu de filiation (la descendance d'un parent donné). En ce sens, j'aimerais suggérer que *Jamie's School Dinners* s'adresse à des sujets compris tout à la fois comme membres d'une nation – féminisée puisque définie par une fonction (celle de la transmission de compétences culinaires) traditionnellement féminine – et en tant que « citoyens familiaux » (Probyn, 1998); une double appartenance citoyenne que la campagne contribue à produire que je me propose maintenant d'explorer à partir de la notion de « citoyenneté culturelle » telle que développée tout particulièrement par Joke Hermes (2005). Je me tournerai ensuite vers les différentes mesures prônées en guise de solutions au « problème » dont j'ai jusqu'à présent cherché à tracer les grandes lignes afin de les considérer comme autant de technologies de la citoyenneté participant d'un vaste programme de réforme culturelle de citoyens en devenir.

Citoyenneté nationale, citoyenneté familiale

Dans *Re-reading popular culture* (2005), Joke Hermes prend la contrepartie de critiques réduisant la culture populaire à un ensemble de produits sans valeur et délibérément conçus pour plaire au plus grand nombre pour nous convier, plutôt, à considérer les effets de la culture populaire « avec sérieux ». L'invitation implique, à un premier niveau, de penser la culture populaire en tant que ressource à partir de laquelle émerge un ensemble de pratiques de consommation et de significations partagées :

Taking popular culture seriously means that I do care about how such favorites [programs, book genres, artists, etc.] keep us enthralled and engage our fantasies about who we want to be and how we would like to live our lives. In short, popular culture is connected to who we think we are, to how we understand our responsibilities and rights, how we hold out hope for the future, or how we are critical of the state of things in the environments in

more women out at work and no compulsory cooking lessons at school, two generations have not been taught the basics. » (Oliver 2008 : 1-2).

which we move and of which we feel we are part. Popular culture, then, can disclose to those who are interested what collective fantasies we hold, what scenarios and criticisms circulate... Popular culture is not the stuff of lowest common denominators; it is the stuff of citizenship and connection. (2005 : viii)

Si les textes de la culture populaire importent, donc, c'est qu'ils permettent aux téléspectateurs de se construire une vision du monde qu'ils sauraient, par ailleurs, partagée. De fait, la culture populaire est avant tout lieu de création de communautés organisées autour de fantaisies et d'identités réfléchies et négociées, communautés diversifiées desquelles les lecteurs sont invités à se sentir partie prenante. D'où, pour Hermes, le potentiel démocratique de la culture populaire qui, en tant qu'elle favorise les liens d'appartenance à des communautés dans/par lesquelles se construit un ensemble de significations, permet l'exercice quotidien et informel d'une certaine forme de citoyenneté : la citoyenneté culturelle. Cette dernière, comme l'explique Hermes, a moins à voir avec la revendication de droits (culturels) auprès de l'État qu'avec différents usages de la culture (populaire) permettant aux téléspectateurs de se définir en tant que membres d'une certaine communauté¹⁴⁶: «*cultural citizenship can be defined as the process of bonding and community building, and reflection on that bonding, that is implied in partaking of the text-related practices of reading, consuming, celebrating, and criticizing offered in the realm of (popular) culture.*» (2005: 10; italiques originaux) Discussions entre collègues sur les mérites relatifs de deux téléséries concurrentes, participation à l'un des forums virtuels dédiés à son artiste préféré ou encore écoute d'un match de soccer entre amis – toutes des pratiques qui rappellent le *fandom* tel que décrit précédemment – peuvent ainsi être comprises comme autant de manifestations d'une citoyenneté culturelle multiforme. Sous

¹⁴⁶ En ce sens, le concept de citoyenneté culturelle tel qu'entendu par Hermes se distingue d'autres acceptations du terme se situant dans le prolongement de l'approche libérale de la citoyenneté : « Most authors writing about cultural citizenship follow Marshall's (1994 [1964]) reconstruction of civic rights as the first stage of citizenship, to be followed by political rights (the vote), and the social rights fought over during the twentieth century. This is citizenship defined as the rights and obligations that individuals have in relation to the nation-state. Social movements claiming cultural rights for particular groups mark a new era of citizenship discussion (cf. Rosaldo 1999). Such identity politics are not the focus of this book, however. I am interested here in how cultural citizenship as a term can also be used in relation

l'impulsion des conglomérats médiatiques internationaux ainsi que des cultures de fans, cette dernière se déploie en effet de plus en plus souvent en dehors de la seule communauté nationale pour s'ancrer simultanément à l'intérieur de collectivités locales et de réseaux transnationaux. Ainsi, par exemple, des possibilités offertes par la culture *foodie* en termes d'attachement et de participation à une variété de communautés (réseaux internationaux de blogueurs en interaction les uns avec les autres, rassemblements locaux d'adeptes de restaurants clandestins, groupes d'amis pour lesquels les bons repas sont avant tout occasion de rencontre¹⁴⁷, etc.), toutes organisées autour de produits de la culture populaire et le plus souvent sans lien avec une identité nationale donnée.

Or malgré son emprunt à ce discours *foodie*, précisément, *Jamie's School Dinners* se veut d'abord et avant tout le portrait d'une crise nationale adressé à la nation elle-même¹⁴⁸. Le ton est d'ailleurs donné dès la séquence d'introduction au premier épisode, où Jamie répond au « Can Jamie Oliver change what Britain kids eat at school ? » lancé par le narrateur par une déclaration d'intention sans équivoque : « I am doing this because I want our kids to eat better food. I want the kids to grow healthier. I want to have a fucking better, cooler, cleverer, healthier nation. » (*Jamie's School Dinners*, 2005a) Le chef et, plus largement, la campagne lancent un cri d'alarme à la nation britannique (« our kids »), sommée de se saisir du problème des habitudes alimentaires de sa jeune génération (par une régénération de sa culture alimentaire) afin d'assurer son propre devenir économique (par

to less formal everyday practices of identity construction, representation, and ideology, and implicit moral obligations and rights. » (2005 : 4)

¹⁴⁷ Une part non négligeable de la culture *foodie* semble effectivement tourner autour de la création de communautés affectives où collègues, amis et familles se trouvent réunis par le partage de repas confectionnés avec soin à leur intention. En ce sens, ce discours s'adresse à des sujets pensés comme partie prenante de réseaux affectifs et/ou de communautés de valeurs transnationales alors que les citoyens auxquels s'adresse *Jamie's School Dinners* sont quant à eux posés, comme nous le verrons sous peu, comme membres d'une famille et/ou d'une collectivité nationale.

¹⁴⁸ Il s'agit, bien sûr, de la nation britannique, ce qui n'empêche pas que les téléspectateurs non-britanniques de la télésérie soient eux aussi invités à se penser en tant que membres d'une collectivité nationale qu'il s'agit alors de mettre en perspective à l'aide du portrait qui leur est dressé. La mobilisation d'un vocabulaire éminemment national n'empêche pas, non plus, que certains téléspectateurs s'approprient la série sur une autre base, par exemple en tant que texte venant strictement conforter une croyance partagée avec une certaine communauté (groupe d'amis, etc.) que les chefs cuisiniers tendent à occuper trop d'espace au petit écran de par leur recherche de célébrité à tout prix. Finalement, d'autres n'y ont sans doute vu qu'un simple divertissement n'appelant aucun investissement particulier

un développement maximal du capital humain des travailleurs de demain et la minimisation d'un surpoids potentiellement coûteux chez ces derniers). C'est donc aux membres d'une communauté nationale que la campagne s'adresse¹⁴⁹, un public uni, comme nous l'avons vu, non seulement en vertu d'une destinée économique commune – comme dans le cas des programmes d'écoles en santé et de lutte au surpoids desquels s'inspire *Jamie's School Dinners* – mais aussi par un obligation de partage et de transmission intergénérationnelle de certaines compétences culturelles (alimentaires) de base¹⁵⁰.

Et s'il existe effectivement certaines lignes de partage significatives au sein de cette communauté nationale, celles-ci se posent uniquement en termes générationnels. Nulle part dans la campagne n'est-il fait mention, par exemple, de spécificités qui pourraient découler de l'appartenance ethnique ou religieuse de certains écoliers (problèmes de compatibilité entre les mets proposés par Jamie et la diète traditionnelle ou encore les interdits alimentaires d'un groupe donnée, par exemple). Aucune mention non plus des exigences associées à certaines conditions médicales (enfants et/ou parents diabétiques, allergiques aux produits laitiers, etc.) ou familiales (familles monoparentales, avec plusieurs enfants, etc.) particulières. Les références aux contraintes économiques qui pèsent sur certains

de leur part, un même produit culturel pouvant donner lieu ou non à des pratiques de citoyenneté culturelle selon les lecteurs concernés.

¹⁴⁹ Il n'est peut-être pas anodin, en ce sens, que la série ait été diffusée par une chaîne de service publique (*Channel 4*) – toutefois financée, à la différence de la BBC, uniquement à partir de ses activités commerciales – disponible sur tout le territoire de la Grande-Bretagne. De la même façon, le choix de s'attaquer à la situation prévalant dans les écoles situe d'emblée le problème à l'échelle nationale.

¹⁵⁰ Cette définition de la nation en termes aussi culturels – reconfiguration rendue possible ici par l'emprunt à la notion de culture alimentaire telle qu'elle se déploie par/dans le discours *foodie* – ressort encore plus nettement de la campagne subséquente du chef, intitulée *Ministry of Food* en référence au « ministère de l'alimentation » mis sur pied pendant la seconde guerre mondiale afin d'enseigner au public à faire le meilleur usage des aliments disponibles en cette période difficile. L'objectif, comme nous l'avons vu, est effectivement d'assurer « la santé future du pays » en retournant la nation à ses fourneaux – une production genrée de la nation – par la création de chaînes de transmission de compétences alimentaires se voyant aujourd'hui menacées de disparition (*Pass it on chains* à travers lesquels des citoyens s'engagent à enseigner concrètement à deux autres personnes comment réaliser une recette donnée) (*Jamie's Ministry of Food*, sans date). Comme l'explique Jamie dans la section de son site dédiée au livre accompagnant la série : « Food culture in Britain is a topic that has been close to my heart for a long time... Brits have one of the highest obesity rates in Europe and are eating more ready meals than ever. How we prepare our food and the food we eat has changed over the last 50 years. Generations are not having cooking skills passed on to them in the same way they used to, which may be why people are turning to takeaways or ready meals as an easy option for meals. I think it's absolutely crucial to get people excited about cooking good food again, and passing it on to as many of their friends, colleagues & family as they can. » (Oliver, sans date-d : « Jamie's Ministry of Food »)

citoyens ainsi qu'à l'idée de classe sociale sont quant à elles bien présentes, mais toujours en tant que « réalité » s'avérant au final sans importance. Après tout, l'expérience réalisée par Jamie auprès d'écoles de quartiers défavorisés du pays vient précisément, tel que mentionné précédemment, faire la « preuve » qu'il est possible de s'alimenter sainement à très faible coût. L'inadéquation d'un partage des citoyens en classes économiques pour penser le problème des habitudes alimentaires de la nation est aussi explicitement réaffirmée par le chef sur le site de la campagne *Ministry of Food* (« Good food and good eating aren't a class thing – anyone can eat good food on a budget as long as they know how to cook ») de même que lors de son passage, en 2008, devant le *Select Committee on Health Inequalities* : «There are plenty of City boys who earn - well, used to earn - a lot of money who can't nourish their kids, even on a gold card," he said. "I can tell you it is categorically not about money or time. It's about knowledge." » (Pidd, 2008 : sans pagination)¹⁵¹

Le problème, donc, en est un de savoir pratique se distribuant de façon différentielle parmi différents groupes d'âge supposés homogènes¹⁵². Aussi la communauté à laquelle les sujets qui participent à la campagne (téléspectateurs de la série, lectorat des commentaires médiatiques sur la campagne, etc.) sont appelés à s'intégrer se comprend-elle essentiellement en termes nationaux et générationnels. Elle se comprend aussi en tant que collectivité *affective*, à la fois outrée et anxieuse devant le triste portrait de son propre

¹⁵¹ Comme on le voit, les contraintes de temps pouvant pour diverses raisons peser sur la préparation des repas sont elles aussi jugées insignifiante par le chef, qui fait la démonstration de la facilité avec laquelle ce faux obstacle peut être surmonté en réussissant à préparer des repas sains pour des centaines d'écoliers tout en respectant l'horaire très serré des cuisines scolaires. Aucune référence, d'ailleurs, au temps de préparation des recettes proposées plus tard (dans *Ministry of Food*) afin de ramener les Britanniques à leurs fourneaux. C'est une approche assez similaire à celle déployée par/dans le discours *foodie*, où il est entendu qu'il est toujours possible de préparer des repas sains en peu de temps sachant par ailleurs que l'alimentaire importe suffisamment pour que tout investissement de temps dans ces pratiques en vaille la peine – un double régime qui explique sans doute la place importante accordée à la notion de simplicité mais aussi, parallèlement, la prééminence accordée aux desserts en tant que partie non nécessaire du repas dont la préparation exige un investissement de temps souvent important.

¹⁵² D'où la possibilité, notamment, pour Jamie de se déclarer le porte-parole à la fois des *dinner ladies* et des parents (« I'm going to try and remain the voice of the dinner lady and the parent » (Curtis, 2005 : sans pagination)), ceux-ci formant un seul et même groupe du fait de leur appartenance à une même génération. C'est sur ce lien que repose le message (implicite) que le « constat » réalisé en lien avec la situation des *dinner ladies* – celui d'un manque sévère de

avenir dont la télésérie fait, comme je l'ai déjà dit, la démonstration par l'image à travers un récit axé sur l'expérience personnelle. La campagne m'apparaît en ce sens très près des pratiques de «gouvernement par la névrose» qu'Engin F. Isin cherche à distinguer de pratiques de «gouvernement par le risque » s'adressant à un sujet rationnel et calculateur :

I shall interpret a few emerging practices in various domains of social life as 'governing through neurosis'. What I mean by that term as opposed to 'governing through risk' is that the subject at the centre of governing practices is less understood as a rational, calculating and competent subject who can evaluate alternatives with relative success to avoid or eliminate risks and more as someone who is anxious, under stress and increasingly insecure and is asked to manage its neurosis. Unlike risk society theories and governmentality studies on risk, the subject at the centre of governing through neurosis is not addressed to mobilize its rational capacities to evaluate truth claims but through affects that manage its anxieties. (2004 : 225)

En tant qu'elle se déploie d'abord sur le mode de l'émotionnel et de l'affectif, la campagne m'apparaît davantage comme un mode de gestion de l'anxiété (face à l'avenir économique de la nation) que comme un moyen pour les citoyens d'évaluer rationnellement les mesures les mieux à même de réduire les risques de sous-exploitation du capital humain et de banqueroute du système de santé. C'est-à-dire que la télésérie ainsi que les textes médiatiques participant de *Jamie's School Dinners* invitent les sujets à s'engager dans une variété de pratiques (signature de la pétition *Feed me better*, participation au « débat national » (Lawrence & Pidd, 2005) par des conversations informelles autour de la série ou par la production de textes sur le sujet, lobbying auprès des instances scolaires et étatiques, etc.) relevant d'une citoyenneté culturelle ancrée dans l'image anxiogène d'une nation menacée par une génération entière d'adultes inaptes à transmettre à la génération suivante les compétences alimentaires nécessaires à son bon développement.

Or en tant qu'une certaine famille – c'est-à-dire une famille avec enfant(s) – constitue le lieu traditionnel de cette transmission intergénérationnelle maintenant interrompue, la campagne s'adresse aussi simultanément à des sujets pensés en tant que *parents*. La catégorie (neutre en termes de genre) du « parent » est effectivement centrale à la télésérie, où se succèdent les rencontres du chef avec certains parents bien réels et la mise en image du quotidien de deux familles très différentes – celle qui, accro aux *Turkey Twizzlers*, réussit avec peine à se conformer à la diète prescrite par Jamie pour une semaine (épisode 2) et celle du chef lui-même, qu'on voit le plus souvent au moment de la préparation des repas alors que Jamie cuisine pour sa petite famille tout en initiant sa fille aux aliments et instruments utilisés¹⁵³. Plus largement, la campagne dans son ensemble invite les sujets à se reconnaître et à s'investir dans diverses pratiques *en tant que parents*. Ceux-ci constituent par exemple l'un des quatre groupes cibles (avec les enseignants, les directeurs d'école et les *dinner ladies*) du manifeste et c'est en tant que représentant de cette communauté que certains commentateurs réagissent à la diffusion de la série (« Most parents are at best uncomfortable about what their children are given to eat at school. Many of us are downright angry. » (Lawrence & Pidd, 2005 : sans pagination)). C'est aussi en tant que partie prenante d'une collectivité formée de parents que les sujets sont appelés à s'intéresser à l'offre alimentaire de l'école fréquentée par leurs propres enfants¹⁵⁴. Aussi pouvaient-ils lire, par exemple, dans un compte-rendu de l'annonce d'un investissement gouvernemental dans les cantines scolaires du pays faite par la secrétaire d'État à l'éducation, Ruth Kelly, peu après la diffusion de la série que « Ms Kelly also wants parents to become more involved in what their child's school is serving and has ordered a "toolkit" for parents on how to get involved in the new Trust, to be published in May. »

¹⁵³ Tel que mentionné précédemment, la carrière du chef-célébrité dans son ensemble fait une large place à un idéal plutôt traditionnel de la famille nucléaire – d'où, par exemple, les commentaires d'un Jamie déclarant qu'il a toujours voulu marier une femme qui resterait à la maison pour s'occuper des enfants (Hattenstone, 2005). Nous verrons sous peu que cette distribution explicitement genrée des rôles est tout au contraire absente de la campagne *Jamie's School Dinners*.

¹⁵⁴ Encore une fois, il semble qu'on puisse y voir une forme de « gouvernement par la névrose » opérant à travers l'anxiété de parents chargés de la tâche (impossible) de veiller au développement (physique, psychologique et social) optimal de leur progéniture.

(Curtis, 2005 : sans pagination). Parallèlement, certains articles de quotidiens (Lawrence & Pidd, 2005) détaillaient aux parents les étapes à suivre afin de faire bouger les choses au niveau des écoles fréquentées par leur(s) enfant(s) et *Channel 4* lançait un « *action pack* » spécialement destiné aux parents dans les pages Web qu'elle consacrait à la série :

Are you concerned about your child's school dinners? Do you know what they serve? Do you know who to talk to or even who's in charge? Channel 4 has produced a fantastic downloadable action pack specifically for parents. We've got lots of advice on finding out about the quality of your child's school meals, ways to start a campaign for change and some simple ways to improve your child's general diet. (Channel 4, 2005a : sans pagination)

D'une génération d'adultes incapable, du fait de son propre manque de compétences alimentaires, de s'attaquer elle-même au problème des habitudes des écoliers britanniques se détache ainsi une autre collectivité faite de parents qui, eux, seraient aptes à (et responsables de) s'investir activement dans le gouvernement de leur propre famille¹⁵⁵. Pour ce faire, les parents sont invités à s'engager dans une série d'activités destinées, d'abord, à se mettre au fait de la diète hebdomadaire de leurs enfants en leur faisant remplir un journal quotidien et à appeler ou visiter l'école qu'ils fréquentent afin de vérifier la nature exacte des menus qui leur sont offerts. Les observations réalisées à cette étape doivent ensuite permettre aux parents de déterminer les actions à entreprendre parmi la gamme de démarches détaillées dans leur *action pack*. Si on y propose divers trucs afin modifier les habitudes alimentaires de la famille de façon à rendre les enfants plus réceptifs aux options

¹⁵⁵ Notons que les appels à l'action lancés aux parents ne donnent pas nécessairement les résultats souhaités, certains parents décidant effectivement de s'intéresser à l'offre alimentaire de l'école fréquentée par leurs enfants mais pour dénoncer le manque d'options « malbouffe » offertes et l'inadéquation de ce menu en regard aux goûts des enfants. Aussi deux mères de Rotherham, par exemple, ont-elles décidé de remédier à cette situation en se postant chaque matin derrière le grillage de l'école de leur propre progéniture pour prendre, à la pause, les commandes en malbouffe d'une soixantaine d'enfants avant de revenir livrer le tout à leurs « clients » à l'heure du dîner (*The Star*, 2006). Le cas de ces « junk food mums » montre bien, par ailleurs, que la définition du problème des habitudes alimentaires des jeunes et des solutions à y apporter proposée par *Jamie's School Dinners* peut se heurter à des définitions concurrentes de la situation, le principal de l'école justifiant notamment sa décision d'interdire les sorties à la pause dîner en invoquant aussi le problème de la sécurité des jeunes sur la route alors que les mères concernées faisaient elles entrer dans l'équation l'unilatéralisme de cette décision (Wainwright, 2006).

santé qui pourraient être offertes par l'école¹⁵⁶, l'essentiel des démarches suggérées implique la mise sur pied d'initiatives locales demandant la participation des divers acteurs de la communauté scolaire concernée (autres parents, conseil étudiant, *Local Education Authority*, professeurs, directeur de l'école, *School Association*, etc.). Ainsi de l'organisation d'une *junk amnesty*, par exemple, au cours de laquelle toute la malbouffe trouvée dans les sacs des écoliers lors d'une fouille surprise est saisie puis comptée et pesée de façon à faire la démonstration aux écoliers comme aux parents de l'importance des quantités de malbouffe importées quotidiennement entre les murs de l'école. Les parents peuvent encore choisir de faire du lobby auprès de leurs conseillers locaux et/ou de chercher à initier un changement dans les modes d'approvisionnement de l'école fréquentée par leurs enfants (partenariat avec un pub local, choix d'un contracteur différent de celui privilégié par le *Local Education Authority* ou création d'un service de restauration scolaire indépendant). Dans tous les cas, c'est à une prise en charge proactive et autonome de leur communauté scolaire que les parents sont appelés à contribuer – un message dont *Jamie's Return to School Dinners* se veut une longue démonstration par l'image¹⁵⁷ et qui s'avère parfaitement en phase avec l'approche compréhensive de l'école (*whole school approach*) mise de l'avant, comme nous l'avons vu, par/dans les programmes d'école en santé inspirés du discours du capital humain porté notamment par la *Third Way* britannique. Ces sujets sont donc invités, *en tant que parents*, à s'impliquer au sein de différentes communautés éducationnelles (la famille elle-même, le milieu scolaire, la nation) à travers lesquelles ils peuvent œuvrer au développement optimal de leur(s) enfant(s)¹⁵⁸.

¹⁵⁶ Comme l'indique le site : « There's no point providing great food at school if the kids won't eat it. The transformation really needs to start at home. Here are some great ideas to convince your children that fresh, nutritious food tastes better, makes them feel healthier and is fun to prepare. » (Channel 4, 2005b : sans pagination) Notons que c'est le seul lieu de la campagne invitant expressément les parents à modifier leurs propres habitudes.

¹⁵⁷ L'épisode montre la création d'un partenariat entre certaines écoles dépourvues de cuisine et un pub local chargé de leur fournir des repas chauds, la rencontre de Jamie avec les différents partenaires d'une communauté scolaire du Lincolnshire (parents, conseil scolaire, etc.) et, finalement, l'organisation d'une *junk amnesty* à Kidbrooke puis d'une foire rassemblant différents acteurs (restaurateurs, producteurs, professeurs, directeurs d'école, enfants, parents, etc.) du comté de Lincolnshire afin de les inviter à « reconstruire la communauté » sans attendre l'implication du gouvernement.

¹⁵⁸ Il me semble toutefois que ces différents attachements diffèrent en ce que la famille et la nation y sont conçues d'abord comme communautés de valeur desquelles émergent certains droits et devoirs moraux alors que l'implication

En posant ainsi le lien familial comme lieu privilégié d'identification citoyenne, la campagne *Jamie's School Dinners* me semble participer du mouvement de « familiarisation du social » et de naturalisation d'un « citoyen familial » décrit par Elspeth Probyn dans « *Mc-Identities. Food and the Familial Citizen* » (1998). Pour celle-ci, la récente redéfinition de la citoyenneté en termes d'abord consuméristes produit un citoyen-consommateur actif à qui il incombe de faire des choix éclairés entre les divers biens et services offerts par les secteurs privé et public. Les citoyens contemporains sont en ce sens invités à se réaliser par/dans la consommation davantage que par/dans la politique ou le social – une consommation trouvant dans la famille, toujours selon Probyn, un ancrage privilégié. Aussi voit-on un nombre grandissant de discours s'adresser à un « citoyen familial » à qui il revient de faire des choix éclairés pour sa famille, elle-même comprise comme lieu premier de responsabilité économique et sociale¹⁵⁹. Participe de cet investissement de la famille toute une gamme de télé-réalités de genre « intervention de vie » mettant l'accent sur le diagnostic et la résolution de problèmes relevant du style de vie familial et de la sphère domestique (*Nanny 911*, *Supernanny*, *How Clean is Your House*, *Wife Swap*, etc.)¹⁶⁰. Parallèlement, une gamme d'initiatives étatiques et d'organismes de la

au sein du milieu scolaire revêt un caractère plus stratégique et volontaire. Ainsi s'entrecourent et se renforcent mutuellement des formes de « gouvernement à travers la communauté » caractéristiques, respectivement, des rationalités de gouvernement de la *Third Way* et du néolibéralisme. Alors que la première s'adresse à un sujet d'abord éthique ressentant la responsabilité morale de s'engager dans diverses communautés desquelles il partage les valeurs (Rose, 1999b), la seconde prend appui sur un sujet autonome choisissant volontairement de s'investir (ou non) au sein de communautés données sur la base de calculs coûts/bénéfices (O'Malley & Palmer, 1996: 149).

¹⁵⁹ Les publicités de McDonald's (Probyn, 1998), les 70 titres de la collection du CHU Sainte-Justine pour les parents (www.editions-chu-sainte-justine.org), www.canadianparents.com ou encore *Today's Parent magazine*, pour ne donner que quelques exemples.

¹⁶⁰ Les émissions de style « *life intervention* » sont celles qui mobilisent des experts de tous acabits (motivateurs professionnels, coachs de vie, conseillers financiers, etc.) afin de venir au secours de personnes aux prises avec différents problèmes d'ordre personnel et/ou professionnel – autant d'interventions que Ouellette & Hay (2008) analysent, tel que mentionné précédemment, en tant que technologies culturelles participant au gouvernement de soi des citoyens des régimes de libéralisme avancé. Les émissions diffusées aux heures de grande écoute tendent, selon Ouellette & Hay, à agir principalement au niveau de la famille et à promouvoir « stable, functioning families by circulating regimens, skills, and rules related to household organization, cleanliness, time management, and parenting. » (2008 : 92) La série *Honey We're Killing the Kids*, par exemple, met en scène une nutritionniste allant chaque semaine à la rencontre d'une famille dont les habitudes de vie sont présentées comme une menace pour la santé et le bien-être futurs de leurs enfants. Un bilan initial de la situation permet à une équipe d'experts de produire une projection – par une série d'images digitales le plus souvent troublantes pour les parents – de l'état dans lequel se trouveront ces enfants à l'âge de 40 ans. Ébranlés, les parents acceptent alors de se plier pour une durée minimale

société civile en appelle à un « citoyen familial » chargé, par exemple, de veiller à la sécurité de sa famille ou encore de modifier les habitudes alimentaires et de loisirs de celle-ci afin de lui assurer un avenir plus heureux et plus sain : campagne *Change4life* en Grande-Bretagne (www.nhs.uk/change4life), zone famille du Défi 5/30 au Québec (www.defisante530equilibre.ca), Groupe d'entraide pour les parents d'enfants avec excès de poids (www.gepeep.org), *The parents jury* en Australie (www.parentsjury.org.au), etc.. Mais si ces différents discours participent bel et bien, dans leur rencontre, à faire de la famille un lieu de citoyenneté privilégié, il ne faut pas pour autant en déduire que c'est toujours et nécessairement une même image de la famille qui s'y voit mobilisée. Des impératifs contradictoires font parfois leur apparition – la nécessité d'assurer le développement maximal de chaque enfant par le recours à des cours de tous genres pouvant s'opposer, par exemple, à l'idéal d'une éducation axée sur l'autonomie et le libre choix de l'enfant – selon les conceptions (économiques, sociales, affectives, etc.) de la famille mobilisées et la mise en relation de cette dernière avec différents autres lieux d'engagement citoyen.

Ainsi, alors que le citoyen familial des publicités de la chaîne de restauration rapide *McDonald's* analysées par Probyn (1998) convoque un modèle post-national de citoyenneté, la campagne *Jamie's School Dinners* pose quant à elle la famille comme informant et étant informée à son tour par une communauté éminemment nationale, tel que discuté précédemment. La famille y est d'ailleurs conçue, à l'instar de la nation elle-même, en tant qu'entité économique et culturelle se découpant en termes essentiellement générationnels. Témoignent de la nature économique de cette entité les images d'un Jamie détaillant le prix du repas servi à sa famille dans les premières minutes de la série, les références à l'importance des menus scolaires subventionnés par l'état pour les enfants les plus défavorisés, la reconnaissance « par la négative » – c'est-à-dire en le disqualifiant – du

de trois semaines aux règles proposées par la nutritionniste afin de corriger les habitudes (particulièrement alimentaires) néfastes de la famille et aider les parents à acquérir les compétences parentales requises. Chaque épisode se termine sur une nouvelle projection, corrigée en fonction de ce nouveau style de vie que la famille décide invariablement de faire sien, de l'apparence qu'auront les enfants à 40 ans.

budget familial en tant que critère pouvant limiter la capacité des familles à se nourrir sainement ou encore la mise en scène dans la série des parents en tant que consommateurs à qui on demande d'investir dans les menus scolaires plutôt que de laisser leur(s) enfant(s) libre(s) de dépenser leur allocation repas où bon il leur semble. L'unité familiale y est aussi posée, tel que souligné précédemment, comme lieu où la transmission d'un ensemble de compétences alimentaires s'opère concrètement (images de Jamie initiant sa fille à différents aliments) ou, plus justement, *devrait* s'opérer (accent sur le besoin d'éducation des parents dans le manifeste, démonstration du manque de connaissances alimentaires de la mère à qui Jamie demande de modifier la diète de sa famille pour une semaine, etc.). Mais si cette transmission relève traditionnellement du rôle des mères, c'est autour des catégories prétendument indépendantes des considérations de genre du « parent » et de l'« enfant » que s'organise la campagne *Jamie's School Dinners*. Aucune référence à la distribution encore majoritairement inégale des tâches liées à l'alimentation de la famille entre les mères et les pères entrant sans distinction dans la catégorie des parents¹⁶¹. La construction du citoyen familial, tel que le souligne Probyn, « borrows from women's traditional role as responsible for the inner welfare of the family and replaces them with an ungendered individual consumer. » (1998 : 169) Aux côtés d'employées de cantines scolaire explicitement genrées par l'emploi du terme de *dinner ladies* se trouvent donc une famille structurée autour de la seule ligne de partage générationnelle, les parents y rencontrant des enfants compris eux aussi en tant que catégorie unifiée, homogène et indifférenciée (Dobrowolsky, 2002: 67).

Or c'est ce second groupe que la campagne *Jamie's School Dinners* se donne pour objet et cherche à réformer. À partir d'une définition du problème des habitudes alimentaires des écoliers mobilisant, tel que discuté jusqu'à présent, trois discours parmi les plus prégnants aujourd'hui pour en appeler une citoyenneté nationale et familiale, la

¹⁶¹ C'est d'ailleurs l'une des principales critiques adressées, plus largement, aux diverses politiques par lesquelles le *New Labour* cherche à assurer le développement des « citoyens-travailleurs » de demain par un recours au vocabulaire sans considération de sexe du « parentage » (Lister, 2006).

campagne en vient effectivement à proposer un ensemble de mesures dépassant largement la seule bonification de l'offre alimentaire en milieu scolaire. *Jamie's School Dinners* se présente ainsi comme projet de réforme à grande échelle, réforme passant par un ensemble de politiques que j'aimerais maintenant examiner comme autant de « technologies de la citoyenneté » (Miller, 1993) destinées à la production de citoyens compétents.

D'actions sur les environnements...

Parmi les solutions proposées par la campagne *Jamie's School Dinners* au problème de la diète des écoliers britanniques se détache d'abord tout un ensemble de mesures relevant de cette logique d' « action sur les environnements » évoquée un peu plus tôt (cf. section *Le coût d'une nation en surpoids*). Cette dernière se traduit d'abord par une série d'initiatives destinées à réduire la disponibilité de « mauvaises options » alimentaires dans l'environnement scolaire, notamment par l'adoption de politiques interdisant toute forme de vente de malbouffe dans les prémisses de l'école. La mesure traverse véritablement l'ensemble de la campagne : l'exemple est donné dans la télésérie elle-même – Jamie et Nora décidant au troisième épisode de bannir la malbouffe de la cantine de Kidbrooke en réponse au manque de popularité des repas santé offerts depuis quelques semaines déjà – et trouve écho dans un appel de la *British Medical Association* à la mise au rancart des machines distributrices d'aliments vides (Guardian, 2005d) de même que dans les recommandations finales du *School Meal Review Panel* mis sur pied afin de guider les investissements étatiques dans le domaine (BBC, 2006b). Aussi le gouvernement britannique décidait-il, passée son hésitation initiale (Curtis, 2005), de promulguer une interdiction totale de vente de malbouffe dans les machines distributrices ainsi que les cantines de toutes les écoles du pays à partir de septembre 2006 (Ross, 2005)¹⁶². Mais les

¹⁶² Le cas de la Grande-Bretagne, à ce chapitre, semble loin d'être unique puisque plusieurs gouvernements du Canada, des États-Unis et d'Australie, notamment, ont eux aussi mis en place des politiques interdisant l'offre de malbouffe en milieu scolaire. Aux États-Unis, par exemple, plusieurs états se sont dotés de règlements à cet effet, allant même jusqu'à interdire la distribution/vente de petits gâteaux et tartes dans le cadre de collectes de fonds étudiantes et des célébrations d'anniversaires (Leigh Brown, 2008). Le gouvernement du Québec lançait pour sa part en septembre

mesures proposées afin de réduire les incitatifs environnementaux à l'adoption d'une diète inadéquate vont plus loin. Sur la base du principe qu'il est inutile de bannir la malbouffe des écoles si les élèves peuvent traverser la rue pour s'approvisionner à leur guise en aliments vides, deux types d'initiatives sont promus par certains représentants du milieu scolaire : le confinement de tous les élèves aux prémisses de l'école aux heures de dîner (*Stay on Site Policy*, voir par exemple Wainwright, 2006 et School Food Trust, sans date-b) et l'établissement de « zones d'exclusion de malbouffe » autour des écoles par l'adoption d'amendements aux lois du commerce (Curtis, 2005)¹⁶³. Toujours dans la même logique, Jamie considère la transformation de chaque école en « junk food free zone » comme une priorité exigeant un contrôle strict, par la direction, du contenu de la boîte à lunch de ses élèves :

Schools will no longer be able to sell or serve junk food to our kids at school—fantastic news. But the government needs to go one step further and make sure they can't bring it in from outside either... If school heads and governors aren't empowered to ban kids from bringing in rubbish food in their lunchboxes or school bags, how on earth are they going to be able to get them to switch over to eating proper food instead? The Healthy Schools policy, which all schools are expected to adopt, needs to include a total ban of junk food on school premises. (Oliver, 2006 : sans pagination).

Et pour combler le vide laissé par l'évacuation progressive de l'environnement scolaire de tout incitatif à l'adoption d'une diète malsaine, la campagne propose parallèlement une série de mesures destinées à y bonifier l'offre santé. J'ai déjà souligné la

2007 sa « politique-cadre sur la malbouffe dans les écoles », une politique incitative (plutôt que contraignante) destinée à bannir les aliments à faible valeurs nutritives des cantines et machines distributrices des écoles de la province (Lévesque, 2007). La mesure, soutenue par 90% de la population (Lortie, 2007), semble ici aussi inspirée d'une volonté de développement du capital humain des écoliers si on en croit l'explication donnée par la ministre de l'Éducation, du Loisir et du Sport au jour du lancement de la politique : « Le gouvernement y voit des avantages non seulement au plan de la santé des jeunes, mais aussi au plan de leur réussite scolaire. « Un enfant qui se nourrit bien, qui a cette alimentation équilibrée, augmente sa capacité de concentration, augmente la capacité intellectuelle d'absorber l'information, améliore très certainement sa mémoire », a affirmé la ministre Courchesne. » (Lévesque, 2007 : sans pagination).

¹⁶³ Toute comme l'interdiction de vente de malbouffe dans les écoles, les débats autour de l'opportunité de modifier les règles de zonage autour des écoles font partie du paysage politique de plusieurs autres pays occidentaux. Au Québec, par exemple, la Coalition sur la problématique du poids (www.cqpp.qc.ca) lançait en mars 2009 un projet pilote impliquant la réalisation d'études de faisabilité dans trois villes de la province (Bérubé, 2009a).

place prise par les appels à une augmentation du budget alimentaire des écoles ainsi qu'à la mise sur pied de programmes de formation destinés à permettre aux *dinners ladies* d'acquérir les compétences nécessaires à la confection de repas santé pour les élèves. Or non seulement le gouvernement britannique reprenait-il ces solutions à son compte quelques semaines seulement après la première de *Jamie's School Dinners* mais il décidait en outre d'imposer de nouvelles normes nutritionnelles obligatoires et plus restrictives à l'ensemble des écoles primaires et secondaires du pays dès septembre 2006 (*Departement for Children, Schools and Families, 2005; School Food Trust, 2006*)¹⁶⁴.

Comme on le constate, le principe de « contrôle constructif du choix » (School Meals Review Panel, 2005 : 9) mis de l'avant dans/par la campagne appelle un ensemble de mesures fortement limitatives et qui, au final, semblent emprunter à un modèle disciplinaire du pouvoir (Foucault, 1975)¹⁶⁵: élimination complète des options jugées malsaines dans un espace (l'école) auxquels les élèves seraient confinés tout au long de la journée, recodage des environs des écoles en tant qu'espaces soumis à des impératifs d'abord éducationnels plutôt que strictement commerciaux, mise en place d'un système de surveillance du contenu des boîtes à lunch et d'avertissements adressés aux parents délinquants... Il n'est pas simplement question ici d'actions sur les environnements visant à faciliter les choix santé mais bien d'initiatives venant rendre les « mauvais choix » virtuellement impossibles; non pas mise en place de conditions orientant les choix opérés par des sujets rationnels et

¹⁶⁴ Indice de prégnance du nutritionnisme (dont je parlerai davantage au chapitre 4) mais aussi des recoupements qui s'opèrent entre les différentes conceptions de l'alimentaire que j'ai choisi dans cette thèse de distinguer pour fin d'analyse, ce sont finalement des normes fixant un apport maximal ou minimal en certains nutriments spécifiques (protéines, sodium, etc.) qui ont été retenues et ce malgré que la campagne fasse globalement l'économie de toute considération de cet ordre. Plus spécifiquement, le gouvernement britannique a choisi de procéder en deux étapes en imposant dès septembre 2006 un ensemble de normes « par aliment » (*food-based standards*) devant graduellement céder le pas à de nouvelles normes « par nutriment » (*nutrient-based standards*), rendues obligatoires dans les écoles primaires du pays à partir de septembre 2008 (un an plus tard pour les écoles secondaires).

¹⁶⁵ Comme l'expliquent Dreyfus et Rabinow, le pouvoir disciplinaire est « centré sur le corps, non pas tant comme moyen de reproduction que comme objet à manipuler [...]. L'objectif principal du pouvoir disciplinaire, c'est de produire un être humain qu'on puisse traiter comme un « corps docile ». Mais ce corps docile doit aussi être un corps productif. » (1984 : 197) Le pouvoir disciplinaire plonge donc le corps individuel dans le champ politique en cherchant à maximiser l'efficacité de chacun de ses mouvements par le recours à diverses techniques de répartition des corps dans l'espace, de contrôle de l'activité, de capitalisation du temps et de composition des forces. Parmi ces techniques, trois sont, selon Foucault, privilégiées : la surveillance hiérarchique, la sanction normalisatrice et l'examen.

autonomes mais plutôt prise en charge et modelage du comportement de sujets considérés comme inaptes à se gouverner eux-mêmes. Ce n'est effectivement qu'en niant la capacité de choisir des écoliers et, du même coup, le principe de gouvernement à distance de « soi entreprise » cher aux régimes de gouvernement de libéralisme avancé de même qu'à la nouvelle santé publique que des mesures aussi directives que celles prônées par/dans la campagne peuvent paraître justifiées. S'il est légitime d'imposer aux écoliers une certaine diète avec ou sans leur accord alors qu'il serait impensable de faire de même à l'échelle de la population entière, donc, c'est que les premiers sont posés comme dépourvus pour l'instant des compétences nécessaires à un gouvernement de soi responsable. La télé-série, d'ailleurs, en fait largement la « preuve » en montrant des élèves avouant candidement aimer la malbouffe, refusant de goûter aux aliments que leur présente Jamie et préférant presque unanimement, lors de leur passage à la cantine scolaire de Kidbrooke, la malbouffe aux nouvelles options santé offertes au menu. Trois semaines après qu'aient été introduits les premiers repas « à la Jamie », 80% des élèves penchent toujours pour une combinaison d'aliments vides et les plaintes en provenance d'élèves obligés d'opter pour les menus santé face à des plateaux de malbouffe mis à sac par les premiers clients de la cantine s'accumulent. L'expérience sert en quelque sorte de preuve par l'image de l'incapacité des écoliers à faire les « bons » choix lorsque laissés à eux-mêmes, d'où la décision du chef-célébrité de prôner une approche plus restrictive d'interdiction totale de la malbouffe dans les écoles.

Or cette approche n'est pertinente, comme je l'ai dit, qu'en tant qu'elle s'applique à des enfants. C'est-à-dire que les écoliers britanniques auxquels la campagne s'intéresse ne sont pas posés comme en soi et à jamais inaptes à prendre leurs propres décisions alimentaires mais bien comme temporairement incapables, en raison de leur jeune âge, de se gouverner par eux-mêmes. Une ligne de partage s'instaure ainsi entre deux groupes bien distincts : les adultes, considérés comme citoyens libres et autonomes par/dans la campagne, notamment; et les enfants pensés, eux, comme citoyens-en-devenir qu'il s'agit de protéger et de préparer à leur futur rôle. Cette double responsabilité des adultes vis-à-vis

des enfants (protéger et former) convoque à mon sens le « mythe de l'innocence de l'enfance » (*myth of childhood innocence*) tel que décrit par Henry Jenkins :

The myth of childhood innocence... "empties" the child of its own political agency, so that it may more perfectly fulfill the symbolic demands we make upon it. The innocent child wants nothing, desires nothing, and demands nothing -- except, perhaps, its own innocence... This dominant conception of childhood innocence presumes that children exist in a space beyond, above, outside of the political; we imagine them to be noncombatants who we protect from the harsh realities of the adult world... Childhood -- a temporary state -- becomes an emblem for our anxieties about the passing of time, the destruction of historical formations, or conversely, a vehicle for our hopes for the future. The innocent child is caught somewhere over the rainbow -- between nostalgia and utopian optimism, between the past and the future (1998 : sans pagination)

Relégués à un espace à la fois pré-politique et pré-social, les enfants se voient fragilisés et réduits au rôle d'objets ou de victimes passives de décisions prises par des adultes qui ont, par conséquent, la responsabilité de veiller à leur bien-être¹⁶⁶. Témoignent notamment de ce positionnement les toutes premières minutes de la séquence d'introduction initiale de la télésérie, où un Jamie décontenancé devant le contenu du plateau des enfants qui l'entourent s'exclame: « Look at us. We are in a beautiful room, surrounded by beautiful children. Innocent, pure. Their bodies and their bones are growing up. Most important time of their life. And they are being fed this. It's not right, it's not right. These kids deserve better ». (*Jamie's School Dinners*, 2005a) L'emploi de la forme passive (« are being fed ») met bien évidence la façon dont les écoliers se voient cantonnés au rôle de victimes passives de choix alimentaires qui ne dépendent pas d'eux mais bien

¹⁶⁶ Cette supposée innocence des enfants sert aussi de toile de fond aux débats – absents de la campagne *Jamie's School Dinners* malgré leurs similitudes – ayant cours depuis quelques années dans plusieurs pays occidentaux quant à la pertinence de mettre en place certaines réglementations venant encadrer ou carrément interdire les publicités de malbouffe adressées aux enfants afin de lutter contre l'obésité infantile. La Grande-Bretagne, par exemple, a choisi en 2006 d'interdire la diffusion de publicités pour des aliments vides lors d'émissions pour enfants ou présentant un attrait particulier pour les moins de 16 ans ainsi que sur les chaînes télévisées dédiées aux enfants (Sweney, 2006). Au Québec, où les publicités adressées aux enfants sont déjà interdites, on constate une augmentation importante du nombre de poursuites intentées par l'Office de la protection du consommateur à l'endroit des grands joueurs de

des adultes qui en ont la charge. D'ailleurs, nulle part dans la campagne n'est-il question de donner aux enfants un droit de parole dans la définition du problème que constituent leurs habitudes alimentaires et des solutions à y apporter. Lorsqu'ils s'expriment, c'est pour avouer candidement l'étendue de leur ignorance alimentaire et de leur penchant pour la malbouffe, et non pour présenter leur propre vision des choses et prendre position sur les mesures proposées par la campagne. Et aucune des initiatives suggérées dans le manifeste ou par le gouvernement britannique n'interpelle les enfants en tant qu'acteurs porteurs d'opinions et d'expériences pertinentes à la mise en marche d'une réforme de leurs habitudes¹⁶⁷. Ceux-ci sont plutôt réduits à un « devenir », la mobilisation par la campagne du discours du capital humain discuté précédemment venant positionner l'enfance comme phase transitoire orientée vers le futur plutôt qu'ancrée dans une vision nostalgique du passé¹⁶⁸. Aussi importe-t-il de non seulement protéger les écoliers en éliminant de leur environnement toute option alimentaire malsaine mais *aussi* de former ces « citoyens-en-devenir » à leur futur rôle par le biais d'un second ensemble de mesures destinées, précisément, à les « rendre capables d'exercer leur liberté »¹⁶⁹.

l'agroalimentaire (McDonald's, Saputo, Burger King, General Mills, etc.) sous l'impulsion, notamment, de plaintes déposées par la Coalition québécoise sur la problématique du poids.

¹⁶⁷ Tout au plus Jamie justifie-t-il, dans *Return to School Dinners*, l'ouverture de son propre comptoir à hamburgers et paninis en avançant qu'il est nécessaire de commencer à « écouter les enfants » pour résoudre les problèmes économiques rencontrés par Nora depuis l'élimination de la malbouffe de ses menus. Car la réforme lancée un an plus tôt est loin de s'imposer sans résistance de la part de ces enfants pourtant supposés passifs : organisation par certains élèves de réseaux clandestins de vente de malbouffe et de virées en voiture au McDonald's le plus près (O'Neill, 2006), désertion des cantines scolaires au profit de repas amenés de la maison et/ou des restaurants environnants, etc. Une enquête réalisée deux ans après les débuts de la campagne montrait par exemple que le nombre d'élèves optant pour les menus offerts par la cantine de leur école avait chuté significativement dans 19 des 27 écoles sondées, les réductions d'achalandage allant de 9% à 25% (Curtis, 2007).

¹⁶⁸ Cette réduction des enfants au statut d'adultes en devenir plutôt que de sujets à part entière est d'ailleurs au centre de l'une des principales critiques adressées à l'état d'investissement social britannique : « Although children have moved to the heart of social policy [in New Labour's social investment state], there is some disquiet about the way they are being positioned in this brave new world of social investment. This disquiet focuses in particular on: the construction of children as 'becomings' rather than 'beings'; the paidwork- focused and future-oriented model of citizenship; the relative neglect of groups of children who are not seen to represent such a good investment; and the eclipse of parents', and in particular, mothers' welfare. » (Lister, 2006 : 315)

¹⁶⁹ C'est l'expression qu'utilise Mitchell Dean afin de mettre en évidence l'indissociabilité des technologies de subjectivation et d'assujettissement dans les régimes de libéralisme avancé : « A useful way of thinking about liberalism as a regime of government, however, is to consider the multiple ways it works through and attempts to construct a world of autonomous individuals, of « free subjects ». The latter phrase makes clear the full ambivalence of liberalism regarding the self-determining individual. This is a subject whose freedom is a condition of subjection.

... à l'éducation à l'alimentaire des citoyens-en-devenir

Le manifeste signé en 2006 par le chef-célébrité est sans équivoque : l'instauration de mesures de « contrôle constructif du choix » est à la fois nécessaire et insuffisante. Ce qu'il faut, par-delà la bonification de l'offre alimentaire en milieu scolaire, c'est la mise en place d'une stratégie sur dix ans « to re-educate people about proper eating habits » (Oliver, 2006 : sans pagination). Même discours du côté du secrétaire d'État à l'éducation, qui déclarait quelques mois avant la publication du manifeste :

Providing pupils with a healthy balanced meal that will give them the energy, vitamins and minerals they need to learn and play is essential, but we will go further, helping schools to teach every pupil skills in diet, nutrition, practical food preparation and cooking to ensure they make the right choices throughout life. (BBC, 2006b : sans pagination)

L'idée, bien sûr, découle directement de la définition même du problème des habitudes alimentaires des écoliers mise de l'avant par/dans la campagne. Si ce dernier relève en essence d'un déficit de culture alimentaire né de l'incapacité d'une génération de parents à transmettre à leurs enfants des savoirs et compétences qu'ils n'ont eux-mêmes jamais reçus de leurs propres parents, il semble tout à fait naturel de chercher à corriger la situation en inscrivant l'éducation à l'alimentaire au cœur même du curriculum national. Pas question, toutefois, de se limiter à transmettre à la génération montante certains savoirs quant à l'origine ou à la valeur nutritive d'aliments donnés. En phase avec les discours de développement du capital humain et de l'alimentaire comme *techné* que la campagne actualise et articule à sa façon, l'objectif est plutôt d'inculquer aux écoliers certaines compétences ainsi qu'une sensibilité à l'alimentaire par le biais de pratiques les engageant cognitivement et sensoriellement.

The exercise of liberty presupposes the existence of a free subject of need, desire, rights, interests and choice. However its subjection is also a condition of freedom : in order to act freely, the subject must first be shaped, guided and moulded into one capable of responsibly exercising that freedom through systems of domination. » (1999, 165)

D’où la mise sur pied par Jamie, dans la télé-réalité elle-même, d’une série d’activités (tests de goût à l’aveugle, visite à la ferme, utilisation de la pression des pairs pour encourager les enfants à goûter collectivement à de nouveaux aliments, implication des élèves dans la préparation des repas servis à la cafétéria, etc.) destinées à favoriser chez les enfants une découverte éminemment sensorielle de ces aliments nouveaux avec lesquels on cherche à les familiariser – une approche, fructueuse dans le cadre de la série, que *Jamie’s School Dinners* partage avec plusieurs autres initiatives récentes en milieu scolaire. Au Québec, par exemple, le « développement du goût » est partie prenante de la *Politique-cadre pour une saine alimentation et un mode de vie physiquement actif* du Ministère de l’Éducation, du Loisir et du Sport (MELS, 2007) mais aussi de l’action d’organismes à but non lucratif tels que *Jeunes Pousses*¹⁷⁰. À cette fin, ce dernier mise tout particulièrement sur la création de potagers autour desquels gravitent une série d’activités engageant les écoliers à toucher, sentir et goûter (planification et entretien du potager par les élèves, organisation d’ateliers d’éveil au goût ou de cuisine avec les récoltes obtenues, organisation d’une fête des récoltes, intégration de nouveaux aliments issus du potager au menu de la cafétéria scolaire, etc.). *Jeunes Pousses* s’inspire ici d’une série d’expériences similaires réalisées dans la dernière décennie, notamment aux États-Unis où différents réseaux se sont mis en place afin d’encourager la création de jardins à vocation éducative à même les cours d’écoles (*The Edible Schoolyard* de la fondation sans but lucratif *Chez Panisse*, le *California School Garden Network*, le *National Farm to School Network*, etc.¹⁷¹).

¹⁷⁰ Fondé en 2005, ce dernier s’est donné pour mission d’amener les enfants « à renouer avec l’origine des aliments, à comprendre l’importance de la production agricole locale, à découvrir les plaisirs de socialiser autour de la nourriture, à éveiller leurs goûts en utilisant leurs 5 sens, à écouter leurs signaux de faim et de satiété et à prendre plaisir à bien se nourrir pour favoriser leur développement physique et mental. Par son action, Jeunes pousses souhaite donc redonner à l’enfant des repères alimentaires et culinaires par le biais de l’exploration et d’expériences concrètes et lui offrir un héritage précieux qui le suivra toute sa vie. » (Jeunes Pousses, 2007 : Mission et vision).

¹⁷¹ Certaines de ces initiatives tendent à accoler à la bonification de l’offre alimentaire en milieu scolaire et la mise sur pied de jardins scolaires un objectif plus large de création de modes d’approvisionnement local pour les écoles, ce qui les situe à la croisée des discours analysés dans le présent chapitre et des pratiques d’alimentation locale abordées au prochain chapitre. C’est le cas, par exemple, du programme *Farm to School* (www.farmtoschool.org).

Or la spécificité de *Jamie's School Dinners* réside sans doute dans l'importance capitale qu'y prennent les cours de cuisine et d'éducation aux compétences de vie (*cooking and life skills classes*). Le manifeste, d'ailleurs, passe sous silence ces autres pratiques de « développement du goût » tout juste mentionnées pour poser les cours en question comme mode premier de formation à l'alimentaire :

This is what I think needs to happen now:

1. IN SCHOOLS: Make cooking and life skills classes compulsory for ALL kids so they learn about food and good eating habits while they're young [and] they can survive when they leave school. The basic stuff.

It's great that kids are going to be taught how to cook at school, but it needs to be made a compulsory part of education, not just a voluntary entitlement. This will require a complete rewrite of the school syllabus to make it appropriate to today's needs, so our kids will learn to understand food, and to cook and shop on a budget—essential life skills. (Oliver, 2006 : sans pagination)

Le message – qui redouble notamment celui de la campagne *Focus on Food* lancée en Grande-Bretagne quelques huit années plus tôt afin de promouvoir « the profile and importance of food education [by focussing on] the making and cooking of food as the key experience in learning about the social importance of food » (Focus on Food, sans date : « About Us ») – a porté fruits et mené à la réintroduction, dans les écoles secondaires du pays, de cours axés sur l'acquisition *par la pratique* de compétences rendant possible une prise en charge autonome des choix alimentaires (Press Association, 2005b)¹⁷². C'est

¹⁷²Un réseau national de près de 5000 clubs de cuisine « pour les enfants, les familles et leur communauté » se met aussi en place depuis 2007 sous l'impulsion du *School Food Trust* et grâce à un investissement de 20 millions de livres sterling du *Big Lottery Fund* (www.letsgetcooking.org.uk). Au Québec, c'est essentiellement par le biais d'activités parascolaires – et donc volontaires – que l'acquisition de compétences culinaires et alimentaires pratiques est encouragée, la *Politique-cadre pour une saine alimentation et un mode de vie physiquement actif* proposant aux écoles « d'organiser des activités parascolaires qui permettent de développer des habiletés culinaires » (MELS, 2007 : 27). Pour ce faire, elles peuvent faire appel aux services (payants) d'organismes tels que Les Ateliers Cinq Épices, qui proposent des ateliers de cuisine-nutrition basés sur une approche expérientielle de l'art culinaire : « Nous nous distinguons par le plaisir de l'expérience. Tous les participants touchent, manipulent, mesurent, coupent et préparent les aliments. En cuisinant, en goûtant et en faisant l'expérience, nos « petits cuistots » intègrent subtilement les notions d'une saine alimentation. » (Les Ateliers Cinq Épices, 2009b : « Notre approche »).

encore un « éveil des sens » qui est recherché mais directement couplé, cette fois-ci, d'une mise en application par les élèves de ces nouvelles compétences cognitives et sensorielles à l'intérieur de leurs propres productions culinaires. C'est-à-dire que la (re)connaissance visuelle, tactile, gustative, etc. d'une palette d'aliments sert ici de ressource au développement chez les élèves d'une sensibilité largement similaire, au final, à celle qui organise la culture *foodie* en tant que *techné* de l'alimentaire.

Il me semble en effet ce que les mesures de développement des goûts et des compétences mises de l'avant par *Jamie's School Dinners* constituent autant de moyens de transformer les écoliers en *foodies* ou, selon l'expression créée par le « *Supermarket Guru* » Phil Lempert, en « *koodies* »¹⁷³. Alors que l'éducation nutritionnelle « classique » se contente de transmettre certaines connaissances théoriques en espérant que celles-ci influenceront les prises de décisions d'élèves posés comme sujets (en devenir) éminemment rationnels, la réforme proposée ici repose surtout sur un engagement sensoriel et affectif avec l'alimentaire. Les élèves sont amenés à « ré-éduquer leurs sens » de façon à ce que certaines différences (aliments sains vs malbouffe, mets transformés vs plats préparés à la maison, etc.) en viennent à importer suffisamment – sensoriellement et affectivement – pour orienter leurs pratiques quotidiennes¹⁷⁴. Aussi peut-on y voir un projet de réforme prenant la culture *foodie* à la fois pour modèle et pour instrument. Pour modèle puisque, comme je viens de le souligner, l'objectif des mesures proposées est de produire des citoyens qui, ayant incorporé un certain goût au fil des explorations pratiques offertes par le milieu scolaire, s'investissent affectivement dans un alimentaire compris comme *techné*. Mais aussi pour instrument en ce que la transformation des écoliers en sujets aptes à se

¹⁷³ Le terme vient bien sûr de la contraction de *kid* et de *foodies*, le *koodie* étant défini comme « A kid who has an ardent or refined interest in food; a mini-gourmet; usually trained by one or both parents to have an unusual, and sometimes fanatic, desire to eat unusual foods. » (Lempert, 2009 : sans pagination).

¹⁷⁴ Il s'agit donc d'un travail sur le corps lui-même qui reconnaît l'importance des plaisirs alimentaires mais cherche à ré-éduquer les sens de façons à ce qu'ils permettent l'accès aux « bons » plaisirs ». L'approche n'est pas sans rappeler cette « doctrine de l'éducation des désirs » qui représente, selon Toby Miller, l'une des trois façons classiques de produire des citoyens vertueux : « The doctrine of the education of desire wants to acknowledge human drives. It seeks to mold them, to transform them into public goods rather than private ones. Citizens are to be educated to

gouverner passe essentiellement par l'introduction dans le curriculum national d'un ensemble d'activités reproduisant les pratiques *foodies* (acquisition et réappropriation de connaissances cognitives et/ou sensorielles venant nourrir la productivité propre à chacun, le tout sous la guidance d'un chef-célébrité positionné en tant qu'expert¹⁷⁵).

C'est précisément en ce qu'elle suggère l'instauration de politiques mobilisant certaines pratiques culturelles (celles des *foodies*) afin d'agir sur un ensemble de pratiques relevant aussi du champ culturel (les habitudes alimentaires de la jeune génération) qu'il m'apparaît pertinent de considérer *Jamie's School Dinners* en tant que projet de réforme visant à produire une certaine forme de citoyenneté culturelle, au sens où l'entendent cette fois Tony Bennett (1998) et Toby Miller (1993). Ces derniers s'intéressent moins aux pratiques par lesquelles les lecteurs de textes culturels donnés se reconnaissent comme partie prenante de communautés diverses, comme le faisait Hermes (2005), qu'au rôle des politiques culturelles en tant que technologies jouant sur les divisions internes du champ culturel afin d'agir sur le social. Comme l'explique Bennett, qui s'inspire ici Robert Young, le concept de culture tel qu'il se déploie dans/par les politiques culturelles est le plus souvent pensé en termes d'oppositions – opposition à un autre qui lui est extérieur (la nature, l'anarchie) ou encore divisions internes qui en seraient constitutives (culture d'élite vs culture de masse, culture nationale vs régionale, etc.) – par lesquelles différentes pratiques se voient hiérarchisées les unes par rapport aux autres. Or cette hiérarchisation permet la mobilisation stratégique de certains éléments du champ culturel par/dans différents projets visant à rectifier les insuffisances prêtées à d'autres sphères de la culture :

Indeed, what the antithetical structure of culture – when looked at as a field of government – establishes is not the separation of different kinds of culture into categorically or ontologically distinct spheres so much as a way of connecting them within a particular field of government. The relations that

define fulfillment in terms of public service. Pleasures will not be sacrificed. Rather, they will be redefined in the interests of putting personal satisfaction in alignment with the public good.» (Miller, 1993 : 2)

¹⁷⁵ Ou peut-être devrait-on dire de deux chefs-célébrités, Nora ayant elle-même acquis une certaine célébrité à la suite de la diffusion de la série avec la mise en ligne de son propre site Web (www.noraskitchen.com) et la publication du livre de recette *Nora's Dinners* (Middleton, 2006).

are established between the different parts of this field, moreover, more typically take the form of a gradient which allows the cultural means of government to function as parts of a program through which the object will be progressively adjusted to the norm which those means of government represent. Rather, for example, than speaking of a contest of high culture versus low culture, the logic of culture, viewed governmentally, organises a means for high culture to reach into low culture in order to provide a route from one set of norms for conduct to another. (Bennett, 1998 : 78-79)

On voit assez bien comment un tel jeu de normalisation opère dans le cas de *Jamie's School Dinners*, la culture *foodie* y servant à la fois d'idéal à atteindre et de moyen par lequel on cherche à corriger des comportements alimentaires jugés malsains. Ou plus justement devrait-on dire que c'est par la promotion et la mise en place d'un ensemble de politiques publiques venant mobiliser certains éléments de cette culture que la campagne veut réformer les habitudes de toute une génération de citoyens-en-devenir. Car les mesures proposées (réintroduction des cours de cuisine et de compétences de vie comme élément obligatoire du cursus des écoles secondaires, imposition de normes nutritionnelles minimales, interdiction de sortie des prémisses de l'école lors des pauses dîner, etc.) relèvent au premier chef l'adoption par l'état britannique de politiques culturelles venant définir un idéal de citoyenneté nationale. De fait, comme l'explique Miller :

Cultural policy always implies the management of populations through suggested behavior. It is a normalizing power that sets an ideal for the subject which can never quite be attained, yet enjoins that subject to strive for it via a doctrine of ethical incompleteness (Miller, 1993). This notion is premised on instilling a drive towards perfection (as the best possible consumer, patriot, or ideologue). It inscribes a radical indeterminacy in the subject in the name of loyalty to a more complete entity – the nation. Cultural policy finds, serves, and nurtures a sense of belonging through education and other cultural regimes that are predicated on an insufficiency of the individual against the benevolent historical backdrop of the nation. (2002 : 238)

C'est effectivement au nom de la nation, comme nous l'avons vu, que *Jamie's School Dinners* veut renverser la coupure observée dans la transmission

intergénérationnelle d'une culture alimentaire minimale en invitant tous les écoliers du pays à acquérir la sensibilité nécessaire à un gouvernement responsable de leurs propres choix alimentaires – une invitation qui, dans ce cas-ci, prend des allures plutôt directives du fait que le groupe auquel elle s'adresse est jugé encore inapte à se gouverner par lui-même.

Mais qu'en est-il de ceux qui ne pourront ou ne voudront répondre positivement à cette invitation ? Car s'il semble pris pour acquis que tous les jeunes Britanniques vont naturellement favoriser, si formés adéquatement par l'école et désireux de remplir leur rôle de citoyens, les fruits et les plats-maison au détriment de la malbouffe et du prêt-à-manger, rien n'est moins certain. Et on peut penser que l'adoption par les élèves de la réforme Oliver de toute autre attitude (choix de s'en tenir à une diète quotidienne de malbouffe ou encore absence de réflexivité face ses propres pratiques alimentaires) une fois atteint l'âge adulte sera dès lors interprétée comme signe d'un refus de leur part de remplir leur devoir de citoyens – un « refus » qui pourrait justifier le traitement différentiel de ces « non-citoyens » alimentaires à l'heure où se multiplient, justement, les appels à un investissement affectif de l'alimentaire.



De fait, la campagne *Jamie's School Dinners* n'est que l'un des lieux tendant aujourd'hui à poser une certaine culture alimentaire comme une compétence culturelle à inculquer à la génération des citoyens-en-devenir. J'ai déjà donné plusieurs exemples d'autres initiatives allant en ce sens au fil du présent chapitre, exemples auxquels peuvent s'ajouter le dépôt récent par la Direction de la santé publique de Montréal d'un projet axé sur le développement de la culture alimentaire des enfants (Deglise, 2010a) ou encore la multiplication des livres et émissions télévisées voués à ce même objectif¹⁷⁶. Aussi la

¹⁷⁶ On peut penser au magazine en ligne *ChopChop* (www.chopchopmag.com); aux capsules *G cuisiné* diffusées par la télévision de Radio-Canada; à la distribution gratuite à l'ensemble des centres de la petite enfance, des services de garde et des garderies du Québec d'un recueil d'activités culinaires éducatives produit par les Producteurs laitiers du Canada (*Le grand livre des petits chefs*, 2011); à la publication de *Kuizto* (2010) par Jean-François Archambault, fondateur de la Tablée des chefs; et à la publication par l'organisme environnemental Équiterre d'un conte destiné à

campagne examinée ici appartient-elle et vaut-elle tout à la fois, dans sa singularité même, pour un ensemble de pratiques elles aussi singulières. Toutes, en effet, ne prennent pas également appui sur les discours d'optimisation du capital humain, de lutte à l'obésité et d'investissement affectif dans l'alimentaire que convoque *Jamie's School Dinners*. Toutes ne se déploient pas non plus sur le mode du diversitisme factuel centré sur l'expérience de vie d'un chef-célébrité et n'appellent pas exactement à la même palette de solutions (accent sur le contrôle constructif des choix en environnement scolaire, (ré)introduction de cours d'éducation à l'alimentaire obligatoires, etc.).

Malgré tout, *Jamie's School Dinners* est bien exemplaire d'un certain ensemble de régularités, d'une ligne de force par/dans laquelle la transmission intergénérationnelle d'une culture alimentaire calquée sur la *techné foodie* est posée comme enjeu de citoyenneté culturelle – au double sens donné au concept par Hermes (2005), d'une part, et par Bennett (1998) et Miller (1993), de l'autre. Plus précisément, les pratiques participant de cet ensemble partagent le diagnostic anxigène d'un déficit d'investissement affectif dans l'alimentaire menaçant l'avenir (surtout économique) de la nation et de l'obligation citoyenne qui incombe aux membres de cette nation (féminisée) et aux parents de prendre appui sur la culture *foodie* pour réformer une génération de citoyens-en-devenir.

Chapitre 3

Mettez le Québec dans votre assiette! Le plaisir de manger local

C'est sous le thème « Mettez le Québec dans votre assiette! » que le gouvernement du Québec lançait, en juin 2008, la première phase d'une vaste campagne triennale invitant les Québécois à mettre davantage d'aliments produits localement dans leurs sacs d'épicerie. Organisée autour de publicités télévisées, radiophoniques et en ligne de même que sur les chariots des grandes épiceries de la province, l'initiative s'est en outre traduite par la création d'un site Internet de même que la distribution d'un mini-magazine inséré dans cinq grands magazines québécois. Parallèlement, une aide financière considérable était accordée à l'organisme Aliments du Québec afin de donner une impulsion à ses efforts de promotion des logos « Aliments du Québec » et « Aliments préparés au Québec », créés plus d'une dizaine d'années plus tôt mais encore relativement peu présents dans les épiceries au moment du lancement de la campagne. Sans doute peu de consommateurs québécois ont-ils échappé totalement à cet appel à l'achat local, et ce d'autant que celui-ci venait redoubler un message qui n'a fait que gagner en popularité dans la dernière décennie.

Mettez le Québec dans votre assiette! participe effectivement de ce qui semble être un réel foisonnement des pratiques se réclamant de l'alimentation locale¹⁷⁷ et posant celle-ci en tant que solution privilégiée aux problèmes écologiques, économiques, sociaux ou encore sanitaires causés par l'industrie alimentaire (Dupuis & Goodman, 2005 : 359). Un enthousiasme qu'exprime bien, par exemple, le site Web de l'organisme sans but lucratif canadien *FarmFolk/Cityfolk*, créé en 1993 afin de soutenir le développement de systèmes alimentaires locaux et durables:

Eating locally all year round means fresher, tastier, more nutritious food. It alleviates environmental impact caused by transporting food over long distances and it spurs local economic growth while conserving farmland through active agricultural use. Eating locally builds community and allows people to know how and where their food is grown. Increasing the amount of

¹⁷⁷ Au point d'ailleurs où le terme désignant leurs tenants, les *locavores*, a été choisi comme mot de l'année 2007 par le *New Oxford American Dictionary* (OUPblog, 2007). Le terme aurait été créé en 2005 par quatre femmes de la région de San Francisco voulant promouvoir l'achat local à partir, en autres, d'un site Web baptisé *locavores.com* (Roosevelt, 2006).

local farming also increases our level of food security and the capacity to feed ourselves. (2006 : « About us »)

De la même façon, la « diète des 100-miles » (*100-mile diet*) est présentée par ses instigateurs comme la solution de remplacement à l'agriculture biologique en tant que réponse aux multiples torts de l'agriculture industrielle :

Locally raised and produced food has been called "the new organic" — better tasting, better for the environment, better for local economies, and better for your health. From reviving the family farm to reconnecting with the seasons, the local foods movement is turning good eating into a revolution. (100-mile diet, sans date-a : « About us »)

C'est pour initier cette « révolution » qu'Alisa Smith and J.B. MacKinnon ont choisi en 2005 de s'astreindre pour une année à une diète entièrement composée d'aliments produits à moins de 100 miles de leur domicile en Colombie-Britannique; une aventure dont ils ont fait le récit progressif dans une série de onze articles publiés dans les pages du journal local en ligne *The Tyee* (Smith & MacKinnon, 2005-2006), articles qui ont attiré près de 40 000 lecteurs et mené à la publication d'un livre resté cinq semaines au palmarès des meilleurs vendeurs hors fiction de la revue canadienne *Maclean's* (Smith & MacKinnon, 2007). Leur expérience, qui sert aussi d'inspiration à une télé-réalité diffusée sur le Food Network (Bérubé, 2009b), a finalement poussé des milliers d'individus et même certaines communautés entières à adopter la diète des 100-miles pour quelques jours, quelques semaines ou encore quelques mois.

Ou peut-être, plus justement, le récit de Smith et MacKinnon n'a-t-il été que l'un des facteurs ayant contribué à toutes ces conversions, les plaidoyers personnels comme le leur¹⁷⁸ ajoutant à une attention médiatique beaucoup plus large à l'alimentation locale. Au Québec comme ailleurs sont notamment apparues dans les dernières années des émissions

¹⁷⁸ Smith et MacKinnon ne sont évidemment pas les seuls à avoir pu inspirer ce mouvement par le biais d'un témoignage personnel, Gary Paul Nabhan (2001) et Barbara Kingsolver (2008), par exemple, ayant eux aussi publié le récit de leur expérience en tant que locavores.

télévisées d'un genre relativement nouveau, plus près du « road movie » culinaire que de la traditionnelle « émission de recettes » grâce à des animateurs sortant de la cuisine pour aller à la rencontre de producteurs et de chefs locaux¹⁷⁹. Et l'alimentation locale fait de plus en plus souvent surface dans les chroniques et informations diffusées par les médias écrits, télévisés ou encore radiophoniques de la province¹⁸⁰.

Parallèlement se multiplient les lieux rendant certains produits locaux directement disponibles aux consommateurs. Les marchés publics, d'une part, sont dans les mots de la directrice de l'Association des marchés publics du Québec « en pleine ébullition », leur nombre ayant presque triplé de 2004 à 2009 (Morin, 2009a; Zins, Beauchesne et associés, 2005; CAAAQ, 2008 : 115)¹⁸¹; même phénomène aux États-Unis, où les *farmers' markets* connaissent un tel essor qu'ils se positionnent parmi les segments de l'industrie alimentaire affichant la croissance la plus forte (Pollan, 2008b; Halweil, 2004 : 111)¹⁸². L'agrotourisme se développe lui aussi à une vitesse exponentielle, contribuant à faire connaître et promouvoir un nombre grandissant de productions locales auprès des consommateurs¹⁸³. Et

¹⁷⁹ Au Québec, par exemple, les trois nouveautés de la rentrée de 2007 touchant à l'alimentation adoptaient cette formule : *Du cœur au ventre* et *Martin sur la route*, toutes deux diffusées sur Radio-Canada (SRC) et *Curieux Bégin*, diffusée sur Télé-Québec (TQC). J'y ferai référence à quelques occasions dans ce chapitre.

¹⁸⁰ Même en se limitant aux médias francophones du Québec, un portrait de cette présence médiatique pourrait sans aucun doute remplir plusieurs pages. Pour ne prendre que quelques exemples, on peut penser à la série « Des gens d'avant-goût » publiée par *La Presse* à l'été 2009 pour « donner la parole à ceux qui réinventent notre terroir » (Bérubé, 2009c), aux émissions d'information telles *La semaine verte* et *L'Épicerie* (toutes deux diffusées par la SRC) ou encore à des discussions ponctuelles telles que l'analyse du logo « Aliments du Québec » présentée dans le cadre de l'émission *l'Après-midi porte conseil* diffusée le 11 mars 2010 sur la radio de la SRC et le reportage « Locavore : manger local à l'extrême » télédiffusé dans le cadre de l'émission *La Vie en vert* du 16 septembre 2009 (sur Télé-Québec).

¹⁸¹ Des variantes « virtuelles » du marché public telles que le Marché de solidarité régionale des AmiEs de la Terre de l'Estrie (www.atestrie.com) – site Web permettant aux consommateurs de commander différents produits en provenance des fermes de la région puis d'aller les cueillir en un seul et même endroit – ou les groupes d'achat collectifs tels que Aliments D'ici (alimentsdici.info) font aussi leur apparition.

¹⁸² Un rapport de la *Policy Commission on the Future of Farming and Food* britannique publié en 2002 souligne par ailleurs que les grandes chaînes alimentaires du pays tiennent l'alimentation locale comme le prochain développement majeur dans l'industrie (cité dans Halweil, 2004 : 160). La tendance est déjà observable au Québec avec la mise sur pied par la chaîne IGA d'une boutique en ligne de produits québécois (<http://mcn.iga.net/>), notamment.

¹⁸³ Les exemples d'initiatives agrotouristiques abondent au Québec comme ailleurs : tenue de journées *Portes ouvertes sur les fermes du Québec* par l'Union des producteurs agricoles (portesouvertes.upa.qc.ca); des aventures en France et en Italie de la très populaire Josée Di Stasio, organisation du *Festival des fromages de Warwick* (www.festivaldesfromages.qc.ca); création du *Parcours gourmand* (www.parcoursgourmand.com), de la *Route des*

le même constat s'applique – bien que peut-être à moins grande échelle – à l'agriculture soutenue par la communauté (ASC), autre pratique axée sur la rencontre directe entre producteurs et consommateurs en ce qu'elle permet à ces derniers de devenir « partenaires » d'une ferme et de financer sa production en achetant avant même le début de la saison une part des récoltes qui leur est ensuite livrée à certains points de chute sous forme de paniers hebdomadaires (Saulny, 2008; Pollan, 2008b; Halweil, 2004).

Finalement, c'est encore de localisation de l'alimentaire dont il est question dans la volonté affichée par plusieurs régions et pays de mettre en place leur propre système de label de provenance et d'appellations réservées ou encore de rendre obligatoire l'identification de la provenance des produits vendus sur leur territoire. Le 30 septembre 2008, par exemple, entrainé en vigueur aux États-Unis une loi fédérale obligeant tous les grands détaillants à indiquer le pays d'origine de la viande, des fruits et légumes ainsi que de certaines noix disponibles sur leurs tablettes (Kesmodel & Jargon, 2008)¹⁸⁴. Quelques mois plus tôt, l'Union Européenne avait rendu public son tout nouveau logo pour les Appellations d'Origine Protégée, dernière étape d'un processus d'harmonisation des systèmes de protection nationaux lancé seize ans plus tôt (OCHA, 2008 : 2) – et arme supplémentaire dans la lutte qui l'oppose depuis 1994 aux États-Unis sur le statut des indications géographiques en tant que forme de propriété intellectuelle protégée par l'Organisation Mondiale du Commerce (Barham, 2003). Au Québec, plusieurs participants aux travaux de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois – travaux sur lesquels je reviendrai sous peu – ont réclamé une mise en application rapide de la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* tout en insistant sur la nécessité de mettre en place un système d'étiquetage précisant la provenance des produits offerts aux consommateurs et d'accroître la notoriété du logo « Aliments du

cidres de Montérégie (www.tourisme-monteregie.qc.ca/fr/decouvrir-la-region/cidre-cidrierie-cidriculteur-verger) ou encore des *Routes gourmandes* (www.routesgourmandes.com).

¹⁸⁴ D'autres pays ont adopté des politiques similaires, l'Australie par exemple ayant rendu la mention du pays d'origine des produits importés obligatoire dès décembre 2007 (Santich, 2008 : 6-8).

Québec », unique label d'origine reconnu au Québec (CAAAQ, 2008 : 107; Aliments du Québec, 2010a).

Non pas une mais bien plusieurs initiatives singulières¹⁸⁵ contribuent donc actuellement, dans leur rencontre, à populariser l'alimentation locale, moins en tant que mouvement unifié que comme ensemble de pratiques marquées par certaines régularités quant aux enjeux qui les informent et qu'elles viennent informer en retour. Et ce sont ces enjeux, précisément, que j'entends mettre en évidence en examinant l'effectivité propre au déploiement de la campagne *Mettez le Québec dans votre assiette!*. Au nom de quels problèmes et de quelle(s) collectivité(s) y invite-t-on les consommateurs d'ici à mettre les aliments du Québec à leur menu? Je propose dans les pages qui suivent une réponse qui se décline en trois temps. Je m'attarderai d'abord aux différents discours (de développement durable et d'invitation aux plaisirs) que la campagne convoque et articule afin de justifier l'importance du manger local. Je montrerai ensuite en quoi les modes de mise en visibilité du local sont producteurs d'espaces de confiance permettant la gestion d'une anxiété née de la globalisation de l'industrie alimentaire. Puis je m'intéresserai à la reconnexion des mangeurs urbains aux territoires ruraux qui les nourrissent qui s'opère dans/par un manger local qui apparaît, au final, comme l'expression d'une certaine fierté patriotique.

¹⁸⁵ Et le survol ici n'est évidemment pas exhaustif puisqu'y auraient également trouvé leur place les luttes en faveur du principe de souveraineté alimentaire, l'impressionnante croissance du réseau *Slow Food* – réseau «éco-gastronomique» international voué à la préservation et la promotion de traditions alimentaires locales (www.slowfood.com) – ou encore la publication d'essais académiques décriant l'industrie alimentaire pour prôner des alternatives plus localisées (Halweil, 2004; Pollan, 2008).

L'alimentation locale comme enjeu social

Eating locally isn't just a fad like the various diets advertised on late-night TV – it may be one of the most important ways we save ourselves and the planet.

Dr. David Suzuki, chair, *The David Suzuki Foundation*

En juin 2006, le gouvernement du Québec créait la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois (CAAAQ) afin de faire un état de la situation du secteur et d'en proposer une vision d'avenir¹⁸⁶. Réclamée et applaudie par une palette d'organismes considérant que les difficultés rencontrées par le secteur le plaçaient « à la croisée des chemins » (Union des producteurs agricoles, Solidarité rurale, etc.), l'initiative s'est soldée par 18 mois de travaux au cours desquels la commission a sillonné le Québec pour recueillir un total de 770 mémoires et témoignages. Fédérations et ordres professionnels, groupes de pression de la société civile, organismes gouvernementaux et différents joueurs de l'industrie agroalimentaire se sont ainsi succédés lors d'audiences régionales et nationales afin de partager leur vision de l'agriculture et de l'agroalimentaire de demain. De cet exercice d'envergure est né un rapport intitulé *Agriculture et agroalimentaire : assurer et bâtir l'avenir*, rendu public le 12 février 2008. Lors de l'allocation qu'il prononçait à l'occasion afin de présenter les caractéristiques de l'agriculture de demain telle qu'imaginée par les différents acteurs rencontrés, le président de la Commission déclarait d'entrée de jeu que :

¹⁸⁶ Plus précisément, trois mandats étaient confiés à la commission : « 1. faire un état de situation sur les enjeux et défis de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois; 2. examiner l'efficacité des interventions publiques actuellement en place, tant celles sous la responsabilité du ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec que celles sous la responsabilité d'autres ministres touchant le secteur agricole et agroalimentaire dans des domaines tels l'environnement, la santé, l'occupation du territoire et le développement régional; 3. établir un diagnostic et formuler des recommandations sur les adaptations à faire, compte tenu des défis de la compétitivité et des revenus agricoles, des attentes sociétales et de la mise en valeur des potentiels régionaux. » (CAAAQ, 2008 : 14) Les liens établis ici entre l'agriculture/agroalimentaire et l'environnement, la santé, l'occupation du territoire et le développement régional par une mise en valeur des potentiels régionaux sont particulièrement intéressants en ce qu'ils recoupent, comme nous le verrons, plusieurs des enjeux de déployant dans/par l'alimentation locale.

Pour bien assumer les rôles économiques, sociaux et environnementaux que les Québécois lui assignent, notre agriculture doit, en premier lieu, avoir et se donner pour **mission première de nourrir les Québécois et les Québécoises**, ce qui signifie que sa vocation de base est de produire des aliments de qualité pour le marché intérieur. Les résultats de nos consultations, sur ce point, sont sans équivoque. (Pronovost, 2008, accent original)

Et, de fait, les appels en faveur d'une souveraineté alimentaire accrue ou, plus simplement, d'une réorientation de la production agricole vers le marché du Québec par la mise en place de circuits courts de distribution et d'une agriculture de proximité occupent une place de choix parmi les « principaux messages adressés à la Commission » (2008 : 25-30). Si certaines des solutions proposées par la Commission paraissent faire toujours l'objet de débats entre les divers acteurs impliqués, la mise en place de mécanismes favorisant une agriculture axée sur le marché intérieur – donc, en d'autres termes, un système alimentaire plus localisé – semble, elle, faire largement consensus.

Aussi n'est-il pas surprenant que le Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) ait choisi de lancer *Le Québec dans votre assiette. Stratégie d'accroissement des achats de produits alimentaires québécois sur le marché intérieur* (2007) avant même le dépôt officiel du rapport de la CAAAQ¹⁸⁷. Visant à favoriser l'essor de l'industrie alimentaire québécoise dans un contexte de stagnation de ses exportations (MAPAQ, 2007 : 6), la stratégie se déploie selon trois grands axes. Le MAPAQ veut notamment « Favoriser l'adaptation de l'offre par le marketing et

¹⁸⁷ Bien que la stratégie ait été officiellement lancée quelques mois avant le dépôt du rapport et en réponse à une consultation menée auprès de l'industrie, elle participe au final directement des travaux de la CAAAQ si l'on en croit notamment le bilan que le MAPAQ dressait en juin 2008 des actions menées à la suite du dépôt du rapport de la Commission (MAPAQ, 2008a). D'ailleurs, le MAPAQ souscrit explicitement à la vision, défendue par la CAAAQ, de l'agriculture et de l'agroalimentaire en tant que secteur ayant « pour mission première de contribuer à nourrir les Québécois et les Québécoises » dans sa *Vision gouvernementale d'avenir pour l'agriculture et l'agroalimentaire québécois – La fierté d'en vivre, Le plaisir de s'en nourrir* (2008b). Parmi les autres initiatives gouvernementales nées des suites du rapport de la CAAAQ notons aussi un investissement de 14 millions de dollars canadiens sur cinq ans « pour déployer la stratégie de diversification de l'agriculture et développer des circuits courts de commercialisation » (MAPAQ, 2008a) – une seconde façon pour le gouvernement d'encourager l'achat local. Et d'autres initiatives en ce sens sont à prévoir avec le dépôt prochain d'une première politique agricole du Québec.

l'innovation » (idem : 8) en transmettant aux entreprises des informations sur les tendances des marchés tout en facilitant le développement de leurs fonctions marketing et d'innovation par un soutien financier et logistique. Il se propose aussi de « Faciliter l'accès des entreprises aux réseaux de distribution » (idem : 9) par la publication de guides d'accès spécialisés, l'organisation de rencontres avec les distributeurs de même que la mise en place de regroupements de distribution. Mais la part du lion du budget alloué à la stratégie (environ 11 des 14 millions de dollars promis sur trois ans) revient véritablement à cet autre axe d'intervention fait d'initiatives vouées à « Amener les consommateurs québécois à accorder la priorité aux produits du Québec dans leurs décisions d'achat » (idem : 8). Le MAPAQ, en partenariat avec l'industrie, propose pour ce faire de « faire connaître les produits québécois et leurs qualités aux consommateurs » tout en assurant « l'identification des produits québécois en partenariat avec Aliments du Québec » – deux orientations rendues concrètes en large part par/dans une campagne de promotion de l'achat local intitulée *Mettez le Québec dans votre assiette!*¹⁸⁸.

Le gouvernement du Québec n'est évidemment pas le premier ni le seul à s'être engagé dans un tel projet au cours des dernières années et même des dernières décennies. Il y a effectivement plus d'une trentaine d'années déjà que le Ministère de l'Agriculture de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario, par exemple, investit dans un programme (« Ontario, terre nourricière » ou *Foodland Ontario*) voué à stimuler la consommation de produits de l'Ontario par les habitants de la province¹⁸⁹. Plus récemment, les gouvernements de la Nouvelle-Écosse et de la Colombie-Britannique lançaient leurs

¹⁸⁸ La campagne n'est pas l'unique mais certainement la principale mesure mise en branle afin de poursuivre ces deux orientations. Sont aussi ciblées par le MAPAQ la « sensibilisation du milieu scolaire aux produits québécois dans l'esprit du plan d'action Investir pour l'avenir » – l'alimentation locale recoupant ici les efforts de lutte au surpoids et de transmission d'une culture alimentaire minimale discutés au chapitre précédent, point sur lequel je reviendrai –, des mesures d'encouragement à la certification des entreprises auprès de l'organisme Aliments du Québec de même que l'octroi de fonds à ce dernier afin qu'il mette à jour sa base de données et la vitrine virtuelle qu'il offre aux entreprises concernées.

¹⁸⁹ L'historique du programme (www.foodland.gov.on.ca) met d'ailleurs en évidence plusieurs similarités entre celui-ci et *Mettez le Québec dans votre assiette!*, notamment en ce qui trait à la place centrale qu'y occupent les notions de goût, de communauté et de confiance. La promotion de logos permettant de distinguer les produits et est un autre point commun des différentes initiatives provinciales mentionnées ici.

propres stratégies de promotion de l'alimentation locale sous les thèmes respectifs de *Select Nova Scotia* et *Eat BC*. En parallèle se multiplient aussi les initiatives régionales (Goûtez Lanaudière !, Couleurs et Saveurs de la Chaudière-Appalaches) s'adressant d'abord à la population locale. Et la même tendance s'observe également dans plusieurs autres pays, notamment en Australie et aux États-Unis¹⁹⁰. Mais l'existence de précédents ne signifie pas pour autant que la décision d'investir des fonds publics dans *Mettez le Québec dans votre assiette!* aille de soi. Après tout, nombre de questions d'importance ne feront sans doute jamais l'objet de telles campagnes. Aussi faut-il d'abord que l'alimentation locale se voit posée en tant qu'enjeu social¹⁹¹ (au même titre que le sont le tabagisme ou encore l'alcool au volant) pour que la mise sur pied d'une campagne sociétale autour de cet enjeu puisse être pensée et se justifier. D'autant qu'il s'agit d'une campagne d'envergure : dotée d'un budget annuel de plus de 2 millions de dollars, l'initiative triennale s'organise non seulement autour de messages publicitaires télévisées, radiophoniques et imprimés diffusés dans plusieurs grands médias de la province mais elle comporte en outre¹⁹² :

- des ententes d'intégration de contenu avec différentes émissions télévisées (*Curieux Bégin* (TQC) et *Salut Bonjour !* (TVA) en 2008; *Cuisinez comme Louis* (Canal Vie) et *Tout simplement Clodine* (TVA) en 2009)

¹⁹⁰Le *Government of Western Australia* lançait il y a quelques années une campagne intitulée *Buy West Eat Best* (www.buywesteatbest.org.au); aux États-Unis, le gouverneur de l'état de Washington adoptait en mars 2008 une loi encourageant les écoles à s'approvisionner localement (*Local Farms-Healthy Kids Act*). Je ne fais ici le survol que des campagnes orchestrées par des gouvernements (nationaux ou régionaux) mais plusieurs initiatives similaires naissent à l'instigation d'organismes non-gouvernementaux – aux États-Unis, par exemple, on dénombre près d'une vingtaine d'initiatives depuis le lancement en 1999 d'une première campagne intitulée *Be a Local Hero/Buy Locally Grown* dans l'État au Massachusetts (Allen & Hinrichs, 2007).

¹⁹¹Un positionnement auquel les travaux de la CAAAQ contribuent aussi largement, notamment par les références à la nécessité d'établir un « nouveau contrat social » entre citoyens-consommateurs et producteurs agricoles. Lors de son passage devant la Commission, le président de la plus importante coopérative agricole du Québec (la Coop fédérée) déclarait par exemple : «Jusqu'à maintenant, le contrat social qui lie l'agriculture à la société, et la politique agricole qui en découle, a été l'affaire des organisations agricoles, des responsables gouvernementaux et de quelques spécialistes. Les mangeurs [consommateurs] sont restés en marge de l'exercice, mais ceux-ci sont en train de redécouvrir leur agriculture, celle qui leur fournit une alimentation saine, de qualité et diversifiée, celle qui occupe et entretient le territoire. Le contrat social devient l'affaire de tous. Les préoccupations environnementales et celles relatives à la santé auront servi à refaire de l'agriculture un enjeu de société» (Denis Richard cité dans Turcotte, 2007 : c1). Je reviendrai sur la notion de « mangeurs-citoyens » telle qu'elle se déploie par/dans *Mettez le Québec dans votre assiette!* dans la dernière section de ce chapitre.

¹⁹²Je tire ces informations de conversations avec Mme Marie-Michèle Genest, conseillère en promotion à Transformation alimentaire Québec, l'organisme en charge de la campagne *Mettez le Québec dans votre assiette!* (communication personnelle, avril 2010).

- la publication, en 2008, d'un mini-magazine (*Délicieusement québécois*) inséré dans cinq grands magazines du Québec (*Moi & cie*, *Tout simplement Clodine*, *Espace Parents*, *Décoration Chez Soi!* et *Les idées de ma maison*)
- la création et la bonification progressive d'un site Web (www.assiette.qc.ca)
- la diffusion de bannières publicitaires sur Internet, bannières intégrées notamment aux recettes proposées sur le site de *Ricardo* (www.ricardocuisine.com) lors de la deuxième année de la campagne
- une campagne de mots-clés sur les principaux engins de recherche
- des panneaux apposés sur les chariots d'épicerie de grandes chaînes de la province (Métro, Métro Richelieu, Super C, IGA et IGA extra à l'hiver 2009; Métro et Super C de la grande région de Montréal et la grande région de Québec en 2010-2011)
- un budget réservé à la réalisation de projets régionaux en partenariat avec des acteurs de l'industrie (50 000 dollars sur deux ans pour chaque région)¹⁹³

Il s'agit en ce sens d'une offensive majeure¹⁹⁴ qu'il m'apparaît intéressant d'examiner plus en détails en raison, précisément, de son importante portée mais aussi, comme je l'ai dit, en tant que la forme prise concrètement par celle-ci vient mettre en évidence certains enjeux autour desquels s'organisent les pratiques se réclamant aujourd'hui de l'alimentation locale. La place prépondérante qu'occupent l'invitation au plaisir, les labels de provenance d'Aliments du Québec ainsi que la saisonnalité et les cartes géographiques dans *Mettez le Québec dans votre assiette!* me semble effectivement signaler autant de régularités des pratiques d'alimentation locale en tant qu'elles opèrent un réalignement d'investissements éthiques (engagement en faveur du développement durable) et d'investissements sensoriels et affectifs (plaisirs de la table)¹⁹⁵, sont créatrices de

¹⁹³ Bien que le MAPAQ préconise certains types d'initiatives plutôt que d'autres, les acteurs de chaque région sont responsables de déterminer les projets qui leur conviennent et dans lesquels des membres de l'industrie sont prêts à investir à hauteur égale de la contribution du MAPAQ.

¹⁹⁴ Bien que je ne l'analyse pas sous cet angle, il importe de préciser qu'il s'agit d'une offensive guidée par une stratégie qui n'est pas innocente mais qui relève plutôt d'un processus bien précis, informé par les études en marketing social (cf. Donovan & Henley, 2010).

¹⁹⁵ Les plaisirs en question ne se limitent effectivement pas à un ensemble de perceptions sensorielles mais me semblent plutôt relever d'une expérience où se combinent plaisir charnel et plaisir discipliné, c'est-à-dire plaisir corporel et plaisir issu d'une rationalisation où la gratification immédiate est repoussée au profit de pratiques plus « intellectualisées » ou « esthétisées » (Coveney & Bunton, 2003).

confiance de par leur mode de mise en visibilité même et participent d'une reconnexion des mangeurs urbains aux territoires ruraux qui les nourrissent.

Un avenir savoureux pour le Québec

Tant dans la forme que le ton, *Mettez le Québec dans votre assiette!* se démarque d'autres grandes campagnes sociétales lancées par le gouvernement du Québec dans les dernières décennies. Les luttes au tabagisme et à l'alcool au volant ont habitué les téléspectateurs à des publicités-choc faisant des drames causés par ces comportements « à risque » leur arme première de dissuasion. En parallèle apparaissent ponctuellement des messages appelant les citoyens à remplir leurs différents devoirs en allant se faire vacciner (*Éviter les complications de la grippe saisonnière. Faites vous vacciner*, 2010), en dénonçant la violence conjugale (*La violence conjugale est un crime. Appelez votre service de police*, 2009) ou encore en soutenant activement la réussite scolaire de leurs enfants (*L'avenir s'écrit à l'école. Faisons tous nos devoirs*, 2010). L'appel à un changement du contenu des assiettes québécoises lancé par le MAPAQ se démarque de ce lot de campagnes sociétales en misant très largement sur l'invitation au plaisir.

Manger durablement...

Bien sûr, les effets bénéfiques potentiels à l'échelle du Québec d'une augmentation de l'achat local sont clairement mis en évidence – après tout, le choix d'investir des millions de dollars des fonds publics dans une série de publicités pourrait difficilement se justifier si celles-ci ne contribuaient pas au bien commun. Aussi le mini-magazine *Délicieusement québécois* présente-t-il l'alimentation locale comme moyen « d'améliorer le développement régional et, du coup, la qualité de vie dans les régions » (Brisebois, 2008 :

5), un argument repris par le site Internet de la campagne¹⁹⁶ et cadré en termes d'amélioration de la prospérité collective :

Chaque fois que vous choisissez un produit alimentaire d'ici à l'épicerie, au restaurant ou au marché, vous contribuez à conserver des emplois et à faire croître l'économie du Québec, tout en soutenant les gens d'ici. Cet essor est profitable pour chacun d'entre nous. L'enjeu économique du développement de cette industrie est considérable. Un accroissement de 1 % des ventes de l'industrie alimentaire entraînerait la création de près de 1 800 emplois directs ou indirects. Les retombées de la production agricole et de la transformation alimentaire sur le développement régional seraient immédiates, d'autant plus que ces deux secteurs d'activité jouent un rôle clé : dans la création d'emplois; dans l'accroissement des revenus des travailleurs; à l'égard de la rétention des jeunes et de la main-d'œuvre qualifiée; quant à la création et au maintien des infrastructures; de manière générale, dans l'amélioration de la qualité de vie dans les régions. (Mettez le Québec dans votre assiette!, sans date-a : « Une source de prospérité »).

Non seulement un accroissement des ventes de produits québécois amènerait-il d'importantes retombées économiques mais il serait en outre garant d'un développement régional permettant l'amélioration de la qualité de vie des populations rurales. Finalement, par-delà ces vertus économiques et sociales il importe aussi de ne « pas négliger l'aspect écologique des ventes de proximité. Acheter des aliments locaux [...] c'est aussi contribuer à réduire les émissions de gaz à effet de serre» (Brisebois, 2008 : 5) et, donc, poser un « un geste important et positif pour l'environnement » (Mettez le Québec dans votre assiette!, sans date-b : « Un geste pour l'environnement »).

Les bienfaits attendus d'un changement de comportement des consommateurs québécois grâce à *Mettez le Québec dans votre assiette!* – et, plus largement, à la *Stratégie*

¹⁹⁶ D'abord limité à une page expliquant le « pourquoi » de l'achat local, le site s'est graduellement enrichi pour en venir à recouper très largement, en 2010, le contenu du mini-magazine (www.assiette.gouv.qc.ca). Quatre des huit onglets proposés (« Pourquoi? », « Comment? », « Un monde de saveurs » et « Calendrier ») mènent à du contenu largement présent dans *Délicieusement québécois*, d'ailleurs disponible pour téléchargement à partir du site. On y retrouve par ailleurs une vidéo publicitaire inspirée de la publicité télévisée de 2009 (« Accueil »), certaines recettes réalisées dans le cadre de l'émission *Cuisinez comme Louis* (Canal Vie) ou suggérées dans les publicités imprimées de la campagne (« Recettes»), différentes informations techniques sur les produits du Québec (« Saviez-vous que... ») et, finalement, une palette de sites Internet d'intérêt (« Liens utiles »).

d'accroissement des achats de produits alimentaires québécois sur le marché intérieur de laquelle elle participe, l'achat local y étant déjà cadré comme outil de développement économique, social et écologique (2007 : 6) – sont donc multiples. Or tel que souligné en introduction, cet optimiste est loin d'être unique à la campagne financée par le MAPAQ et apparaît plutôt comme l'un des points de rencontre de l'ensemble des pratiques se réclamant de l'alimentation locale. Car si l'accent est généralement mis sur l'un ou l'autre des bienfaits en question, ces pratiques mobilisent généralement l'idée que « toutes les raisons sont bonnes », comme le suggère le site de *Mettez le Québec dans votre assiette!* (sans date-a: «Une source de prospérité »), pour privilégier l'achat de proximité¹⁹⁷.

Le communiqué annonçant la mise sur pied, à l'automne 2009, d'un tout nouveau programme de support à l'agriculture locale par le *United States Department of Agriculture* (USDA), par exemple, fait bien mention d'une amélioration attendue de l'accès à des aliments nutritifs pour les familles américaines de même que d'une réduction des ressources nécessaires au transport de ceux-ci mais c'est l'argument économique qui est d'abord invoqué pour justifier l'initiative. En témoignent notamment le titre du communiqué en question (*USDA Launches 'Know Your Farmer, Know Your Food' Initiative to Connect Consumers with Local Producers to Create New Economic Opportunities for Communities* (USDA, 2009 : sans pagination)) mais aussi l'énoncé de mission disponible sur le site du programme, celui-ci y étant décrit comme « a USDA-wide

¹⁹⁷ Une vision qui trouve par ailleurs écho dans l'attention grandissante accordée à la « multifonctionnalité » de l'agriculture, terme utilisé pour la première fois par l'Organisation des Nations Unies en 1990 et aujourd'hui défendu notamment par l'Union Européenne, la France, la Norvège, la Corée et le Japon (Chalifour, 2005). Au Québec, le rapport final de la CAAAQ fait de cette multifonctionnalité la première caractéristique de l'agriculture de demain, reflet d'un large consensus autour de « l'importance de valoriser sa contribution au développement économique et à la revitalisation du milieu rural ainsi que ses fonctions environnementales, patrimoniales et sociales. » (CAAAQ, 2008 : 27) Le terme suggère donc que l'agriculture ne doit pas être réduite à sa seule fonction nourricière – bien que celle-ci soit sa « mission première » (idem : 36) – mais plutôt être comprise comme contribuant à la fois à « l'occupation dynamique du territoire, à la revitalisation des collectivités rurales, à la production de biens non alimentaires et environnementaux et à la configuration des paysages. Elle est aussi un mode de vie et contribue à notre identité culturelle. » (Pronovost, 2008) L'alimentation locale et l'agriculture de proximité qu'elle soutient se présentent ainsi comme l'une des solutions privilégiées au problème du développement rural ainsi qu'à celui de l'« occupation dynamique du territoire » – un enjeu qui tend à gagner en importance au Québec, notamment avec la nomination d'un ministre responsable de l'occupation du territoire en décembre 2008 et l'organisation d'une Conférence

effort to create new economic opportunities by better connecting consumers with local producers » (USDA, sans date : « Our mission »)¹⁹⁸. De la même façon, les publicités télévisées et imprimées produites dans le cadre de la deuxième année de *Mettez le Québec dans votre assiette!* se tournent résolument vers le thème de la création d'emplois sans pour autant taire les autres impacts positifs de l'achat local, un repositionnement s'expliquant en partie par la crainte que les Québécois ne boudent les produits locaux dans un contexte de crise économique mondiale (Genest, communication personnelle, avril 2010). La publicité télévisée propose ainsi un enchaînement d'images de travailleurs de l'agroalimentaire se fondant les uns après les autres, un moyen de rendre visibles ces centaines de milliers d'emplois que les téléspectateurs sont invités à encourager par un court message :

Derrière les aliments produits ou transformés au Québec se cachent plus de 485 000 passionnés qui chaque jour travaillent ensemble pour vous offrir des aliments savoureux. Choisir les produits d'ici, non seulement c'est se faire plaisir mais c'est aussi encourager l'économie et les gens d'ici. Chaque jour mettez le Québec dans votre assiette. (*Mettez le Québec dans votre assiette!*, 2009a)

Et le message est sensiblement le même sur la capsule vidéo présentée sur la page d'accueil du site, capsule d'une minute au discours très « chiffré » (montant des dépenses annuelles moyennes en alimentation des familles québécoises, proportion de produits québécois dans ces achats, nombre d'employés du secteur alimentaire, objectif chiffré d'achat de produits québécois par famille, etc.) suivie d'une invitation à « contribue[r] virtuellement à la création et au maintien d'emplois au Québec et au développement de l'industrie alimentaire de chez nous » (*Mettez le Québec dans votre assiette!*, sans date-d:

nationale sur l'avenir des territoires qui a rassemblé du 20 au 22 avril 2010 plus de 300 représentants d'organisations œuvrant dans une large variété de domaines (cf. www.territoires.qc.ca).

¹⁹⁸ Toujours aux États-Unis, le réseau Farm to School (www.farmtoschool.org) propose une variante intéressante de ce discours de création d'opportunités économiques pour les producteurs locaux en ce qu'il le déploie conjointement au souci de l'éducation à l'alimentaire discuté au chapitre précédent. La présentation du réseau disponible sur son site précise ainsi que « Farm to School brings healthy food from local farms to school children nationwide. The program teaches students about the path from farm to fork, and instills healthy eating habits that can last a lifetime. At the same time, use of local produce in school meals and educational activities provides a new direct market for farmers in

« Accueil ») en s’engageant à remplacer pour 30 dollars d’aliments venant d’ailleurs par des produits d’ici¹⁹⁹.

Mais c’est sans doute l’argument écologique qui occupe le plus souvent le devant de la scène, une localisation accrue des systèmes alimentaires se présentant alors comme le tout dernier cri de ralliement d’activistes luttant depuis plusieurs décennies contre les effets négatifs de l’industrie agroalimentaire sur les écosystèmes de la planète. L’agriculture biologique a longtemps joué ce rôle d’alternative privilégiée à la grande industrie, les méthodes de production sans intrant chimique sur lesquelles elle repose étant jugées garantes à la fois d’aliments plus sains et d’une meilleure conservation environnementale. Mais avec la popularisation progressive du biologique et l’entrée en scène dans ce marché de grandes corporations (*General Mills*, les supermarchés *Whole Foods*, etc.) certaines voix se sont élevées pour décrier une « conventionnalisation » du secteur (Buck et al., 1997; Guthman, 2003). Pour ces critiques, l’entrée du biologique dans le jeu d’une recherche de gains maximaux sur un marché de niche impliquant le transport d’aliments sur de grandes distances remettrait sérieusement en question son statut d’alternative par excellence à la grande industrie alimentaire²⁰⁰ (Fonte & Grando, 2006).

C’est dans ce contexte que l’alimentation locale s’est graduellement imposée comme solution de rechange, un « nouveau biologique » (Cloud, 2007; 100-mile diet, sans date-a) plus « vert » encore en ce qu’il permettrait de réduire drastiquement les « kilomètres alimentaires » (*food miles*) parcourus par les aliments et donc de limiter leur empreinte

the area and mitigates environmental impacts of transporting food long distances. » (*Farm to School*, sans date-b: « About us »)

¹⁹⁹ Je reviendrai en conclusion de ce chapitre sur la question du patriotisme (ici économique) que la campagne convoque et produit.

²⁰⁰ Une critique qui s’exprimait récemment, par exemple, dans les pages du magazine *L’Actualité*: « Ceux qui pensent faire un choix plus écologique en optant pour les produits de l’agriculture biologique (sans pesticides, engrais chimiques ou antibiotiques) ont aussi une plus grande empreinte environnementale qu’ils ne croient. Ce qu’ils achètent a souvent accumulé pas mal de kilomètres alimentaires avant d’arriver ici. [...] Les produits bio viennent donc de loin. De trop loin, selon Frédéric Paré, coordonnateur du programme Agriculture écologique du groupe environnemental Équiterre. « Nous savons qu’en moyenne les aliments parcourent 2 600 km avant de parvenir jusqu’à notre assiette, dit-il. Ce chiffre est encore plus élevé pour les aliments biologiques, justement parce que 80 % d’entre eux sont importés. » (Chrétien, 2007 : « la bouffe de chez nous »).

écologique (Holt & Amilien, 2007). Dans les faits, toutefois, local et biologique sont davantage complémentaires que mutuellement exclusifs²⁰¹ bien que des débats quant à leurs vertus respectives ressurgissent ponctuellement (cf. Chrétien, 2007; Cloud, 2007). D'ailleurs ces «débats» prennent le plus souvent la forme d'exposés sur la difficulté pour les consommateurs de faire le « bon choix » écologique, la valeur de ce biologique qu'on leur vantait tant se voyant soudainement remise en question par le concept de kilomètres alimentaires. Et pour compliquer encore un peu plus les choses, certaines voix s'élèvent depuis peu pour remettre en question les bénéfices écologiques attribués – le plus souvent comme allant de soi, j'y reviendrai à la prochaine section – à l'alimentation locale. Une étude suggérait récemment, par exemple, que de « supprimer sa consommation de viande une journée sur sept épargnerait à la planète plus de GES [gaz à effet de serre] que si toute la nourriture d'une famille nord-américaine provenait d'achats locaux » (Francoeur, 2008 : A4). Même constat dans un autre rapport publié en 2009, cette fois du centre de recherche environnemental *WorldWatch Institute* (DeWeerd, sans date; Bérubé 2009d). Plus près de nous, la publication par l'Institut économique de Montréal en février 2010 d'une note économique rejetant le concept de kilomètres alimentaires en tant qu'outil de mesure valide de l'empreinte carbonique des aliments consommés a suscité de nombreux commentaires médiatiques (Cliche, 2010; Dubuc, 2010; Deglise, 2010b) et même de vifs débats, par exemple aux émissions radiophoniques de la Première Chaîne de la SRC *Désautels* (« Achats locaux : un choix écolo? », 16 février 2010) et *Christiane Charette* (« La portée de l'achat local », 18 février 2010). La discussion présentée lors de cette dernière émission a non seulement donné lieu à des échanges enflammés entre le professeur Pierre Desrochers (responsable de la note économique en question) et Laure Waridel (cofondatrice de l'organisme environnemental *Équiterre*), mais elle a en outre suscité une cinquantaine de commentaires d'auditeurs sur le site de l'émission – soit bien plus que les un ou deux commentaires reçus par la moyenne des discussions qui y sont présentées. Parmi ceux-ci, la

²⁰¹ Comme le souligne Clare Hinrichs: « for the most part, interest in local food systems—whether academic or applied—has been the stepchild of sustainable agriculture, given some association between local, direct agricultural markets and organic or low-input farming » (citée dans Winter, 2003 : 29).

plupart y allaient d'une attaque en règle contre M. Desrochers, accusé notamment de «donne[r] dans l'intégrisme commercio-industriel » et de faire preuve de « malhonneteté intellectuelle et d'un cynisme crasse » (*Christiane Charette*, 2010 : « La portée de l'achat local »); autant de réactions qui, dans leur intensité même, participent de la prégnance de l'argument attribuant des bénéfices écologiques considérables à l'alimentation locale.

En axant son message sur la prospérité collective, une réduction des émissions de gaz à effet de serre et, dans une moindre mesure, la qualité de vie en région (cf. p.143), *Mettez le Québec dans votre assiette!* participe donc directement de la conception de l'alimentation locale mise de l'avant par les différentes pratiques qui s'en réclament explicitement²⁰². Car non seulement l'aliment local aurait-il certains effets économiques, écologiques et sociaux mais ce sont ceux-ci, précisément, qui le définiraient. De fait, si le terme est souvent mobilisé sans que le sens qui lui est donné ne soit clairement explicité – certains auteurs n'hésitant pas à y voir une « boîte noire » (*black box notion*) (Amilien, Fort & Ferras, 2007 : 3) porteuse de sens multiples et parfois même contradictoires (Hinrichs, 2003: 33)²⁰³ – il s'agit dans tous les cas d'aliments indissociables de leur lieu d'origine et des relations qui le traversent :

In its broadest sense, a 'local food product' is a food that is typically linked to an identified location either through geography, know-how or tradition. On the one hand local products can merely relate to closeness (meaning farm products from the local area), making the local aspect quite physical and concrete. On the other hand local products can relate to origin and cover different types of localised, or re-localised, food products that often add value through quality. (Amilien, Fort & Ferras, 2007, sans pagination)

²⁰² Il semble effectivement important de faire une distinction entre les pratiques se réclamant explicitement de l'alimentation locale – et donc posant cette dernière comme un choix – et certaines pratiques plus anciennes d'agriculture de subsistance (jardins d'arrière-cours, etc.) qui sont en quelque sorte locales « par défaut » et qui impliquent le plus souvent des sujets dont la situation économique est beaucoup moins privilégiée que celle de la majorité des adeptes des initiatives explicitement en faveur de l'alimentation locale.

²⁰³ Les limites géographiques à poser au « local » soulèvent notamment plusieurs interrogations : quelles sont ces limites et à partir de quels critères celles-ci sont-elles déterminées ? Pourquoi une « diète des 100 miles » plutôt que des 50 ou des 250 miles ? Cette distance doit-elle être la même pour tous les types d'aliments et dans quelles circonstances cette limite peut-elle être modifiée de façon à répondre aux besoins nutritionnels ou culturels de groupes particuliers (Hinrichs, 2003 : 35) ?

C'est-à-dire que la géographie, les savoir-faire, les traditions mais aussi les rapports économiques desquels émane un produit détermineraient ce dernier et permettraient d'en établir la valeur – une objectification extensive qui contraste avec la réduction de l'aliment à une combinaison de nutriments qu'opère le « nutritionnisme », dont je parlerai au quatrième chapitre. La « bonne alimentation » requiert dès lors la prise en compte des diverses relations²⁰⁴ (méthodes de production, impacts sociaux et économiques de la production, préservation du milieu et respect des animaux, etc.) desquelles les produits choisis participent et qu'ils contribuent à faire durer. Faire durer car il s'agit au final, nous dit le site de *Mettez le Québec dans votre assiette!*, d'acheter localement de façon à préserver l'environnement tout en contribuant à conserver les emplois et le savoir-faire des producteurs impliqués ainsi que les standards de qualité des entreprises d'ici²⁰⁵.

L'alimentation locale se déploie ici sous le mode du développement durable, un recouplement qui n'est d'ailleurs sans doute pas sans lien avec la montée en popularité du local au détriment d'autres « alternatives » envisageables²⁰⁶. Selon la définition qu'en donnait la Commission mondiale sur l'environnement et le développement il y a une vingtaine d'années déjà, est considéré comme durable tout « développement qui répond aux

²⁰⁴ Ainsi, par exemple, du Marché de solidarité régionale des AmiEs de la Terre de l'Estrie qui présente son service de commande en ligne de produits locaux comme façon de : « diminuer le transport relié à la distribution qui provoque le voyage inutile des aliments sur des centaines de kilomètres et l'augmentation des gaz à effet de serre (GES) [...] stimuler une agriculture écologique qui vise à nourrir la terre qui, elle, nous nourrit en retour avec des aliments plus frais et de meilleure qualité, tout en étant équitable pour l'agriculteur; inciter la création de liens sociaux, économiques et environnementaux nécessaires à toute communauté tout en assurant une certaine solidarité internationale, entre autres en respectant le droit à la souveraineté alimentaire de toutes les communautés. » (Les AmiEs de la Terre, 2007 : « Présentation »)

²⁰⁵ De la même façon, l'agriculture soutenue par la communauté et des émissions telles que Du cœur au ventre (SRC) posent l'achat local comme moyen pour le consommateur de se procurer des produits « de qualité », soit, mais surtout de contribuer à la survie de petites exploitations soucieuses de l'impact écologique et social de leur pratiques – s'assurant du coup que les produits en question seront toujours disponibles dans un futur plus ou moins rapproché.

²⁰⁶ Des alternatives telles que l'agriculture biologique avec un souci autrefois écologique et aujourd'hui économique tendant à éclipser les autres « piliers » du développement durable, bien sûr, mais aussi d'autres pratiques n'entrant plus simplement pas dans la logique du développement. On peut notamment penser au jardinage urbain ou encore aux tenants du glanage urbain (*dumpster diving*), ces « grands critiques de la société de consommation, qui fouillent les poubelles à la recherche d'aliments comestibles n'ayant pas trouvé preneurs. » (Morin, 2008). Le croisement qui s'opère entre alimentation locale et développement durable contribue par ailleurs à donner une place de plus en plus importante à la première à l'intérieur d'une variété de discours religieux, notamment juifs, tendant récemment à appeler leurs fidèles à un mode de vie plus « durable » (MacVean & Helfand, 2009; Shapiro, 2008).

besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs » (1987, sans pagination) et ce, en prenant en compte ses incidences à la fois économiques, sociales et écologiques. Malgré les critiques qu'elle soulève (Sauvé, 2000), la notion s'est depuis imposée au point de devenir omniprésente dans les discours tant écologiques, économiques que politiques. Le gouvernement du Québec, notamment, s'est doté depuis 2006 d'une *Loi sur le développement durable* ainsi que d'une *Stratégie gouvernementale de développement durable 2008-2013* présentée comme nouveau «cadre de gestion » orientant l'ensemble de ses activités. À l'heure où « tous les efforts du gouvernement [doivent] converger vers la démarche de développement durable » (Gouvernement du Québec, 2007 : 3), le choix d'investir dans une campagne de marketing social invitant les Québécois à œuvrer à une croissance de leur industrie alimentaire engendrant des retombées économiques, écologiques et sociales profitables aux générations futures semble difficilement discutable. Or, comme je le soulignais au début de cette section, la campagne ne prend pas seulement ni même d'abord la forme d'un appel à sacrifier temps, argent et/ou énergie pour le bien commun. Plutôt, elle se distingue d'initiatives gouvernementales antérieures de même que de la très grande majorité des discours de développement durable en se déployant principalement sur le mode du plaisir²⁰⁷.

... au nom du plaisir

Le plaisir tiré, d'abord, de moyens de promotion jouant sur le mode du divertissement et/ou de l'accompagnement à la découverte gastronomique. Car la campagne s'organise non seulement autour de publicités grand public mais aussi, tel que mentionné, de la publication en près d'un quart de million d'exemplaires du mini-magazine

²⁰⁷ Un contraste que Michael Pollan, intellectuel public rendu célèbre par ses écrits sur l'alimentation, juge d'ailleurs « bienvenu»: « The fact that the most humane and most environmentally sustainable choices frequently turn out to be the most delicious choices... is fortuitous to say the least; it is also a welcome challenge to the more dismal choices typically posed by environmentalism, which most of the time is asking us to give up things we like. » (2010: sans pagination) Je reviendrai plus longuement sur le discours de Pollan au chapitre 4.

intitulé *Délicieusement québécois*. À mille lieux de la brochure mettant en garde contre les risques associés au tabagisme ou rappelant l'importance du recyclage, il copie largement la forme des magazines « style de vie » dans lesquels il se voit inséré (*Moi & cie*, *Tout simplement Clodine*, *Espace Parents*, *Décoration Chez Soi!* et *Les idées de ma maison*). En quelques 24 pages se condensent les principales rubriques caractéristiques de ce type de publication, de l'entrevue avec une personnalité invitée (« L'authentique Anne Desjardins. Portrait d'une chef de chez nous » (Murdock, 2008 : 8)) aux articles courts portant sur des sujets divers (évolution de la cuisine québécoise au fil des décennies, survol des spécialités régionales québécoises, etc.) en passant par le partage de conseils pratico-pratiques (« Des conseils pour votre cuisine » (Hontebeyrie, 2008a : 22); « Guide qualité, le cru en toute confiance » (Racette, 2008a : 21); « Sept recettes à la mijoteuse » (sans auteur, 2008a : 17); « le Web gourmand » (Hontebeyrie, 2008b : 20)). Les lecteurs se voient ainsi interpellés sur le mode du divertissement, la lecture de *Délicieusement québécois* se confondant avec celle de leurs magazines favoris. La même stratégie semble d'ailleurs présider au choix de miser sur des ententes de placement de produits avec des émissions télévisées culinaires écoutées (*Salut Bonjour!* (TVA) et *Curieux Bégin* (TQC) en 2008, puis *Cuisinez comme Louis* (Canal Vie) et *Tout simplement Clodine* (TVA) en 2009) et sur une présence au niveau régional à différents festivals et foires axés sur les plaisirs de la table²⁰⁸.

La campagne s'appuie d'ailleurs explicitement sur l'argument du plaisir afin de justifier l'achat local. La publicité télévisée lancée en 2008 propose un vol à vue d'oiseau au dessus d'une carte du Québec de laquelle se détachent certaines régions pour donner forme à différents produits du terroir, le tout coiffé d'une voix hors champ prononçant trois petites phrases seulement : « Le Québec regorge d'aliments savoureux, fièrement produits ou transformés ici. Demandez-les, savourez-les. Mettez le Québec dans votre assiette.»

²⁰⁸ En Montérégie, pour ne donner qu'un exemple, la liste des événements auxquels *Mettez le Québec dans votre assiette!* s'est associée en 2008-2009 montre bien l'importance qu'y prennent les plaisirs de la table (présence à l'exposition agricole de Saint-Hyacinthe, au festival *Bières et saveurs* à Chambly, au *Rendez-vous des papilles* à Saint-Hyacinthe et à la foire agroalimentaire de Roxton Pond; organisation de bancs d'essais culinaires; production de 10 000 tablettes liste d'épicerie) (Rochon, sans date).

(*Mettez le Québec dans votre assiette!*, 2008a). Même accent sur les critères de saveur et de fierté dans les publicités écrites²⁰⁹, celles-ci redoublant à leur tour le duo fierté-plaisir promu à l'intérieur de la *Vision gouvernementale d'avenir pour l'agriculture et l'agroalimentaire québécois – La fierté d'en vivre, Le plaisir de s'en nourrir* (2008b)²¹⁰. Les références aux plaisirs pouvant être tirées des aliments québécois traversent aussi littéralement l'ensemble du mini-magazine. Si le titre, déjà, est évocateur, l'éditorial donne d'emblée le ton de la publication en affirmant que: «**Les Québécois ont une nouvelle passion : la gastronomie** [...] Décidément, la bouffe, c'est tendance!» (Équipe de rédaction, 2008 : 4 accent original). Et c'est bien de bonne bouffe dont il est question dans la description des réalisations d'une chef réputée pour « cuisiner québécois » ou encore dans les deux pages du magazine consacrées à un survol des « nombreux délices dont les régions du Québec regorgent », ces « cadeaux vrais, simples et frais de Dame Nature, ces innombrables plaisirs de la table élaborés avec soin, ces fumets, ces fromages, ces cidres [qui] sont désormais à portée de main... et de bouche!» (sans auteur, 2008b : 14). L'orientation imprègne aussi les articles à première vue plus informatifs, le « Guide 101 » du comment consommer les produits du Québec exposant notamment différentes façons de s'assurer de la provenance des aliments avant de clore par un appel au plaisir : «Complicé, manger québécois? Il faut garder l'œil ouvert, lire les étiquettes, repérer les logos d'origine et se renseigner auprès du personnel qualifié sur les lieux d'achat. Ce qui importe surtout, c'est de prendre plaisir à se procurer et à cuisiner les produits d'ici. » (Racette, 2008b : 7). Les sites de références suggérés, pour la plupart axés sur la publication de recettes, s'adressent quand à eux à des lecteurs curieux d'« obtenir des informations culinaires ou

²⁰⁹ Le message automnal dit « Parce qu'ils regorgent de saveur et qu'ils reflètent notre savoir-faire, les aliments produits ou transformés ici font notre fierté. Savourez-les au quotidien. assiette.qc.ca » (*Mettez le Québec dans votre assiette!*, 2008b, accent original) alors que les trois autres publicités écrites sont essentiellement centrées autour de recettes à réaliser pour la Saint-Valentin, pour Pâques et pour l'arrivée du printemps.

²¹⁰ Les thèmes faisaient déjà surface dans la Stratégie d'accroissement des achats de produits alimentaires québécois sur le marché intérieur par le biais d'un message du ministre appelant à une mobilisation de l'industrie afin qu'elle « s'engage à offrir des produits variés et distinctifs que la population voudra découvrir et savourer avec fierté » avant de conclure qu'« Au-delà des résultats tangibles que nous poursuivons, le plaisir de partager un bon repas avec sa famille ou des amis continuera de guider nos interventions pour mettre le Québec... dans votre assiette ! » (2007 : 5 accent original).

pour avoir l'eau à la bouche » (Hontebeyrie, 2008b : 20) plutôt qu'inquiets des impacts écologiques, économiques et sociaux de leurs choix alimentaires.

Les recettes mettant en vedette des aliments du Québec sont d'ailleurs omniprésentes non seulement à l'intérieur du mini-magazine mais dans l'ensemble de la campagne. *Délicieusement québécois* propose sept plats à la mijoteuse « pour le plus grand plaisir de votre palais » (sans auteur, 2008a : 17), des recettes de grands chefs constituent l'essentiel du message de trois des quatre publicités imprimées de 2008 en plus d'être reprises sur le site Internet et une dizaine de recettes plus simples sont disponibles par le biais des capsules *Cuisinez comme Louis* présentées sur Canal Vie et reprises sur le site. L'utilisation d'aliments du Québec dans la réalisation de petits plats savoureux est aussi mise en valeur dans les émissions télévisées avec lesquelles *Mettez le Québec dans votre assiette!* a fait des ententes de placement de même que sur le site du très populaire Ricardo Larrivée (*Ricardocuisine.com*), où une bannière rappelant aux internautes de choisir des ingrédients du Québec accompagne certaines recettes. Finalement, la transformation prévue du site www.assiette.qc.ca en vitrine virtuelle pour les produits québécois prendra non pas la forme d'un bottin de producteurs ou de produits mais plutôt celle d'un éventail de recettes dans lesquelles les produits d'ici seront spécialement identifiés. Les différentes expériences culinaires, toutes aussi savoureuses, pouvant être réalisées à partir de produits locaux servent donc d'« argument de vente » central à la campagne – un argument qui, on l'aura deviné, interpelle avec une intensité toute particulière les amateurs de l'alimentaire dont il a été question au chapitre précédent. De fait, en misant sur le plaisir tout autant (et même davantage) que sur les effets (économiques, écologiques, sociaux) bénéfiques de l'achat local à l'échelle de la province, *Mettez le Québec dans votre assiette!* propose une articulation bien particulière entre développement durable et culture *foodie*.

L'économie des terroirs

La croissance exponentielle des interventions médiatiques nourries par et venant nourrir les pratiques de fans de l'alimentaire discutées au chapitre précédent n'est évidemment pas sans lien avec *Mettez le Québec dans votre assiette!* – pensons au choix du mini-magazine « style de vie » et d'ententes avec des émissions culinaires comme véhicules de promotion. Mais c'est aussi à un autre ensemble d'effets des pratiques *foodies* que la campagne renvoie. Car la recherche constante de nouvelles connaissances²¹¹ et expériences qui caractérise l'engagement *foodie* contribue à l'apparition non seulement de nouveaux espaces médiatiques mais aussi de produits toujours plus spécialisés et distinctifs. D'où notamment l'offre grandissante d'aliments et/ou d'accessoires de cuisson dénichés aux quatre coins du globe²¹² ou encore la création et la vente de nouvelles variétés de légumes (chou-fleur mauve, minis légumes, etc.) répondant au désir de nouveauté des fans de l'alimentaire. D'où aussi – et c'est ici qu'alimentation locale et discours *foodie* s'entrecroisent et se nourrissent mutuellement – une volonté de particulariser certains produits par le biais de stratégies de (re)localisation venant les positionner comme expression de terroirs donnés²¹³.

²¹¹ Soif de connaissances qui est d'ailleurs encouragée par/dans quatre des huit onglets du site de *Mettez le Québec dans votre assiette!*. On y retrouve ainsi un calendrier des récoltes, des recettes mettant les produits d'ici en valeur, une présentation de quatre légumes « exotiques » cultivés au Québec mais aussi un onglet (Saviez-vous que...) invitant les internautes à « épater leur amis » en « enrichissant leur culture » (sans date c : « Incroyablement bon! ») par le biais d'informations diverses sur des productions québécoises telles que l'agneau (« La viande d'agneau du Québec est excellente pour les enfants en bas âge, car elle se digère facilement. » (idem)) ou encore le miel (« Le miel fut pendant longtemps la seule matière sucrante en Occident. » (idem)).

²¹² Voir Johnston & Baumann (2010), qui posent cette recherche d'exotisme comme l'un des deux éléments clé (avec la recherche d'authenticité, une notion sur laquelle je reviendrai plus loin (cf. p. 187)) de la culture *foodie*.

²¹³ Je parle ici de terroirs au pluriel pour souligner le fait que les stratégies de (re)localisation contribuent à créer une multiplicité de lieux compris comme autant d'environnements de production uniques – et donc de terroirs spécifiques – mais les références au terroir (au singulier) sont aussi fréquentes. Le terroir évoque alors une notion plus globalisante, celle de « ruralité ». Un jeu similaire s'opère à travers la notion apparentée de territoire (les territoires vs le territoire), tel que discuté un peu plus loin dans ce chapitre (cf. section *Reconnecter aux territoires/terroirs*).

Longtemps employée comme simple synonyme de « terres agricoles »²¹⁴, la notion française de terroir(s) est aujourd'hui investie d'une signification beaucoup plus large. C'est à partir des années 1860 que cette extension prend forme; sous l'impulsion d'abord de l'industrie vinicole puis de celle du tourisme culinaire, une « stratégie française du terroir » (Laudan, 2004 : 138) se met en place avec pour objectif d'associer la qualité de produits données à leur lieu d'origine. La notion de terroir(s) se voit alors redéployée et passe du statut de terme essentiellement descriptif à celui de gage de qualité (Trubek, 2008: 24). Le mouvement cherchant à associer terroir(s) et qualité afin de procurer un avantage compétitif aux producteurs français culmine avec la création des *Appellations d'Origine Contrôlée* (AOC), les techniques de production devenant à ce moment l'un des paramètres centraux des terroirs, du moins dans leur acceptation législative²¹⁵. Les terroirs sont ainsi redéfinis comme « réalités » à la fois naturelles et culturelles, une interaction dynamique dont rend bien compte la définition qu'en donne par exemple l'Institut National des Appellations d'Origine : « [le terroir est un] *système au sein duquel s'établissent des interactions complexes entre un ensemble de facteurs humains (techniques, usages collectifs...), une production agricole et un milieu physique (territoire). Le terroir est valorisé par un produit auquel il confère une originalité (typicité)* » (cité dans Bérard & Marchenay, 2007 : 17; italiques dans l'original).

À l'instar de l'aliment local, donc, le produit de terroir est indissociable d'un lieu d'origine et des diverses relations qui le traversent. Ici, toutefois, la connaissance de ce lieu d'origine n'importe pas tant parce qu'elle rendrait possible le calcul d'un « kilométrage

²¹⁴ Selon Amy B. Trubek, le *Grand dictionnaire universel du XIXe siècle* de Pierre Larousse définissait le terroir comme «the earth considered from the point of view of agriculture» (2008: xv).

²¹⁵ «The initial attempt to define legal boundaries for the production of wine, however, did not take into account notions of quality; no specific parameters were established for how wine was made, nor how much could be produced and sold in the marketplace... Only in the revised legislation, first in 1919 and then in 1935, do "uniqueness" and "quality" come into play as important parameters... By 1935 terroir no longer functioned primarily descriptively, but it now also determined quality and authenticity.» (Trubek, 2008 : 27-28) Pour un historique plus complet de la notion de terroir et des Appellations d'Origine Contrôlée voir Trubek (2008) et Bérard & Marchebay (2007). Je reviendrai à la section suivante sur les AOC qui, en tant que système réglementé de labels garantissant l'origine d'un produit, participent au jeu entre peurs (alimentaires) et confiance caractéristique des pratiques se réclamant de l'alimentation locale.

alimentaire » ou permettrait aux consommateurs d'encourager les fermes des environs mais d'abord en raison du goût unique que ce lieu confère aux produits qui en sont issus²¹⁶. C'est, du moins, l'argument que servent aux consommateurs un nombre croissant d'acteurs de l'industrie alimentaire tentant de se tailler une place sur le marché mondial en donnant une valeur ajoutée à leurs produits par un recours à la notion de terroir. La tendance est visible depuis plus d'une dizaine d'années déjà en Europe, comme le soulignait Solidarité rurale du Québec dans un mémoire présenté en 2001 au Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec :

Aujourd'hui, les AOC représentent en France, notamment dans les secteurs viticole, laitier et agroalimentaire, un véritable instrument de développement économique [...] De plus en plus, ces appellations se développent dans d'autres secteurs comme la volaille, les viandes, les fruits, les légumes, les miels, les huiles d'olive et les huiles essentielles [...] À l'échelle européenne, le marché de ce type de productions alimentaires est estimé à 12% de la consommation totale (Paul Soto Hardiman, Solidarité rurale du Québec, 1999a : 44). Il faut dire enfin que le système français des AOC a depuis fait des émules, notamment avec la création en 1992 des appellations d'origine protégée (AOP) et des indications géographiques protégées (IGP) au sein de l'Union européenne. (4)

L'importance économique des AOP et IGP explique d'ailleurs la volonté européenne de les voir reconnues et protégées par la création d'un registre à l'Organisation Mondiale du Commerce et ce, contre l'opinion des États-Unis qui y voient une menace à leurs propres intérêts économiques (Barham, 2003)²¹⁷. La notion de terroir fait malgré tout

²¹⁶ D'ailleurs les produits du terroir peuvent voyager d'un bout à l'autre de la planète avant d'atteindre les consommateurs auxquels ils sont destinés, ce qui explique la distinction entre « produits de proximité » et « produits localisés » proposé par Amilien, Fort et Ferras (2007) dans la seconde partie de leur définition du produit alimentaire local citée plus tôt (cf. p.148). Brunori propose une distinction similaire à partir des notions de *localist food* (alimentation de proximité) et de *locality food*, où « Consumption may be far removed from production, and stems from a reflexive choice. Consumers choose locality products because they perceive them as coming from a certain place and possessing well defined and differentiated characteristics. In order to make that choice, they need to develop the capacity to distinguish between products. » (2007 : sans pagination)

²¹⁷ Les certifications d'origine font aussi lentement leur chemin de ce côté-ci de l'Atlantique, le Québec faisant d'ailleurs figure de pionnier avec la reconnaissance en 2009 de la toute première indication géographique protégée d'Amérique du Nord (« *Agneau de Charlevoix* ») (Bérubé, 2009e). Je reviendrai sur la question des labels de provenance et des appellations protégées à la section suivante.

lentement son chemin aux États-Unis, où différents projets sont en cours afin d'évaluer le potentiel du créneau pour des produits tels que le sirop d'érable du Vermont, le saumon de *Lummi Island* ou encore le bœuf I-80, nommé ainsi en référence à l'autoroute (l'*Interstate 80*) aux abords de laquelle sont situés les ranchs qui en font l'élevage (Black, 2007). De la même façon, Solidarité rurale du Québec travaille depuis plus d'une dizaine d'années, en partenariat avec le gouvernement, à promouvoir une « économie des terroirs » – dont le potentiel est évalué à près de 2 milliards de dollars par année – s'inscrivant « en complémentarité au marché actuel » en faisant appel « à une relation particulière entre producteurs et consommateurs : une convention de réputation du produit, un produit différencié, une spécificité liée au lieu d'origine, une qualité de saveur, d'esthétique, de convivialité de services et d'originalité. » (2001 : 7-8). Et, de fait, les fromages, viandes d'élevage et autres délices se réclamant de terroirs québécois se multiplient d'année en année²¹⁸, laissant entrevoir une dynamique de « création de terroirs » stimulée par un discours *foodie* qu'elle contribue en retour à populariser. Création puisque contrairement à conception européenne et surtout française des terroirs en tant que réalités ancrées dans la longue durée et relativement « statiques » (Trubek, 2008 : 247-8), les emprunts nord-américains à la notion s'appliquent souvent tout aussi bien à des productions initiées il y a quelques d'années seulement qu'à des pratiques plus anciennes. Au Québec, le Groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir mettait d'ailleurs l'accent sur cette « élasticité » de l'ancrage historique en suggérant que les caractéristiques des terroirs « dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat ou le relief, de savoir-faire ainsi que de savoirs traditionnels ou émergents. » (2003 : 10). D'où les appels à une « ré-invention » *du terroir* (par la création *de terroirs*) tels celui lancé par l'animateur de l'émission *Du cœur au ventre*, mentionnée précédemment : « Nous n'avons pas de passé culinaire. Nos ancêtres étaient pêcheurs. Il faut donc se réinventer un terroir et c'est ce dont nous allons parler. » (Paré, 2007 : 3)

²¹⁸ Un détour par le site www.terroirsquebec.com ou par www.fromagesdici.com, par exemple, permet de constater cette évolution.

De fait, la découverte et la dégustation d'aliments issus de terroirs du monde entier se trouvent bel et bien au cœur d'un vaste éventail de pratiques participant de la culture *foodie*. Non seulement les références à des produits aussi spécifiques que le piment d'Espelette ou les oignons Vidalia y sont-elles devenues monnaie courante mais les interventions médiatiques directement axées sur le(s) terroir(s) foisonnent²¹⁹. L'engouement incite aussi un nombre grandissant de chefs à privilégier les terroirs au quotidien ou à se joindre, plus formellement, à des initiatives telles qu'*À la découverte des saveurs du Québec*²²⁰ ou encore *Table aux Saveurs du Terroir*^{MD}, un label de qualité certifié accordé « aux meilleures tables régionales ou aux meilleurs restaurants mettant en valeur la cuisine et les produits des régions du Québec » (www.tablesetrelaisduterroir.com). Les restaurateurs en question participent ainsi au développement exponentiel de l'agrotourisme en tant que pratique touristique axée, précisément, sur la découverte des terroirs et la rencontre avec les artisans qui les façonnent. Au Québec, la formule fait boule de neige sous l'impulsion, notamment, de l'Association de l'Agrotourisme et du Tourisme Gourmand du Québec et de Tourisme Québec. Depuis l'inauguration en 1994 de la première route agrotouristique du Québec (la *Route des saveurs de Charlevoix*) se sont effectivement développés près d'une trentaine de circuits agrotouristiques (*Route des vins de Brome-Missisquoi*, *Parcours gourmands* de la région de la Capitale nationale, etc.) attirant des touristes d'ici et d'ailleurs, prêts à consacrer leurs temps libres à la découverte de produits des terroirs. D'ici et d'ailleurs puisque nombre de touristes-*foodies* sont prêts à franchir des milliers de kilomètres afin de vivre directement l'expérience de ces lieux de

²¹⁹ Pour ne prendre que quelques exemples au Québec, on peut penser à des émissions télévisées explicitement orientées vers la découverte de terroirs telles que *Du cœur au ventre* (SRC) et *Martin sur la route* (SRC); à certains reportages diffusés dans le cadre d'émissions d'information telles *La Semaine verte* (« Trois fermes du terroir », diffusé le 26 décembre 2009 sur la SRC) ou encore à la série « Des gens d'avant-goût » publiée, tel que mentionné en introduction, par *La Presse* à l'été 2009.

²²⁰ Mise sur pied en 2008 par le Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation en collaboration avec l'Association des restaurateurs du Québec et Aliments du Québec, l'initiative prend la forme d'une brochure présentant des restaurateurs ayant développé des plats à partir d'aliments locaux – ou, pourrait-on dire, du terroir puisque les deux termes y sont utilisés de façon interchangeable – de même que différents circuits gourmands et portraits de producteurs. Limitée à la ville de Québec en 2008 en l'honneur des fêtes du 400^e de la ville, l'initiative rejoint en 2009 près de 300 restaurants répartis dans plusieurs régions de la province (www.saveursettentations.com/decouvertedessaveurs).

production uniques dont les médias, l'industrie touristique ou d'autres fans de l'alimentaire leur ont vanté les mérites.

Diverses pratiques convergent donc pour faire de la découverte et de l'expérience des caractéristiques uniques de produits issus de terroirs donnés l'une des façons privilégiées par/dans lesquelles se déploie l'engagement *foodie*²²¹, le lieu d'origine des aliments devenant alors un critère déterminant du plaisir qu'ils procurent et donc de la qualité de l'expérience qui en est tirée. Et pour ceux et celles qui ne seraient pas ou « pas encore » aptes à apprécier cette différence sont offertes une variété de pratiques destinées à former leurs sens aux subtilités des terroirs – de la dégustation de fromages fins entre amis au cours d'œnologie dispensé par une organisation réputée en passant par les dégustations, plus marginales, d'échantillons des sols d'origine eux-mêmes (Zimmerman, 2009). L'idée se trouve d'ailleurs au cœur même de la mission *Slow Food*, organisation « éco-gastronomique » fondée en 1989 et regroupant aujourd'hui plus de 100 000 membres répartis dans plus de 100 pays un peu partout sur le globe. Sa mission est triple : préserver la biodiversité en soutenant les petites productions de terroirs de la planète, reconnecter les producteurs et les consommateurs (ou co-producteurs) et initier un mouvement d'« éducation au goût » passant par une « réactivation » et une « éducation » des sens de façon à permettre au co-producteur de « redécouvrir les plaisirs de l'alimentation [à la manière *Slow Food*] et de comprendre combien il est important de se soucier de la provenance de ses aliments, de leur mode de production et de qui les a produit. » (Slow Food, 2006a : sans pagination)²²². L'éducation au goût se présente donc comme un moyen

²²¹ Le survol proposé ici n'est évidemment pas exhaustif puisque j'aurais tout aussi bien pu parler de la mise en ligne de sites de vente de produits des terroirs (www.terroirsquebec.com, le Marché de chez nous d'IGA, etc.) ou encore de discussions sur l'apiculture citadine comme création de miels de terroirs urbains (*L'après-midi porte conseil*, 3 juin 2010, diffusée sur la Première Chaîne de Radio-Canada).

²²² Cette volonté d'éducation au goût prend différentes formes concrètes au niveau local : visites à la ferme, dégustations de produits du terroir, cours-ateliers dirigés par des experts chargés d'aider les participants (adultes comme enfants) à améliorer leur capacité de discernement du goût des aliments mais aussi soutien à l'implantation de jardins dans les écoles et efforts pour améliorer l'offre alimentaire des cantines scolaires européennes (www.slowfood.com/education). Ces initiatives ne sont évidemment pas sans rappeler les efforts d'éducation à l'alimentaire discutés au chapitre précédent, notamment en raison du privilège accordé à l'éducation sensorielle des enfants. La mission d'éducation au goût que s'est donné l'organisation lui vaut parfois d'être taxée d'élitisme car sous-

de transmettre à chacun les connaissances et les compétences sensorielles nécessaires afin de tirer plaisir d'une alimentation privilégiant les terroirs et contribuant de ce fait au maintien de la biodiversité. Les trois volets de la mission de l'organisme se renforcent mutuellement, contribuant de ce fait à promouvoir une «éco-gastronomie» :

Nous sommes convaincus que le droit fondamental au plaisir concerne chacun de nous et que, par conséquent, il en va de même pour la responsabilité de la protection des héritages alimentaire, traditionnel et culturel qui rendent ce plaisir possible. Notre mouvement s'est fondé autour de ce concept d'éco-gastronomie; la reconnaissance des liens qui unissent l'assiette, le terroir et la planète.

L'alimentation à la manière Slow Food est bonne, propre et juste. Nous sommes persuadés que ce que nous mangeons doit avoir bon goût; que cela doit être produit de manière à ne pas endommager l'environnement, les espèces animales ou notre santé; et enfin que les producteurs alimentaires doivent recevoir une juste compensation pour leur travail. (Slow Food, 2006b : « Notre philosophie »)

Cet extrait de l'énoncé de philosophie de *Slow Food* semble particulièrement intéressant en ce qu'il témoigne d'une articulation entre conception *foodie* des terroirs comme source de plaisir et impératifs du développement durable (« ne pas endommager l'environnement », protection de l'héritage culturel et « juste compensation » des producteurs, etc.) très similaire à celle qui s'opère dans/par *Mettez le Québec dans votre assiette!*. La convergence n'a toutefois pas réellement de quoi surprendre considérant que ce recours simultané à l'argument du plaisir et à celui d'effets écologiques, économiques et sociaux bénéfiques constitue en fait une régularité parmi les pratiques d'alimentation locale. Le site Internet officiel de la diète des 100 miles (*100-mile diet*), par exemple, énumère douze raisons de choisir le local dont la possibilité de « goûter la différence », de « savoir ce que l'on mange », de « découvrir de nouvelles saveurs » et d'avoir « plus de plaisir en voyageant » (à la recherche de produits locaux) mais aussi celle de « sauver le

entendant l'existence d'une élite au « bon » goût chargé d'éduquer une masse de consommateurs qui aurait, elle, « mauvais » goût (Laudan, 2004; Donati, 2005).

monde », de « soutenir les petites fermes » et de « redonner à l'économie locale » (100-mile diet, sans date-b : « Why eat local? »). De la même façon, si Équiterre cherche à promouvoir les circuits courts de distribution c'est qu'ils « assure[nt] plus de fraîcheur et de qualité aux consommateurs [,] permettent le développement de l'économie locale et réduisent considérablement les coûts monétaires et environnementaux liés aux transports des aliments. » (2010b : sans pagination). Et les exemples pourraient ici se multiplier, notamment par le biais d'émissions télévisées qui, à l'instar de *Du cœur au ventre*, combinent visite chez des artisans des terroirs et retour en cuisine afin d'apprêter les produits dénichés. Au final, on constate que l'alimentation locale se pose comme lieu de convergence d'un ensemble particulier de préoccupations écologiques, économiques, sociales et de qualité :

In the past few years, the movement to eat local foods has gained traction. For some it's about buying food that tastes better, has more nutrients and is fresher. Others see it as a way to keep dollars in the local economy and support local farmers. There are those who gain a sense of security from being able to eat what is grown nearby. And some people see it as an environmental choice, arguing that eating local reduces carbon emissions needed to transport goods (Metz, 2008: sans pagination)

Mais si « toutes les raisons sont bonnes » pour choisir le local, selon l'expression de *Mettez le Québec dans votre assiette!*, celles-ci ne sont pas pour autant nécessairement mises sur un même pied par/dans les différentes pratiques d'alimentation locale. Ainsi l'agriculture soutenue par la communauté (ASC), en tant qu'elle se veut d'abord réponse à des problèmes de production alimentaire, tend-elle à être promue surtout sur la base de ses bienfaits écologiques et de son apport à la bonne santé financière des fermes concernées²²³. Comme l'énoncé de philosophie cité plus tôt le laisse deviner, *Slow Food* propose quant à elle un assemblage tout autre et beaucoup plus apparenté à celui déployé dans/par *Mettez le*

²²³ Équiterre a toutefois choisi en 2010 de mettre davantage l'accent sur les gains de saveurs pouvant être attendus de l'alimentation locale – et, dans ce cas-ci, biologique – en sollicitant l'animateur de l'émission télévisée culinaire *Curieux Bégin* ainsi que des chefs québécois réputés afin qu'ils partagent trucs et recettes avec les membres de son réseau d'agriculture soutenue par la communauté (Novae, 2010).

Québec dans votre assiette!. Dans ces deux cas, en effet, la primauté est nettement accordée au critère du plaisir. Le tout découle, dans *Slow Food*, du « droit fondamental au plaisir » que l'organisation prête aux générations présentes et futures, droit exigeant que des efforts soient faits afin de protéger la diversité écologique et culturelle en rendant l'exercice possible. Pas de tel détour dans le cadre de l'initiative du MAPAQ, où la place centrale occupée (dans la forme comme dans le fond) par le plaisir semble procéder davantage de la subordination des enjeux de production locale et d'achat local à celui du « manger local ». C'est-à-dire que la campagne paraît opérer un télescopage par lequel l'introduction d'aliments du Québec « dans les assiettes », littéralement, devient le gage d'une croissance des achats locaux, elle-même portée garante d'un essor de la production locale. D'où d'ailleurs l'à propos d'un slogan qui, en invitant à « Mettre le Québec dans votre assiette! » plutôt qu'à simplement acheter des aliments d'ici ou à soutenir les producteurs de la province, reste suffisamment vague pour que s'y condensent enjeux de production, d'achat et de consommation²²⁴. Mais encore faut-il, pour que cet emboîtement fonctionne, que les mangeurs désireux de mettre le local à leur menu puissent le reconnaître et y accéder – un problème auquel le recours aux logos « Aliments du Québec » et « Aliments préparés au Québec » se veut, précisément, la réponse.

²²⁴ Ce qui ne veut pas dire que l'achat et la production locale ne soient jamais abordés de front par/dans la campagne, comme nous le verrons aux deux sections suivantes.

Mise en visibilité du local

Les aliments du Québec à l'assaut des tablettes

« Manger québécois, d'accord, mais comment? Pas facile quand on ne sait ni où trouver les produits locaux ni comment les repérer... » (sans auteur, 2008b : 6). Difficile, en effet, de savoir où trouver la panoplie de produits spécialisés issus des terroirs québécois ou encore de distinguer d'un simple coup d'œil une pomme québécoise d'équivalents venus des quatre coins du globe. Les marchés de fermiers permettent bien de répondre à cette double exigence de visibilité – du produit lui-même et de son origine – en rendant une variété d'aliments en provenance de fermes environnantes directement disponibles, en un seul lieu, aux consommateurs. Et c'est une même stratégie de mise en visibilité par la création d'espaces de rencontre avec les producteurs qui s'observe dans le cas des routes et des festivals gourmands, par exemple, ou encore dans/par l'ASC²²⁵. Nombre de pratiques d'alimentation locale n'opèrent toutefois pas un tel couplage des enjeux de distribution (accessibilité du produit) et d'identification de l'origine mais cherchent plutôt à s'intégrer aux circuits de distribution des grandes épiceries et des boutiques spécialisées²²⁶. Or, la manœuvre s'avère particulièrement difficile au Québec, où le réseau de distribution alimentaire est concentré au point d'en faire un « cas unique au monde » (Beaulieu, 2008 : sans pagination) :

Au Québec, trois grandes entreprises contrôlent 75 % de la distribution alimentaire. La part de marché de ces trois entreprises est de 57 % au Canada. Il s'agit de Loblaw (Provigo, Loblaws, Maxi, Maxi et cie, etc.),

²²⁵ Les émissions télévisées qui, à l'instar de *Du cœur au ventre* (SRC), reposent sur des rencontres avec des artisans des terroirs peuvent être vues comme jouant un rôle similaire en ce que ces entretiens rendent l'origine des produits en question directement visible tout en fournissant aux téléspectateurs les coordonnées de commerces offrant ces produits sur leurs tablettes.

²²⁶ La spécificité de leur origine est alors rendue visible « à distance » par le recours à différents procédés tels les élastiques jaunes permettant aux consommateurs de distinguer d'un coup d'œil les asperges du Québec de leurs concurrentes péruviennes (Bérubé, 2009f) ou encore au choix de laisser transparaître la provenance d'un produit de son nom lui-même (fromage d'Oka, fromage de Portneuf, etc.) Je reviendrai sous peu sur le procédé privilégié dans/par *Mettez le Québec dans votre assiette!*.

Sobeys (IGA, IGA Extra, Sobeys, Tradition, BoniChoix, Rachelle-Béry, etc.) et Métro (Métro, Super C, Loeb, A&P, etc.). Cette situation fait dire à l'ALTA [Alliance de la transformation agroalimentaire] que « le marché de la distribution alimentaire québécois est l'un des plus concentrés au monde »[,] les chiffres d'affaires combinés des commerces appartenant aux chaînes et des magasins affiliés représent[ant] 95,9 % des ventes de détail. (CAAAQ, 2008 : 112)

Le contrôle quasi-exclusif qu'exercent ces trois grands joueurs leur permet d'imposer leurs règles, notamment celle d'une centralisation des achats limitant l'accès aux tablettes des épiceries de la province aux fournisseurs capables de fournir « de gros volumes, livrables selon la formule « juste à temps » dans un entrepôt de Montréal » (Beaulieu, 2008 : sans pagination). Difficile, on s'en doute, pour les petits artisans des terroirs de répondre à une telle exigence, d'où l'incapacité de nombre d'entre eux d'« accéder aux tablettes » et l'importance prise par cet enjeu dans le cadre de la CAAAQ :

L'un des thèmes le plus souvent abordés et le souhait qui a presque recueilli l'unanimité lors des audiences de la Commission est l'accès des produits alimentaires québécois à ce qu'on appelle familièrement les tablettes des épiceries. On réclame, en somme, une présence et une visibilité des produits québécois dans les magasins de détail. (2008 : 116)

Pour remédier à la situation, certains participants aux travaux de la Commission en ont appelé à des mesures réglementaires permettant de « forcer d'une manière quelconque les épiceries à offrir des espaces tablettes aux produits locaux » (2008 : 117), par exemple par la mise sur pied d'un organisme s'inspirant du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) pour leur faire respecter certains « quotas de produits québécois » (Bérubé, 2007). Plusieurs autres participants ont par ailleurs appelé à un court-circuitage de la mainmise des grands distributeurs par la création de nouveaux réseaux de distribution (marchés publics, ventes à la ferme, ASC, marchés virtuels, etc.).

Nulle trace toutefois de telles remises en cause des règles du système de distribution alimentaire québécois dans *Mettez le Québec dans votre assiette!*. Bien que la *Stratégie d'accroissement des achats de produits alimentaires québécois sur le marché intérieur*²²⁷ de laquelle elle est issue et, quelques années plus tard, le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation²²⁸ reconnaissent tous deux les problèmes rencontrés par les entreprises québécoises désireuses de se tailler une place sur les tablettes, la campagne s'inscrit pour sa part dans le *statu quo* en en appelant d'abord de la responsabilité des consommateurs d'exiger davantage de produits locaux. Aussi le ministre profitait-il du lancement de la seconde année de la campagne pour souligner que, tout en reconnaissant les difficultés d'accès aux tablettes, l'accent doit aussi être mis sur « la loi de l'offre et de la demande [considérant que] plus les consommateurs seront familiers avec les produits québécois, plus ils les réclameront à leur épicier, et plus celui-ci sera enclin à les offrir. » (La Presse Canadienne, 2009 : sans pagination)²²⁹. Et bien qu'il soit fait mention sur le site comme dans le mini-magazine de la possibilité de « fureter dans les commerces spécialisés » et d'« aller aux sources » (2007 : 7) en achetant directement à la ferme ou en prenant part à un programme d'ASC, de tels détours semblent loin d'être nécessaires. Il suffit effectivement, selon le site, de se renseigner auprès de son boucher ou de son poissonnier habituel afin de connaître l'origine des viandes et poissons offerts ou encore d'arpenter les allées du supermarché du coin : « **Explorez votre supermarché**. Les produits

²²⁷ Il s'agit de l'un des trois grands enjeux qui y sont identifiés et auxquels la *Stratégie* veut répondre : « L'accès aux réseaux de distribution fait l'objet du troisième enjeu. Les grands réseaux de distribution jouent un rôle central pour atteindre les consommateurs, mais les entreprises du Québec doivent affronter une concurrence de plus en plus intense pour y accéder. » (2007: 7)

²²⁸ « De passage au congrès annuel de l'Union des producteurs agricoles (UPA), le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, Claude Béchard, a adopté un ton résolu : « Il faut qu'on retrouve ces produits-là plus facilement, en plus grande abondance et à l'année aussi dans nos marchés d'alimentation. Et là-dessus, s'il le faut, on est prêts à aller très loin pour faire en sorte qu'on ait notre place sur les tablettes des grands marchés d'alimentation », a-t-il déclaré, s'attirant les applaudissements de la foule. » (Morin, 2009b : 5)

²²⁹ La même logique préside d'ailleurs aux recommandations de la CAAAQ, qui juge qu'« il serait contre-indiqué de réglementer le commerce de détail ou d'imposer aux distributeurs, de manière coercitive, un pourcentage minimal de contenu québécois dans leurs ventes de produits alimentaires » (2008 : 117). Plutôt, « Ceux et celles qui souhaitent une présence plus grande et plus visible des produits québécois dans les épicereries doivent d'abord chercher à mobiliser le consommateur. » (118) D'où sans doute le choix des paniers d'épiceries de grandes chaînes comme véhicule des publicités de *Mettez le Québec dans votre assiette!*.

d'ici sont dispersés dans plusieurs rayons. Repérez-les. Demandez-les. Lisez les emballages » (sans date-d : « Comment reconnaître les aliments de chez nous? » accent original).

Ce sont les logos « Aliments du Québec » et « Aliments préparés au Québec » qui, dans le cadre de la campagne, viennent rendre possible et renforcer cette invitation à dénicher les aliments du Québec pour les mettre à son menu – et ainsi enclencher un cercle vertueux par lequel l'accès aux tablettes est facilité et la croissance de la production et de l'achat locaux encouragée. Face au constat d'un manque d'indications claires quant à la provenance des produits disponibles en épicerie (CAAAQ, 2008 : 119) et de l'impossibilité qui s'en suit pour les mangeurs de repérer les aliments d'ici – second enjeu de visibilité dont je parlais un peu plus tôt – *Mettez le Québec dans votre assiette!* mise effectivement sur une diffusion et une notoriété plus larges des uniques labels de provenance reconnus par l'ensemble de l'industrie québécoise que représentent les logos en question (Aliments du Québec, 2010a). Aussi la campagne se voit-elle redoublée d'importants investissements dans l'organisme en charge de ceux-ci, tel qu'annoncé lors du lancement de la campagne elle-même :

Le ministre a également confirmé qu'une somme de 2,8 millions de dollars sera versée sur trois ans à Aliments du Québec pour la poursuite de son mandat qui est d'assurer une meilleure identification des produits alimentaires québécois au moyen des logos «Aliments du Québec» et «Aliments préparés au Québec», de promouvoir ces logos comme outils d'indication de la provenance des aliments d'ici et d'encourager l'inscription des entreprises québécoises à Aliments du Québec. (MAPAQ, 2008c : sans pagination)

Cet investissement, qui rejoint d'ailleurs plusieurs demandes adressées à la CAAAQ (2008 : 119), vient gonfler considérablement l'apport gouvernemental au budget de fonctionnement d'Aliments du Québec, organisme sans but lucratif mis sur pied en 1996 à

l'initiative de membres de l'industrie agroalimentaire²³⁰ et du MAPAQ afin d'accroître les parts de marché des produits du Québec sur le marché intérieur. Il s'associe pour ce faire à différents événements (foires et festivals agroalimentaires, Salon international de l'alimentation de Montréal, activités de réseautage pour les membres de l'industrie, etc.) mais œuvre surtout à l'identification et à la promotion des produits d'ici par le biais d'un processus de certification de leur origine débouchant sur les deux labels « Aliments du Québec » et « Aliments préparés au Québec »²³¹.

Si relativement peu d'entreprises avaient choisi d'investir temps et argent pour l'obtention de ces certifications au cours des dix premières années de leur existence (CAAAQ, 2008 : 119), la création d'un partenariat entre Aliments du Québec et *Mettez le Québec dans votre assiette!* a permis au premier de connaître une croissance véritablement exponentielle. Entre 2007-2008 et 2009-2010, le nombre de produits identifiés « Aliments du Québec » a augmenté de plus de 175% pour passer de 4000 à 11 030 produits²³². Ce succès est dû en partie aux ressources supplémentaires dont jouit l'organisme ainsi qu'aux résultats d'une étude de la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke démontrant la valeur ajoutée de ces derniers pour les produits des entreprises québécoises (cf. Genest, communication personnelle, avril 2010). Mais il s'explique aussi

²³⁰ « [C]ette phase initiale, entièrement financée par le Centre de promotion de l'industrie agricole et alimentaire du Québec (CPIAAQ), impliquait trois partenaires, soit le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), l'Union des producteurs agricoles (UPA) et le Conseil de l'alimentation au Québec (CAQ) - qui regroupait alors le Conseil canadien de la distribution alimentaire (CCDA), l'Association des détaillants en alimentation (ADA) et l'Association des manufacturiers de produits alimentaires du Québec (AMPAQ). » (Aliments du Québec, 2010b : « Présentation »)

²³¹ « Peut être considéré comme un Aliments du Québec, tout produit entièrement québécois ou dont les principaux ingrédients sont d'origine québécoise et pour lequel toutes les activités de transformation et d'emballage sont réalisées au Québec. » (Aliments du Québec, 2010b : « Présentation »). Quant aux « Aliments préparés au Québec », il s'agit de « tout produit dont au moins 50% des ingrédients sont d'origine québécoise et dont au moins 80% des frais reliés à la fabrication ainsi qu'aux activités de transformation et d'emballage sont encourus au Québec. Si la matière première du produit n'est pas disponible en quantité ou en qualité adéquate au Québec elle peut provenir d'ailleurs. Dans ce cas, toutes les activités de transformation et d'emballage doivent être réalisées au Québec. » (idem)

²³² Ces informations sur le succès d'Aliments du Québec proviennent de discussions que j'ai eues avec Mme Marie-Michèle Genest, conseillère en promotion chez Transformation alimentaire Québec (communication personnelle, avril 2010). Le mouvement devrait encore s'accélérer avec la décision annoncée par les trois grandes chaînes d'épicerie (Loblaws en octobre 2008 puis IGA et Metro en mai 2009) d'identifier les aliments du Québec disponibles sur leurs tablettes en se servant de la base de données d'Aliments du Québec comme outil de référence (Fournier, 2009).

très largement par la visibilité exceptionnelle donnée aux logos « Aliments du Québec » et « Aliments préparés au Québec » dans/par la campagne. Ces derniers y sont, séparément ou conjointement, littéralement omniprésents : visibles au bas de toutes les publicités écrites ainsi que de toutes les pages du site



Figure 1: Logo *Aliments du Québec*



Figure 2: Logo *Aliments préparés au Québec*

Internet, ils accompagnent le logo de la campagne sur la dernière image des publicités télévisées et sont expliqués à la fois sur le site et dans *Délicieusement québécois*, dont la seconde page est d'ailleurs entièrement occupée par une publicité d'Aliments du Québec. Ainsi familiarisés à la signature visuelle des logos, les consommateurs, acheteurs et mangeurs peuvent dès lors sillonner les allées de leur épicerie préférée à la recherche de ces petits autocollants leur « facilit[ant] grandement la tâche » en leur donnant « la certitude » d'acheter local (*Délicieusement québécois*, 2008: 7).

L'étiquetage comme technologie

L'argument d'un repérage simplifié par le recours à deux logos reconnus pour identifier l'ensemble des aliments d'ici n'est pas anodin. Car si l'étiquetage se présente comme une technique privilégiée afin de certifier et rendre visible l'origine québécoise de produits dispersés sur les tablettes des grandes épiceries, celle-ci se voit aussi mobilisée aujourd'hui par/dans une variété d'autres pratiques et les étiquettes alimentaires en tous genres se multiplient. L'attrait croissant des produits des terroirs auprès des consommateurs mène notamment, tel que discuté plus tôt, à la création d'une gamme de labels d'appellations réservées dont l'importance grandissante a poussé le Québec à se doter, en 2006, d'un Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV) chargé de « protéger l'authenticité de produits et des désignations qui les mettent en valeur au moyen d'une certification acquise en regard de leur origine ou de leurs caractéristiques

particulières liées à une méthode de production ou à une spécificité. » (CARTV, 2009 : « À propos du CARTV ») Devant la prolifération récente des désignations d'origine et/ou de qualité²³³, plusieurs intervenants de la CAAAQ ont d'ailleurs souhaité une action plus musclée de la part d'un CARTV n'ayant jusqu'alors accordé qu'une seule appellation réservée, celle des produits biologiques²³⁴. La montée en popularité de ces derniers s'est effectivement soldée par une multiplication des emballages et étiquettes portant la mention « biologique » ou le logo d'un des nombreux organismes de certification biologique actifs un peu partout sur le globe, de Québec Vrai à Ecocert Canada ou la *Global Organic Alliance*. Et l'intérêt des consommateurs envers les conditions de production des aliments s'est aussi traduit par la multiplication d'allégations diverses (« sans engrais chimiques », « sans hormones », etc.), par la création de logos de certification équitable (Transfair, Fairtrade, etc.) de même que par l'adoption par plusieurs pays – mais pas par le Canada – de lois sur l'étiquetage obligatoire des aliments porteurs d'organismes génétiquement modifiés.

À ces diverses désignations destinées à rendre la provenance et/ou les modes de production visibles s'ajoute toutefois une palette encore beaucoup plus large d'étiquettes et d'allégations, celles-ci vouées à mettre en évidence les qualités nutritives des produits concernés. L'impression sur la plupart des produits préemballés d'un tableau de la valeur nutritive standardisé, d'abord, est obligatoire au Canada depuis quelques années déjà, Santé Canada s'étant doté d'un règlement en ce sens en janvier 2003 (soit quelques treize ans après qu'une initiative semblable ait été adoptée aux États-Unis). Et l'arsenal mobilisé par ailleurs afin d'attirer l'œil de consommateurs qui, tel que souligné au chapitre de

²³³ Prolifération dont témoigne le mémoire déposé par le CARTV dans le cadre des travaux de la CAAAQ, où le Conseil distingue différents types de désignations: les labels de provenance (labels régionaux ou locaux, Aliments du Québec); les termes valorisants (« fermier », « artisanal », « terroir », etc.); les signes de qualité (attestation de spécificité, modes de production) et, finalement, les signes d'origine (indications géographiques protégées, appellations d'origine) (CARTV, 2007 : 5-9). L'ensemble de ces désignations représente pour le Conseil les « produits québécois d'identité » en tant que « produits agricoles et alimentaires qui portent sur leurs étiquettes des signes attestant de leur provenance, de leur origine ou de leur qualité (en termes de savoir-faire) et qui se différencient des produits courants. » (idem : 4).

problématisation, sont de plus en plus soucieux de leur santé a de quoi impressionner : le recours largement répandu à des termes tels « naturel » ou « 100% naturel » et à la mise en évidence de certains des ingrédients utilisés (« Fait de blé entier », etc.) se redouble d'allégations nutritionnelles (« moins de calories », « sans gras trans », etc.) de même que de diverses allégations santé (« supporte le système immunitaire », « une alimentation saine pauvre en graisses saturées et en graisses trans peut réduire le risque de maladie du cœur », etc.)²³⁵. Parallèlement apparaissait encore une autre catégorie d'étiquettes, celles-ci destinées précisément à guider des consommateurs noyés sous les informations nutritionnelles en leur indiquant les « meilleurs » choix. La Fondation des maladies du cœur a été la première à se lancer dans ce créneau avec son logo « Visez Santé » mais de grands producteurs tels que PepsiCo (*Smartspot*) et Kraft (*Sensible Solutions*) de même que certaines chaînes de supermarchés ont tôt fait de l'imiter en créant leurs propres indicateurs de « choix santé »²³⁶.

Mais ces efforts de « simplification » des choix des consommateurs, eux-mêmes multiples et basés sur des critères parfois contestés²³⁷, ne suffisent pas à réduire la confusion créée par l'abondance actuelle d'étiquettes alimentaires distinctes. D'abord parce que certaines transmettent carrément de fausses informations, les « fraudes alimentaires » par lesquelles un miel dilué au sirop de maïs est promu comme 100% pur et un poisson vendu sous un faux nom pour en augmenter le prix ayant récemment connues une forte

²³⁴ Il a depuis reconnu l'appellation « *Agneau de Charlevoix* » comme Indication géographique protégée, tel que mentionné plus tôt.

²³⁵ Cette prolifération d'allégations les plus diverses a d'ailleurs poussé Santé Canada à adopter, à l'intérieur de son règlement de 2003, certaines exigences concernant l'usage d'allégations nutritionnelles et santé (www.inspection.gc.ca/francais/fssa/labeti/guide/tab8f.shtml).

²³⁶ Le site *Fooducate* propose un survol chronologique plus détaillé des principales initiatives ayant mené à l'explosion d'étiquettes alimentaires tout juste décrite, la dernière tendance en liste consistant à mettre sur le devant des emballages un tableau résumant en quelque sorte les « faits saillants » d'un tableau de la valeur nutritive jugé trop complexe. Il s'agit par exemple du *TAG Nutrition Labeling Program* de la chaîne de supermarchés United Supermarkets, où des étiquettes de couleurs différentes sont apposées sur les produits selon qu'ils soient sans gluten, biologiques, faibles en gras, faibles en sucre ou qu'ils contribuent à une meilleure santé cardiaque (*Fooducate*, 2009). Le gouvernement de Grande-Bretagne fait une tentative similaire avec son système de *Traffic light labelling* codant le contenu en gras, en gras saturés, en sucre et en sel des aliments comme faible (lumière verte), moyen (lumière orange) ou élevé (lumière rouge) (www.eatwell.gov.uk/foodlabels/trafficlights).

progression²³⁸. Les entreprises sont aussi passées maîtres dans l'art de contourner les exigences des réglementations en place et d'utiliser diverses allégations de façon à induire les consommateurs en erreur quant à la réelle valeur nutritive des produits concernés²³⁹. Plusieurs produits arborent par exemple des affirmations qui suggèrent que certains bénéfices santé peuvent en être tirés mais qui ne prennent pas officiellement la forme d'« allégations santé » et échappent conséquemment aux réglementations gouvernementales régissant ces dernières²⁴⁰. D'autres encore cherchent à duper les consommateurs en s'affichant (visuellement ou par le biais d'allégations diverses) de façon trompeuse ou, du moins, en mettant de l'avant certaines de leurs caractéristiques santé au détriment d'autres moins souhaitables. Et même lorsque les étiquettes sont utilisées à bon escient, leur signification réelle peut aisément échapper aux consommateurs. Un sondage réalisé en 2009 montrait par exemple que s'ils sont de plus en plus nombreux à vouloir privilégier des aliments plus « verts », la plupart des consommateurs états-uniens sont en fait incapables de faire des choix conséquents en raison de leur manque de familiarité avec la terminologie du « biologique » et du « 100% naturel » (Business Wire, 2009). De la même façon, on peut penser que relativement peu de consommateurs sont au fait que la

²³⁷ « *Visez santé* » ne retient notamment qu'un seul critère (faible taux de gras saturé et de cholestérol), ce qui permet à des céréales riches en sucre, par exemple, de porter le logo de la Fondation (Fooducate, 2009).

²³⁸ C'est le cas aux États-Unis (Layton, 2010; Leschin-Hoar, 2010) mais aussi au Canada, où les fraudes alimentaires seraient en fait beaucoup plus fréquentes qu'on ne le pense en raison notamment du peu de contrôles effectués par l'Agence canadienne d'inspection des aliments : « Une bouteille d'huile d'olive sur trois vendues au Canada n'est pas conforme. On y a ajouté de l'huile de canola ou une autre huile moins chère pour la diluer et tout de même la vendre sous l'appellation huile d'olive extravierge. Le consommateur n'y verra que du feu. Et à moins que l'auteur de cette arnaque soit très malchanceux, il s'en sortira indemne puisque les contrôles sont rares. Très rares » (Bérubé, 2009g : A2; voir aussi l'émission *L'Épicerie* diffusée le 24 février 2010 par la SRC). La faiblesse des contrôles permet d'ailleurs l'utilisation frauduleuse, notamment en Chine (PRI, 2010) de labels de certification biologique. Et les fraudes alimentaires sont aussi présentes dans le monde de la restauration, certains restaurateurs servant à leurs clients autre chose que ce qui est annoncé sur leurs menus (Bérubé, 2009g) ou promettant faussement des produits locaux ou « durables » (Black, 2009).

²³⁹ Les principales stratégies employées à cette fin sont documentées dans un rapport du Center for Science in the public interest éloquentement intitulé *Food Labeling Chaos. The case for reform* (2010).

²⁴⁰ « For example, in the fall of 2009, Kellogg's Cocoa Krispies proclaimed that it "now helps support your child's immunity" (a concern of many parents during flu season), because it is fortified with vitamins A, B, C, and E. While a severe deficiency in those vitamins could interfere with the proper functioning of the body's immune system (and any other system), there is no evidence that Cocoa Krispies actually improves children's immune status or wards off disease. Moreover, the cereal is almost 40% sugar, containing 12 g per ¾ cup (31 g) serving. » (Center for Science in the public interest, 2010 : VI-4).

désignation « Produit du Canada » pouvait jusqu'au printemps 2008 être apposée sur tout produit, importé ou non, dont au moins 51% du coût direct de production est canadien²⁴¹.

La mobilisation par/dans *Mettez le Québec dans votre assiette!* des deux seuls logos « Aliments du Québec » et « Aliments préparés au Québec » afin de faciliter le travail de repérage des consommateurs s'inscrit donc dans un contexte de surcharge et de confusion, toutes deux créées par le recours massif des entreprises de l'alimentaire à la technique de l'étiquetage. Inutile d'examiner attentivement chaque produit à la recherche d'indications quant à sa provenance parmi les nombreuses étiquettes qui l'habillent. Il suffit pour le consommateur de faire un survol des tablettes à la recherche de labels desquels il connaît la facture visuelle grâce au travail de promotion qu'opère la campagne. Or ces logos jouent, il me semble, plus qu'un simple rôle de transmission d'une information factuelle permettant un choix éclairé²⁴². Non seulement rendent-ils l'origine québécoise des produits en question visible mais ils viennent la certifier, garantissant de ce fait aux consommateurs qu'il s'agit d'aliments en lesquels ils peuvent avoir confiance. Une confiance qui s'enracine très concrètement dans le fait que ces produits sont bien ce qu'ils prétendent être mais qui naît aussi, de façon plus diffuse, d'une opposition suggérée entre un local supposé bon « en soi » et un global synonyme d'anxiété pour les mangeurs.

²⁴¹ En réponse aux critiques soulevées par ce flou, le gouvernement canadien a décidé de resserrer drastiquement ses exigences et il est maintenant interdit d'apposer la mention « Produit du Canada » sur tous les produits faits de plus de 2 % d'ingrédients importés – une situation qui ne facilite pas davantage le choix des consommateurs puisque de nombreux producteurs ne répondant pas à cette exigence ont simplement décidé de supprimer toute référence à la provenance des produits en question (*La semaine verte*, 2009).

²⁴² La conception de la consommation éthique, dont les pratiques se réclamant de l'alimentation locale relèvent, en tant que problème d'acquisition de connaissances permettant de faire le « bon choix » est pourtant celle qui prédomine : « The strong assumption connecting all the fields of research noted above – on commodity chains, on consumption and identity, and on policy and consumer activism – is that individuals are morally implicated in their actions through dimensions of knowledge and ignorance, recognition and mis-recognition. [...] Consuming « ethically » is understood in both theory and practice to depend on processing knowledge and information, and on explicit practices of acknowledged commitment.» (Barnett et al., 2005 : 28)

Des mangeurs anxieux

Eating local allows people to reclaim the pleasures of face-to-face interactions around food and the security that comes from knowing what one is eating. In this sense, it might be the best defense against hazards introduced intentionally or unintentionally in the food supply, including E. Coli bacteria, genetically modified foods, pesticide residues, and biowarfare agents. In an area of climate change and water shortages, having farmers nearby might be the best hedge against other unexpected shocks.

Brian Halweil, auteur de *Eat Here. Reclaiming Homegrown Pleasures in a Global Supermarket* (2004)

Plusieurs discours de crise hautement médiatisés ont participé dans un passé relativement récent à cadrer la globalisation de l'industrie alimentaire en tant que phénomène posant de sérieuses menaces à la sécurité alimentaire des populations²⁴³ ainsi qu'à la salubrité des produits consommés un peu partout à travers le monde. L'année 2008, notamment, a été marquée par une envolée des prix des denrées de base sur les marchés internationaux, la crise se soldant par une série d'incidents décrits en termes pour le moins préoccupants. Le quotidien *La Presse*, par exemple, publiait le 14 avril 2008 un court article consacré à la « violence liée à la flambée alimentaire », devenue « une priorité » des assemblées du Fonds monétaire international et de la Banque mondiale, en raison de son caractère quasi-épidémique, « la flambée alimentaire [ayant] entraîné des manifestations violentes en Égypte, au Cameroun, en Côte d'Ivoire, en Mauritanie, en Éthiopie, à Madagascar, aux Philippines et en Indonésie, entre autres. » (AFP, 2008 : A15). La même « crise » était l'objet le lendemain d'un second article au ton encore plus alarmiste :

²⁴³ « Né dans les années 1940- 1950, le concept [de sécurité alimentaire] fut au départ limité aux considérations d'accessibilité physique à la nourriture pour ensuite incorporer la notion d'accessibilité économique dans les années 1970 considérer l'individu et non juste les ménages dans les années 1980 puis reconnaître l'importance de la qualité et de la valeur nutritive des aliments dans les années 1990. L'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) ainsi que l'Organisation mondiale de la santé (OMS) ont défini, lors du Sommet mondial de l'alimentation de 1996, la sécurité alimentaire comme suit : « L'accès physique et économique de tous les êtres humains, à tout moment, à une nourriture suffisante, saine et nutritive leur permettant de satisfaire leurs besoins énergétiques et leurs préférences alimentaires pour mener une vie saine et active ». » (Équiterre, 2005 : 9)

Il y a des émeutes un peu partout dans le monde. Certaines font des victimes. La hausse dramatique des prix des aliments bouleverse la planète. Les coffres des banques alimentaires sont vides; l'ONU sonne l'alarme. Pourtant, des spécialistes s'inquiètent depuis des années: le calcul est simple, la planète ne peut plus nourrir autant de mangeurs. [...] Plusieurs pays au bord de la crise craignent les émeutes et les pillages. Au Pakistan, les chargements de farine et de blé sont maintenant escortés par la police parce que les gens ont faim. L'automne dernier, trois personnes sont mortes en Chine, dans une épicerie où l'on avait réduit le prix de l'huile végétale. Trop de monde s'y était précipité. (Bérubé, 2008b : A2)

Difficile de ne pas se sentir inquiet devant un tel portrait, d'ailleurs corroboré par les images d' « émeutes de la faim » et de gardes armés protégeant des convois d'aide alimentaire diffusées dans les journaux comme au petit écran. Et l'histoire semble se répéter en 2011, avec une nouvelle « explosion » des prix des aliments expliquée encore une fois par l'insuffisance de la production mondiale (Desjardins, 2011 : A1). Le sentiment d'inquiétude est d'ailleurs d'autant plus vif qu'aucun pays ne semble à l'abri, leur capacité à se nourrir eux-mêmes sans recours aux marchés internationaux se voyant considérablement érodée par la globalisation de l'industrie alimentaire. Car c'est l'interdépendance d'industries nationales axées sur la monoculture et sur l'exportation qui est pointée du doigt afin d'expliquer les troubles de 2008 : non seulement rend-elle possible une « spéculation sur les marchés à terme [...] largement responsable des hausses de prix des denrées alimentaires » (Faucher, 2008 : A15) mais le transport des aliments sur de grandes distances implique une corrélation entre le prix des aliments et celui du pétrole. Son empreinte écologique vient en outre soulever un doute quant à l'influence de l'activité humaine et du réchauffement climatique dans l'apparition de catastrophes naturelles jouant le rôle de « facteurs aggravants non prévisibles » dans la situation (Bérubé, 2008b : A2). La peur d'une perte de contrôle des industries alimentaires nationales aux mains des marchés internationaux se redouble ainsi d'un second discours de crise, celui-ci d'une nature

menaçant de se déchaîner de façon incontrôlable en réaction aux « attaques » infligées par l'action humaine²⁴⁴.

Quelle que soit la contribution de la globalisation de l'industrie alimentaire aux changements climatiques en cours, elle n'en reste pas moins posée comme une limite inquiétante à la capacité de chaque pays à faire face à la paralysie des échanges alimentaires que pourraient entraîner d'éventuelles crises écologiques et/ou économiques²⁴⁵. Aussi Michael Pollan, intellectuel public à succès dont je parlerai plus longuement au chapitre de conclusion, en fait-il un « enjeu de sécurité nationale » (2008b), enjeu qui refait d'ailleurs régulièrement surface par le biais de la lutte pour la « souveraineté alimentaire » – c'est-à-dire pour le droit de chaque peuple « à produire ses propres aliments sur son propre territoire » (*Via Campesina*, 1996, ma traduction)²⁴⁶ – à laquelle participent un nombre grandissant d'organisations depuis l'apparition du concept lors du Sommet mondial de l'alimentation de 1996 (Desmarais, 2008). Au Québec,

²⁴⁴ Partie prenante de certains discours environnementaux, ce dernier se déploie notamment dans l'« appel à l'action » lancé par la Commission mondiale sur l'environnement et le développement, dans la construction récente d'une gigantesque voûte souterraine présentée comme une « arche de Noé » pour les semences mondiales (la Svalbard Global Seed Vault) de même que dans une variété d'ouvrages « grand public » qui, à l'instar de *The Last Generation: How Nature Will Take Her Revenge for Climate Change* (2006), annonce une périlleuse « revanche de la nature » : « Nature's revenge for man-made global warming will very probably unleash unstoppable planetary forces. And they will be sudden and violent. [...] We humans have spent four hundreds generations building our current civilization in an era of climatic stability – a long, generally balmy spring that has endured since the last ice age. But this tranquility looks like the exception rather than the rule in nature. And if its end is inevitable one day, we seem to be triggering its imminent and violent collapse. Our world may be blown away in the process. » (Pearce, 2006: 14) Alan Petersen et Deborah Lupton remarquent que cette notion de revanche de la nature, omniprésente dans les discours sur le réchauffement climatique, est aussi mobilisée dans certains écrits récents en santé publique, l'émergence ou la réémergence de maladies données y étant pensée comme signe de la revanche d'un écosystème malade (1996: 107).

²⁴⁵ L'inquiétude que soulève cette impression de vulnérabilité constitue d'ailleurs pour certains un argument en faveur de l'alimentation locale particulièrement efficace: « Often, the most convincing arguments for eating local will not include abstract concepts such as the tremendous energy use (and thus pollution) associated with hauling food across continents, or the loss of crop diversity from consolidation in the food business. The most compelling arguments may instead be psychological and emotional: the realization that if we continue on the present course, one day we will wake up to find that there are no locally owned farms, dairies, canneries, or grocers in sight, leaving us beholden to whatever farmer or food business is willing to ship us food on their terms. » (Halweil, 2004: 158-9)

²⁴⁶ Plus précisément « on entend [par souveraineté alimentaire] le droit des peuples à définir leur propre politique alimentaire et agricole; à protéger et à réglementer la production et les échanges agricoles nationaux de manière à atteindre des objectifs de développement durable; à déterminer leur degré d'autonomie alimentaire et à éliminer le dumping sur leurs marchés. La souveraineté alimentaire ne va pas à l'encontre du commerce dans la mesure où ce dernier est subordonné au droit des peuples à une production agricole et alimentaire locale, saine et écologique,

notamment, une quarantaine d'organisations de premier plan dont, notamment, la Fédération des caisses Desjardins du Québec, Greenpeace, Fédération québécoise des municipalités, Union des consommateurs et les principales centrales syndicales de la province ont choisi en 2007 – soit un an avant même la « crise » de 2008 – de ratifier une déclaration « demandant aux gouvernements du Québec et du Canada de faire de ce concept la pierre d'assise de leur politique agricole et alimentaire ainsi que d'assumer un leadership international dans la promotion de l'exception agricole et du droit des peuples à la souveraineté alimentaire. » (Union des producteurs agricoles, 2008 : sans pagination). Parallèlement, plusieurs intervenants de la CAAAQ ont dit souhaiter faire du concept de souveraineté alimentaire l'un des piliers de la future politique agricole du Québec (CAAAQ, 2008 : 34). Or en appelant la souveraineté alimentaire de leurs vœux, ces plaidoyers²⁴⁷ viennent en fait renforcer le sentiment que le pays est pour l'instant à la merci de règles du commerce international l'empêchant d'assurer sa propre sécurité alimentaire.

Participe aussi de cette inquiétude ambiante la multiplication, dans les dernières décennies, des discours médiatiques s'interrogeant sur la capacité des États à contenir des crises sanitaires de grande envergure telles l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB ou maladie de la vache folle). Apparue au milieu des années 1980 puis propulsée sur le devant de la scène médiatique en 1996 avec la découverte d'un premier cas de transmission d'un bovin à un être humain, l'ESB a créé une véritable onde de choc chez des consommateurs brutalement éveillés aux méthodes productivistes de la grande industrie de même qu'aux enjeux de traçabilité soulevés par la globalisation des circuits de distribution alimentaire²⁴⁸. Même inquiétude à large échelle avec l'éclosion en 2004 d'une épidémie de grippe aviaire

réalisée dans des conditions équitables qui respectent le droit de tous les partenaires à des conditions de travail et de rémunération décentes. » (Rendez-vous québécois pour la souveraineté alimentaire, 2007 : sans pagination).

²⁴⁷ De même que la Coalition à laquelle ils ont donné naissance afin de promouvoir les mesures publiques nationales et les ententes internationales en faveur du principe de souveraineté alimentaire (www.nourrirnotremonde.org).

²⁴⁸ L'épisode a aussi mis en évidence la vulnérabilité d'économies nationales axées sur l'exportation, le jeu d'embargos accompagnant la découverte de chaque nouveau cas d'ESB ayant causé de très lourds dommages à l'économie de pays exportateurs de bovins. Dix mois après la découverte d'un premier cas d'ESB au Canada, par exemple, les producteurs bovins estimaient à 2 milliards de dollars les pertes entraînées par les embargos décrétés par leurs principaux partenaires commerciaux (Bergerot, sans date).

faisant près d'une centaine de morts à mesure qu'elle se propageait – malgré les abattages massifs, les mises en quarantaine et les embargos – de l'Asie du Sud-Est à la Russie, puis la Chine et finalement l'Europe. D'« origine incertaine », le virus H5N1 se transmet par contact direct avec des volatiles infectés mais les médias parlent déjà de « situation potentiellement catastrophique » en raison de la capacité du virus à muter rapidement :

La grippe aviaire pourrait provoquer une pandémie importante, si le virus subissait les mutations lui permettant de passer d'un humain à un autre. Le jour où le virus de la grippe aviaire aura acquis cette capacité, les experts prévoient qu'il pourrait causer des millions de décès dans le monde en devenant aussi contagieux que la grippe traditionnelle. Pour l'instant, tous les cas de transmission de la grippe aviaire à des humains émanent de contacts directs avec des oiseaux infectés, mais des scientifiques affirment que le virus de la grippe aviaire serait actuellement à une mutation près de devenir transmissible entre humains. Pour les autorités médicales internationales la question n'est désormais plus de savoir si une pandémie de grippe aviaire est possible, mais bien quand elle se produira. (Fricreau & Labelle, 2005 : sans pagination)

Aux craintes que soulèvent ces épizooties ponctuelles s'ajoutent celles de contaminations volontaires ou non d'aliments importés dont les autorités nationales peuvent difficilement assurer la qualité. Qu'on pense à la traque aux traces de mélamine lancée en septembre 2008 en réaction au scandale des quelques 53 000 enfants chinois contaminés par des laits en poudre auxquels de la mélamine avait volontairement été ajoutée afin d'en accroître la teneur en protéines (Deglise, 2008a). Ou au rappel par l'Agence canadienne d'inspection des aliments, deux ans plus tôt, de tous les épinards frais emballés aux États-Unis en raison de la présence possible d'une bactérie *E. coli* ayant causé là-bas la mort de trois personnes et l'hospitalisation de 200 autres (Côté-Paluck, 2006 : sans pagination). La même année, un couple de Toronto se retrouvait paralysé après avoir bu du jus de carottes contaminé puis, en 2008, c'était au tour des consommateurs de cantaloups et de tomates fraîches du Canada et des États-Unis d'être sur un pied d'alerte en raison de contaminations à la salmonelle. En fait, les incidents du genre sont devenus un « refrain familial » (Weeks, 2008 : sans pagination) en Amérique du Nord, une situation qui

s'expliquerait en grande partie par la création de circuits de distribution alimentaire transnationaux nuisant à la traçabilité des aliments :

Fresh produce has always been vulnerable to bacterial contamination, in part because it's grown outside and may come into contact with animals in the field or contaminated fertilizer, or be tainted by unsanitary handling. Those weaknesses have been amplified in the past few decades by the explosion of industrial-sized farms and the proliferation of dominant companies who supply a large portion of the product available on store shelves. Those changes mean that instead of being confined to one area, contaminated products may be spread across the continent very quickly. In addition, it is often difficult for companies and health officials to determine the source of the outbreak and where the product was distributed, meaning that more consumers may be put at risk because the contaminated goods could remain on sale longer. (idem: sans pagination)

La globalisation progressive de l'industrie alimentaire se solderait donc par une multiplication et une accélération des mouvements de circulation de produits se révélant de ce fait quasi impossibles à localiser avec précision. Or un contrôle accru de la circulation des aliments – contrôle permettant l'identification de la source d'une contamination donnée mais aussi la localisation et le retrait des aliments susceptibles de la transmettre – semble d'autant plus important que des bactéries indésirables peuvent éclore virtuellement n'importe où et n'importe quand :

Malgré un système de surveillance efficace, il est difficile, voire quasi impossible, d'empêcher totalement les éclosions indésirables [...] On ne peut pas éliminer tous les risques, résume Julie Jean, professeure en microbiologie alimentaire et en innocuité des aliments à l'Université Laval. Dans les dernières années, beaucoup d'efforts ont été déployés pour réduire au minimum les contaminations dans le secteur alimentaire. Et c'est très bien. Mais des accidents ponctuels [...] sont inévitables. Les bactéries, il y en a partout.» (Deglise, 2008b : sans pagination).

Les mesures de prévention développées au fil des années n’y peuvent rien²⁴⁹ : les bactéries sont partout et de nouvelles crises sanitaires vont nécessairement sévir quelque part à travers le globe à un certain moment. Les gouvernements et les entreprises cherchent à répondre à cette menace diffuse²⁵⁰ par la création de techniques de traçabilité qui, en rendant le parcours d’animaux d’élevage et/ou de différents produits alimentaires visibles, doivent faciliter la gestion de potentielles crises sanitaires. Mais la mise sur pied d’organismes chargés de la mise en place de systèmes d’identification et de traçabilité par étiquetage électronique tels Agri-Traçabilité Québec ou les discussions autour de la création de « passeports pour les ingrédients » signés par les entreprises responsables à chaque étape de leur parcours (Moss, 2009) ont aussi des effets présents bien concrets. L’adoption de telles mesures, d’abord, fait peser sur les épaules des entreprises un poids administratif et financier que plusieurs petits producteurs s’avèrent incapables de supporter. En outre, on peut penser que les pratiques de certaines entreprises changent du moment qu’elles savent pouvoir être retracées en cas de contaminations causées par leurs produits. Mais, surtout, tous ces appels à une meilleure traçabilité des aliments viennent au fond conforter l’idée que de nouvelles crises sanitaires à grande échelle surgiront inévitablement sans que l’on puisse savoir où ni quand elles écloront. Ils contribuent en ce sens à nourrir

²⁴⁹ Non seulement ces mesures sont-elles inefficaces à garantir un « risque zéro » mais elles contribuent directement à la production de risques : « Au fur et à mesure qu’on essaie de sécuriser notre filière alimentaire, on s’aperçoit qu’il reste malgré tout des îlots de fragilité, dit-il. Nos méthodes de gestion de la salubrité semblent ouvrir la voie à ce genre de problème. C’est un peu comme l’émergence des maladies nosocomiales dans les hôpitaux. Elles n’apparaissent pas parce que la qualité sanitaire dans les hôpitaux a diminué. Mais sans doute à cause de l’inverse. » (Guy Debailleul cité dans Deglise, 2008b: sans pagination).

²⁵⁰ Celle-ci semble d’ailleurs d’autant diffuse que chacun des ingrédients se trouvant dans un produit donné après un parcours plus ou moins long est aujourd’hui potentiellement porteur de pathogènes: « Increasingly, the corporations that supply Americans with processed foods are unable to guarantee the safety of their ingredients. [Some] companies do not even know who is supplying their ingredients, let alone if those suppliers are screening the items for microbes and other potential dangers, interviews and documents show. Yet the supply chain for ingredients in processed foods — from flavorings to flour to fruits and vegetables — is becoming more complex and global as the drive to keep food costs down intensifies. As a result, almost every element, not just red meat and poultry, is now a potential carrier of pathogens, government and industry officials concede. » (Moss, 2009 : sans pagination).

l'inquiétude, voire l'anxiété, ambiante face aux menaces à la sécurité et à la salubrité alimentaires qui planeraient à l'heure de la globalisation de cette industrie²⁵¹.

Les mangeurs d'ici comme d'ailleurs semblent effectivement trouver dans la distance grandissante qui les sépare des producteurs de leurs aliments une source particulièrement fertile d'anxiété (Jackson, 2010)²⁵² – une anxiété que les labels tels qu'« Aliments du Québec » et « Aliments préparés au Québec » contribuent précisément à gérer en signalant qu'il s'agit de produits provenant «d'ici». Car contrairement aux appellations d'origine protégée, indications géographiques protégées et autres désignations d'origine orientées vers les marchés extérieurs, ces labels me semblent être destinés à des consommateurs québécois soucieux de privilégier le local pour toutes les raisons discutées précédemment mais aussi afin de calmer leurs inquiétudes face à la globalisation de l'industrie alimentaire. Aussi le mini-magazine *Délicieusement québécois* se charge-t-il de souligner aux lecteurs désireux de manger des produits d'origine animale crus qu'ils peuvent le faire « en toute confiance » dès lors qu'ils privilégient, bien entendu, les produits du Québec :

²⁵¹ Un sentiment d'anxiété qui se voit aussi entretenu par un ensemble d'autres pratiques relevant de l'alimentaire mais dont je n'ai pas parlé ici puisqu'elles ne participent pas de l'opposition global/local qui organise *Mettez du Québec dans votre assiette!*. J'ai souligné certaines de ces autres pratiques au chapitre précédent (discours sur le rôle des parents dans le développement optimal de leur(s) enfant(s) par le biais notamment d'une diète appropriée ou sur la banqueroute qui menace les États confrontés à des taux d'obésité records) mais on peut aussi penser à la multiplication des discours faisant de la manipulation des aliments une pratique à hauts risques : étiquettes appelant les consommateurs de repas congelés à s'assurer que « la température interne atteint 165° F telle que mesurée en plusieurs endroits par un thermomètre alimentaire » (Moss, 2009 : sans pagination, ma traduction); guides-conseil disponibles sur des sites Internet gouvernementaux tels que ceux du MAPAQ et de Santé Canada; rappel dans les émissions télévisées culinaires des règles à suivre afin d'éviter la contamination croisée à partir de la volaille, etc. Par ailleurs, la globalisation des marchés ne se limite évidemment pas à l'alimentaire et les discours alarmistes quant aux menaces que le phénomène ferait peser sur l'emploi ou encore la cohésion sociale abondent, particulièrement en période de crise économique telle que celle survenue en 2008-2009.

²⁵² Jackson pose l'anxiété en tant qu'enjeu social et s'intéresse particulièrement aux effets politiques et moraux d'une anxiété comprise comme « champ social » informé par un ensemble de discours, notamment les discours du risque (2010 : 154). Il s'inspire pour ce faire d'analyses sociologiques suggérant l'avènement d'une « société du risque » marquée par une anxiété généralisée (Beck, 1992; Bauman, 2006; Giddens, 1991) – une situation que d'autres chercheurs décrivent en termes de « culture de la peur » (Glassner, 1999; Furedi, 2002). Comme l'explique Engin F. Isin (2004), ces approches tendent toutefois à présupposer l'existence d'un sujet rationnel (plutôt que de s'intéresser à la productivité même, en termes de subjectivité, des pratiques concernées); elles sont en ce sens incompatibles avec la notion de gouvernement par la névrose qu'Isin propose et de laquelle je m'inspire (cf. p.111).

Les produits crus d'origine animale peuvent être apprêtés en une variété de plats séduisants. Il importe toutefois de respecter certaines règles lorsqu'on les prépare. [...] Heureusement pour nous, les viandes et les poissons crus du Québec répondent à des normes de qualité, d'innocuité et de salubrité très strictes, et chaque établissement alimentaire fait l'objet d'une inspection rigoureuse. Acheter des produits d'ici est donc un gage de fraîcheur et de saveur. (2008 : 21)

Et l'omniprésence des dangers posés par l'alimentation contemporaine ressort des deux pages subséquentes, les « conseils pour votre cuisine » (idem : 22) faisant la belle part aux enjeux de salubrité (« Attention au poisson! », « Pour nettoyer vos ustensiles en bois et vos planches à découper »)²⁵³ alors que la page suivante est entièrement consacrée à une publicité vantant le travail du Centre québécois d'inspection des aliments et de santé animale. Ce dernier y est présenté comme responsable de surveiller toute la chaîne bioalimentaire, un travail dont « toute la société québécoise tire profit » puisque « [l]es consommateurs ont accès à des aliments sains et les entreprises agroalimentaires bénéficient de la confiance des consommateurs.» (idem : 23)

La référence répétée à la confiance n'est pas anodine mais signale bien, il me semble, que les labels d'Aliments du Québec mobilisés par/dans *Mettez le Québec dans votre assiette!* viennent non seulement transmettre une information factuelle de provenance mais invitent aussi et surtout à une confiance diffuse en ce qui vient d'« ici » (par opposition à un « ailleurs » qui, de ce fait, est à nouveau posé comme menaçant). C'est-à-dire que la campagne ne s'adresse pas d'abord à des consommateurs à qui il reviendrait d'évaluer sur le seul plan rationnel les risques posés par chaque produit sur la base, notamment, d'informations quant à la législation en matière de salubrité des aliments de

²⁵³ Dans le même ordre d'idées, l'une des publicités imprimées de 2009 comprend un encart destiné à aider les mangeurs à « Savoir bien conserver les aliments » en précisant les durées d'entreposage au réfrigérateur et au congélateur recommandées pour quelques 18 produits différents (*Mettez le Québec dans votre assiette!*, 2009b). Si cet encart ne met pas directement en cause de problèmes liés à la globalisation de l'alimentaire, il vient néanmoins réactiver les inquiétudes sanitaires de mangeurs risquant la contamination à chaque repas.

leur région ou pays d'origine²⁵⁴. Les logos d'Aliments du Québec servent plutôt de raccourci dans les efforts de repérage des consommateurs, la proximité entre producteurs et consommateurs qu'ils signalent autorisant les produits en question à inspirer directement confiance. Comme le soulignait l'organisme dans le mémoire qu'il a remis à la CAAAQ :

En établissant clairement la provenance d'un produit alimentaire comme critère de choix, Aliments du Québec le valorise aux yeux des Québécois. Le logo Aliments du Québec a, pour le consommateur, un goût de « déjà-vu » rassurant, une familiarité accueillante, mais, surtout, une notoriété attestée et un sérieux inattaquable. Sachant qu'il y trouvera des ingrédients et une « manière » toute québécoise, le consommateur sait aussi qu'il contribue directement à l'économie locale et provinciale. (Aliments du Québec, 2007 : 5)

Les labels de provenance comme signes « familiers » d'une « manière » toute locale se distinguant des pratiques à risques de la grande industrie globalisée permettent à *Mettez du Québec dans votre assiette!* d'opérer à distance le même travail d'instauration de liens de confiance qui caractérise généralement les pratiques d'alimentation locale. Car la réduction drastique des circuits de distribution que proposent ces pratiques passent le plus souvent par la création de lieux permettant aux consommateurs d'entrer directement en contact avec des producteurs qu'ils peuvent ainsi apprendre à connaître bien personnellement. C'est du moins l'argument que font valoir les adeptes de l'alimentation locale²⁵⁵, les marchés publics ayant alors valeur d'exemplarité.

La promotion des interactions entre producteurs et consommateurs est effectivement au cœur même de la formule des marchés publics²⁵⁶, la règle implicite et même souvent

²⁵⁴ Cet argument est pourtant celui invoqué par les groupes de défense des consommateurs qui ont milité en faveur de l'adoption, aux États-Unis, d'une loi obligeant les distributeurs à indiquer le pays d'origine de différents produits (Kesmodel & Jargon, 2008).

²⁵⁵ Même les remises en cause de la capacité réelle des marchés publics à créer de nouveaux liens sociaux – remises en cause qui partent le plus souvent du constat de la prédominance de cet argument dans la rhétorique des adeptes des marchés – ne font que participer à camper le débat en ces termes plutôt que d'autres (c.f. McWilliams, 2009).

²⁵⁶ La multiplication des échanges entre les consommateurs eux-mêmes est aussi régulièrement mise de l'avant, une étude ayant démontré que les marchés publics engendrent jusqu'à dix fois plus de conversations que les supermarchés (Halweil, 2004), d'où l'image de « fête [et de] lieu de rencontre pour les gens du coin » (Bérubé, 2008a : sans pagination) qu'ils se voient régulièrement accolée.

explicite étant que les producteurs eux-mêmes ou des membres de leur famille doivent être présents à leurs étals respectifs²⁵⁷ de façon à ce que les consommateurs puissent entrer en contact avec eux (Holloway & Kneafsey, 2000; Bérubé, 2008a). Les marchés publics promettent ainsi une «connexion humaine» qui échappe aux circuits de distribution conventionnels (Winter, 2003) et qui caractériserait, précisément, l'alternative constituée par l'alimentation locale. L'agriculture soutenue par la communauté (ASC), notamment, est elle aussi présentée comme une pratique productrice de liens privilégiés entre les différents partenaires impliqués, la communication ainsi qu'un sens de la communauté et des valeurs partagées constituant des éléments clé de cette formule (Roos, Terragni & Torjusen, 2007). Au final, ce sont donc différentes pratiques axées sur la création de lieux de rencontre avec les producteurs qui permettraient aux consommateurs de développer une relation personnelle avec ceux-ci, relation impliquant une «traçabilité très directe» (Bérubé, 2008a) et de laquelle émergent certaines «normes de confiance» (DeWeerd, sans date) :

Buying food today is complicated. What pesticides were used? Is that corn genetically modified? Was that chicken free range or did it grow up in a box? People who eat locally find it easier to get answers. Many build relationships with farmers whom they trust. And when in doubt, they can drive out to the farms and see for themselves (100-mile diet, sans date-b: «Why eat local?»)

Knowing your local farmer has become a valued aspect of connecting with food, and with it brings relationship, accountability, and clear knowledge of how food is raised and who is raising it. [...] Seven Generations Ahead is working to make sure that if you want to buy food from a local farmer you can trust, that you'll be able to connect with that farmer in many ways. (Seven Generation Ahead, sans date: «Buy Local Campaign»)

²⁵⁷ Aux États-Unis, par exemple, 63% des marchés publics stipulaient explicitement dans leurs règlements internes en 2006 que leurs vendeurs ne pouvaient offrir sur leurs étals que leurs propres produits (Etter, 2010). D'ailleurs, la présence dans certains marchés de revendeurs de denrées non locales et/ou produites par d'autres suscite de nombreux débats, certains fermiers décidant de fonder des marchés « garantis locaux » alors que certains gestionnaires de marchés vérifient que les produits vendus par chaque fermier correspondent bien aux semences achetées en début de saison (Idem).

L'importance de la confiance, qu'elle soit née de relations interpersonnelles ou d'indications de proximité telles que les labels de provenance, dans/par les pratiques d'alimentation locale explique d'ailleurs l'émergence d'une littérature analysant ces dernières en termes d'« enchâssement » (*embeddedness*) de l'économie au contexte social dans lequel il se déploie²⁵⁸.

There are strong parallels between the academic literature on alternative, localized food systems and the rhetoric of food activism built on alternative social norms or a kind of “alternative ethic.” [...] Many of the arguments speak about “relocalizing” food systems (Hendrickson and Heffernan, 2002) into local “foodsheds” (Kloppenburger et al., 1996), thereby “recovering a sense of community” (Esteva, 1994) by “reembedding” food into ‘local ecologies’ (Murdoch et al., 2000) and local social relationships (Friedmann, 1994, p. 30). (Dupuis et Goodman, 2005 : 360)

L'enchâssement se présente alors comme l'un des principes organisants – avec la confiance et la localisation (*place*) (Brunori, 2007: 2) – de l'alimentation locale, la notion se voyant le plus souvent placée à l'extrémité d'un continuum «as a euphemism for market relations based on close social and inter-personal interactions and relations of loyalty.» (Winter, 2003 : 25) C'est alors l'anomie des marchés globalisés qui semble occuper l'autre extrémité du continuum en question :

more localized food systems are often assumed, by virtue of their social embeddedness, to be characterized by positive, respectful and non-instrumental social relations (Hinrichs, 2000). Atomized market relations are seen as a defining, but negative feature of “global”, while the “local” will manifest high levels of social capital and relations of care—in short, a more moral or associative economy. The social embeddedness of “local” ensues

²⁵⁸ L'alimentation locale peut alors être considérée comme participant d'une économie capitalisant sur les relations sociales constitutives de diverses communautés de valeurs (le groupe d'ASC, le marché public, le chapitre local de Slow Food, etc.) – une approche qui se révèle tout à fait cohérente avec le projet de « gouvernement par la communauté » de la *Third Way* (Vigneault, 2009), projet qu'actualisent notamment les programmes d'écoles en santé discutés au chapitre précédent. En effet, l'accent mis sur la création de communautés morales imposant un ensemble de droits mais aussi de responsabilités à leurs membres sert aussi un objectif de croissance économique : « Social capital minimizes transaction costs through its role in generating trustworthiness and securing rapid and reliable flows of information across micro-networks, hence reducing the costs of securing against imperfect information » (Rose, 1999b: 484).

from the possibility of face-to-face interactions and mutual knowledge, creating a “‘geography of regard” (Sage, 2001). (Hinrich, 2003: 36)

Or plusieurs critiques ont souligné qu’un tel continuum procède en fait d’un « piège» (*local trap*) (Born & Purcell, 2006) par lequel le local se voit attribuer certaines qualités inhérentes qui le rendraient de facto préférable à toute autre échelle²⁵⁹. Le local n’est effectivement pas garant en soi de relations plus justes ou plus écologiques mais doit plutôt être vu en tant que construction sociale impliquant un jeu d’inclusion et d’exclusion²⁶⁰, une lutte politique pouvant déployer une conception conservatrice aussi bien que progressiste du local (Dupuis and Goodman, 2005; Hinrichs, 2000, 2003; Hassanein, 2003; Holloway & Kneafsey, 2000) : «Far from heralding an alternative post-global green future, as promoted by a range of proponents of sustainable agriculture [...], the turn to local food may cover many different forms of agriculture, encompassing a variety of consumer motivations and giving rise to a wide range of politics. » (Winter, 2003: 30)

Impossible en effet de garantir que la simple opportunité d’un contact interpersonnel entre consommateurs et producteurs se solde bien par la création de relations de confiance et de loyauté (« to assume that locally embedded economic activities necessarily involve non-instrumental, ethics-based interpersonal relations is to “‘conflate spatial relations with social relations.’”» (Hinrich cité dans Dupuis & Goodman, 2005: 362)). Et même

²⁵⁹ Les appels au local comme réponse à un global auquel il s’opposerait sont par ailleurs largement critiqués sur la base qu’ils tendent à isoler des dynamiques qui sont en fait co-constitutives – un constat rendu explicite notamment par le concept de « glocalisation » ainsi que par le développement d’une conception relationnelle de l’espace mettant en évidence le caractère socialement construit d’échelles telles que le local et le global : « In contesting “attempts to put ‘strong’ boundaries around places – that is, to enclose peoples, resources or knowledges within a ‘local’ domain” (Castree, 2004, p. 135), this cohort [David Harvey, Doreen Massey et Michael Watts] has formulated a relational conception of place based on the ontological claim that “translocal ties in part constitute those places.” As Castree (2004, p. 134) puts it, their “relational imaginaries together contest a view of places as “locations of distinct coherence” (Massey, 1999, p. 14). Instead, they depict place as “nodes in relational settings” (Amin, 2002, p. 391), as “specific yet globalized sites” (Watts, 1991, p. 10) and as “articulated moments in networks” (Massey, 1994, p. 5).” These dynamic, relational conceptualizations of place promise greater analytical purchase than the current presumption in agro-food studies that the ontology of place is given ‘in the order of things’. » (Dupuis et Goodman, 2005 : 368)

²⁶⁰ Clare Hinrichs et Kathy Kremer (2002) de même que Slocum (2007) soulignent notamment que le « mouvement » en faveur de systèmes alimentaires localisés tend à être socialement homogène et à exclure certains groupes, ses adeptes étant pour la plupart des consommateurs blancs de classe moyenne.

l'instauration de telles relations n'implique pas nécessairement que des effets bénéfiques en résulteront : «while local systems can lead to greater face-to-face interaction that can lead to more trust and regard between producers and consumers, this causal chain does not necessarily result in either better information for the customer or more sustainable or just food systems (Sage 2003). » (Born & Purcell, 2006: 203) Certaines voix osent d'ailleurs, tel que mentionné précédemment, aborder ce sujet « tabou et hautement émotif » (Bérubé, 2009h : sans pagination) en remettant en question le présupposé voulant que l'alimentation locale soit nécessairement plus écologique (cf. p.147), une ambiguïté qui requerrait la création d'une nouvelle étiquette rendant l'empreinte écologique des produits directement visible aux consommateurs (Bérubé, 2009h; Cliche, 2010). Parallèlement, les « crises » sanitaires telles que celle déclenchée par la découverte de sources de la bactérie listéria dans deux fromageries québécoises (Harvey, 2008) montrent bien que les produits de proximité ne sont pas non plus le gage d'une salubrité irréprochable²⁶¹. Or l'alimentation locale invite à faire l'économie de ce type de considérations en mettant de l'avant un raccourci où le local se présente toujours nécessairement comme la meilleure option, les consommateurs pouvant dès lors prendre l'habitude de mettre les produits d'ici dans leur panier « en toute confiance ». En ce sens, les pratiques telles que *Mettez le Québec dans votre assiette!* n'apparaissent pas d'abord comme réponse rationnelle à certains effets (jugés négatifs) de la globalisation de l'industrie alimentaire²⁶² mais bien davantage comme l'un des lieux du « gouvernement par la névrose » dont j'ai parlé au chapitre précédent,

²⁶¹ Les fruits et légumes cultivés au Québec seraient par ailleurs aussi contaminés par les produits agrochimiques (pesticides, etc.) que ceux importés de l'étranger ou du reste du Canada (Deglise, 2007a). Aux États-Unis, certains groupes de défense des consommateurs et des membres de l'industrie alimentaire doutent d'ailleurs des effets sanitaires réels de la loi états-unienne obligeant l'étiquetage du pays d'origine d'une gamme de produits : «Consumer-advocacy groups and food-industry associations underline that country-of-origin labeling won't help ensure food safety. "While it's tempting to demonize food from other places, we've seen over the years that there are problems with the domestic food supply as well," says Sarah Klein, an attorney in the food-safety program at the Center for Science in the Public Interest, a nonprofit consumer-advocacy group. » (Kesmodel & Jargon, 2008 : sans pagination)

²⁶² D'ailleurs, le développement d'une « économie des terroirs » s'inscrit explicitement, tel que discuté plus tôt, en complémentarité au marché actuel (Solidarité rurale du Québec, 2001; Ascher, 2005) et certaines études montrent que les circuits courts de distribution gagnent une place aux côtés des supermarchés dans les habitudes d'achat des consommateurs plutôt qu'ils ne les remplacent (Holloway & Kneasfey, 2000). Participe de cette logique de complémentarité l'invitation de *Mettez le Québec dans votre assiette!* à remplacer pour seulement 30 dollars

l'achat local devenant un moyen pour le citoyen de gérer une anxiété née notamment des discours de crise de sécurité et de salubrité alimentaires (abordés précédemment). Au même titre que le consommateur névrosé des discours environnementaux calme son anxiété par le biais d'une disposition à recycler nerveusement sans égard à l'impact réel de ce geste²⁶³, les sujets-consommateurs produits par *Mettez le Québec dans votre assiette!* développent eux le réflexe de rechercher des produits locaux créant un effet de confiance apaisante par leur mode de mise en visibilité même.

Car la rencontre interpersonnelle avec les producteurs et les labels de provenance tels que ceux d'Aliments du Québec participent tous deux, chacun à leur façon, à rendre le local visible par le biais d'une confiance qui se trouve de ce fait même produite. C'est la rencontre avec les producteurs – rencontre elle-même rendue possible par des pratiques se réclamant de l'alimentation locale – qui fait apparaître les produits offerts sur l'étal comme d'authentiques « produits locaux », leur provenance ne pouvant être saisie qu'à travers l'assurance qu'en donnent (implicitement ou explicitement) les producteurs en question. C'est-à-dire que cette rencontre interpersonnelle est génératrice de confiance du fait qu'elle permet non seulement de rendre le local visible mais qu'elle établit du même coup l'authenticité des aliments locaux ainsi produits. Comme l'expliquent Johnston et Baumann, la personnalisation constitue l'une des principales stratégies par lesquelles l'authenticité d'aliments donnés – une authenticité qui est par ailleurs hautement prisée par les *foodies* qu'étudient les deux chercheurs, tel que souligné précédemment²⁶⁴ – est établie :

annuellement de produits alimentaires venus d'ailleurs par des aliments d'ici (c.f. MAPAQ, 2008c ou www.assiette.gouv.qc.ca).

²⁶³ « Nervously recycling, reducing, reusing, the neurotic citizen went on a mission to save the earth though being unable to judge whether his neurotic energies were any match to what multinational corporations were doing or even whether his neurotic energies were being wiped away in an overseas jet trip for vacation. But what is important here is not only that an environmental citizen is asked to decide what to do on the basis of incomplete information or uncertain knowledge about the situation but that having done so, that is, having decided what to do, that conduct became over a period of time its disposition, which is a reflex-like process that becomes a solution to a problem: anxiety. » (2004: 229)

²⁶⁴ Probyn (2000 : 3) voit elle aussi la recherche d'authenticité comme l'une des principales régularités marquant le foodism ambient, une intuition qui semble confirmée par la popularité actuelle des aliments dits « naturels » (Lupton,

Authenticity is not inherent, but is *constructed* through the perceptions of food producers and consumers. People understand food as being authentic if it can be characterized in certain ways *in relation to* other foods, particularly inauthentic foods. To foreshadow our argument, food is understood as authentic when it has geographic specificity, is “simple,” has a personal connection, can be linked to a historical tradition, or has “ethnic” connections. (2010: 70)

C'est donc par/dans la relation avec les producteurs que les aliments locaux apparaissent comme tels, à moins bien sûr que ces derniers n'arborent aussi un label de provenance, autre modalité de mise en visibilité du local plus générale encore que la rencontre avec le producteur. De fait, si l'identification de certains produits en tant qu'aliments du Québec ne requiert pas nécessairement d'espaces de rencontre avec les producteurs, il est en retour impossible de penser cette rencontre sans poser d'abord la catégorie des « aliments du Québec ». Et si ces deux modalités de mise en visibilité convergent parfois, ce sont alors deux formes de confiance distinctes bien que complémentaires qui se trouvent simultanément produites : confiance en la relation qui se double d'une confiance envers un système de réglementation (de la production alimentaire et de l'étiquetage) et, dans le cas d'Aliments du Québec, envers un schème de certification bien précis. Les labels de provenance rendent en ce sens visible une spécificité géographique conférant aux produits concernés un certain degré d'authenticité, elle-même indication d'un « degré probable de fiabilité »²⁶⁵.

Par ses modes de mise en visibilité, l'alimentation locale produit donc des effets de confiance, notamment en raison de la re-socialisation de la relation entre consommateurs et producteurs que certaines de ces pratiques supposent. Or cette même mise en visibilité contribue aussi, comme nous le verrons à la section suivante, à re-spatialiser l'alimentaire de façon bien particulière.

1996; Deglise, 2006b) de même que par le choix d'acteurs de l'industrie alimentaire d'investir dans des initiatives telles que *Le mouvement Mangez Vrai* (www.lemouvementmangezvrai.ca, lancé par la compagnie Hellmann's).

Reconnecter aux territoires/terroirs

C'est sur une invitation adressée à tous les Québécois à « profiter de la belle saison » pour « prendre plaisir à déguster les aliments du Québec » (MAPAQ, 2008c) que se concluait la conférence de presse organisée pour le lancement officiel de *Mettez le Québec dans votre assiette!*. L'invitation capitalisait sur l'arrivée prochaine d'une saison des récoltes synonyme d'abondance pour tenter de séduire des consommateurs habitués à retrouver semaine après semaine plusieurs milliers de produits sur les tablettes de leur épicerie préférée. Car la globalisation de l'industrie alimentaire se solde aujourd'hui par une offre à la fois hautement diversifiée et relativement stable tout au long de l'année, les distributeurs pouvant plus facilement s'approvisionner aux quatre coins du globe afin de s'assurer de disposer en tout temps d'une vaste gamme de produits. Or comme la référence à la « belle saison » tout juste citée le suggère, l'idéal d'un approvisionnement de proximité vient renverser ce mouvement de « dé-saisonnalisation » de l'alimentaire en invitant les consommateurs à suivre le rythme de la production locale. D'où la nécessité de sensibiliser ces derniers à l'existence même de ce rythme, le site Internet de la campagne du MAPAQ signalant par exemple qu'«[a]u Québec, les saisons apportent une variété de plaisirs culinaires qui riment avec rencontres festives chaleureuses et plaisirs improvisés. Prenez le temps de découvrir ce que la nature a de mieux à vous offrir saison après saison. » (sans date-e : « De la saveur toute l'année durant») Différentes façons de mettre les produits québécois au menu en fonction des saisons sont alors suggérées²⁶⁶, les consommateurs se voyant ainsi rassurés de l'accessibilité « toute l'année durant » de divers produits d'ici à se mettre sous la dent. Et le portrait de la chef québécoise réputée (Anne Desjardins) que propose le mini-magazine produit dans le cadre de la campagne fait lui

²⁶⁵ Comme l'explique l'auteur d'une étude sur le rôle de l'espoir et de la peur dans la réglementation des biotechnologies au Canada: « Trust represents success in the management of fear and risk but is a belief requiring confirmation through signs that represent degrees of probable trustworthiness » (Schields, 2008 : 133).

²⁶⁶ Suggérées ou plutôt prescrites, le tout se déclinant sur le même mode impératif que celui employé pour le slogan de la campagne lui-même (« Ajoutez une salade de crevettes nordiques fraîches à vos menus »; « Organisez une

aussi la belle place au thème de la saisonnalité par le biais de références au « climat d'ici » mais aussi de l'inspiration que la chef y trouve : « Ce qui l'inspire aussi et surtout, ce sont les saisons. Elle a d'ailleurs écrit un livre sur le sujet. « Même encore en hiver, j'arrive à avoir une carte composée à 80 % de produits québécois. » » (Murdock, 2008 : 9). *Mettez le Québec dans votre assiette!* mobilise ainsi un thème cher à la majorité des pratiques d'alimentation locale, l'agriculture soutenue par la communauté se mouvant directement sur le rythme des récoltes alors que la possibilité de reprendre contact avec les saisons constitue l'une des premières raisons invoquées afin de promouvoir une « diète des 100-mile » :

4. Get in touch with the seasons. When you eat locally, you eat what's in season. You'll remember that cherries are the taste of summer. Even in winter, comfort foods like squash soup and pancakes just make sense—a lot more sense than flavorless cherries from the other side of the world. (100-mile diet, sans date-b : « Why eat local? » accent original)

Or ces appels à un retour à la saisonnalité participent, il me semble, d'une volonté de reconnexion plus large aux environnements de production qui s'avère caractéristique des pratiques d'alimentation locale. Nombre de celles-ci semblent effectivement partager le constat d'une perte de contact des consommateurs avec les lieux très concrets d'où proviennent leurs aliments en raison, notamment, de leur dé-saisonnalisation : « “The end of seasonality has only made it easier for people to forget that their food comes from specific environments [...] Americans have little engagement in place, because place no longer provides food.” » (Steven Stoll, cité dans Halweil, 2004 : 49) Aussi les pratiques d'alimentation locale se doivent-elles, afin de faire valoir leur différence, de (re)créer cette conscience en (re)connectant²⁶⁷ les consommateurs avec un monde de la production duquel ils sont appelés à devenir des partenaires actifs. C'est ce que suggèrent notamment les

épluchette! »; « Mettez la moule du Québec au menu »; etc.). Le mini-magazine contient les mêmes directives, mais regroupées selon les mois de l'année plutôt que par saison (2008 : 12-13).

²⁶⁷ J'utilise les parenthèses pour montrer qu'il s'agit concrètement de créer de nouvelles connexions qui ne peuvent être conçues comme « reconnexion » que pensées sous l'angle d'une trame historique plus longue et relevant de l'intergénérationnel.

étiquettes de « co-producteurs » ou encore de « partenaires » que *Slow Food* et *Équiterre* réservent respectivement aux adeptes du local :

Nous nous considérons comme des co-producteurs plutôt que comme des consommateurs, car le fait d'être informé sur le mode de production de ce que nous mangeons et le soutien que nous apportons à ceux qui la produisent font de nous un partenaire actif du processus de production. (Slow Food, 2006b : « Notre philosophie »)

Les fermes du réseau [d'ASC], locales et souvent de petite taille, travaillent avec passion pour fournir à leurs partenaires une bonne quantité de fruits et de légumes frais et de qualité, tout au long de la saison des récoltes [...] La très grande majorité des fermes invitent leurs partenaires lors de journées portes ouvertes. Une belle occasion de passer une journée champêtre à la ferme et de mieux comprendre d'où proviennent les aliments qui se retrouvent dans notre assiette. (Équiterre, 2010d : « Fermiers de famille »)

Aussi la rencontre avec les producteurs que proposent les marchés publics, l'ASC ou encore les émissions télévisées telles que *Du cœur au ventre* joue-t-elle un double rôle : à la création de relations de confiance personnalisées discutée précédemment s'ajoute une prise de contact plus concrète avec un monde de la production largement laissé dans l'ombre par l'industrie contemporaine. À l'instar de la saisonnalité, la figure du producteur rend manifeste l'existence de ces « environnements spécifiques » desquels proviennent les aliments, c'est-à-dire de terroirs entendus comme territoires dont la spécificité dépend de facteurs à la fois biophysiques et humains (Groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir, 2003). Le mouvement de (re)socialisation de l'alimentaire décrit à la section précédente se redouble ainsi d'une (re)spatialisation de ces mêmes pratiques²⁶⁸ opérant dans/par la mise en visibilité de territoires donnés.

²⁶⁸ « The movement for the re-localisation of food is linked to a civic and ideological perspective: the environmental discourse is extended to the all [sic] food chain, while the localness of food is seen as both a way to re-spatialise and re-socialise food, establishing a direct contact between farmers and consumers, that generates a link of trust and reciprocal benefits between them. Consuming local food is the instrument through which community social life and social relationships are re-instated and re-enforced. » (Fonte & Grando, 2006 : 6)

Or cette dernière passe non seulement par la référence à la saisonnalité et par la figure du producteur mais aussi – et parfois surtout, comme en témoigne *Mettez le Québec dans votre assiette!* – par un recours à la technique de la carte. Celle-ci est notamment omniprésente en agrotourisme, où la création de parcours gourmands s’exprime par la



Figure 3: Logo de *Mettez le Québec dans votre assiette!*

création de cartes géographiques et surtout routières²⁶⁹ localisant des lieux gourmands en tous genres²⁷⁰. Les sites Internet de l’Association des marchés publics du Québec (www.ampq.ca) et d’Équiterre (www.equiterre) proposent pour leur part des cartes géographiques du Québec sur lesquelles sont localisés, respectivement ses

marchés membres et les points de livraison de son réseau d’ASC. *Mettez le Québec dans votre assiette!* fait, quant à elle, une place de

premier choix aux cartes géographiques, le logo de la campagne étant précisément constitué d’une assiette sur laquelle se dessine une carte du monde focalisée sur un Québec divisé selon ses régions administratives. Même accent dans la publicité télévisée de la première année de la campagne qui, tel que mentionné précédemment, repose toute entière sur un vol à vue d’oiseau au dessus d’une carte du Québec de laquelle se détachent certaines régions pour donner forme à différents produits du terroir. Et le mini-magazine *Délicieusement québécois* participe lui aussi de cette mise en visibilité d’un Québec fait de territoires régionaux par le biais d’un reportage de trois pages sur les « nombreux délices dont les

²⁶⁹ La prédominance des cartes routières en agrotourisme n’est sans doute pas étrangère aux origines de cette pratique, née au tournant du 20^e siècle sous l’impulsion notamment d’un lobby automobile désireux d’encourager les automobilistes à trouver de nouveaux usages à leurs véhicules (Trubek, 2008).

²⁷⁰ À l’instar des cartes mobilisées dans/par *Mettez le Québec dans votre assiette!* dont je parlerai à l’instant, ces cartes agrotouristiques sont évidemment plus que de simples représentations de réalités déjà existantes mais doivent plutôt être vues comme productrices d’une certaine conception des territoires représentés et même de l’idée de lieux gourmands elle-même.

régions du Québec regorgent » (2008 : 14) se voyant coiffé d'un dessin du Québec duquel se détachent les régions ainsi que les images de produits associés à certaines d'entre elles.

Ces différentes cartes contribuent non seulement à « montrer » d'où viennent les aliments d'ici – un local (le Québec) composé de régions administratives pensées comme terroirs – mais participent du même coup d'un travail de (re)connexion des mangeurs québécois aux environnements spécifiques qui les nourrissent. C'est cette connexion que les mangeurs sont appelés à actualiser en mettant des produits locaux à leur menu, comme le suggère par exemple le jeu sur le logo de la campagne dans les publicités imprimées de 2008 (un plat fait de produits locaux se substituant à la carte du Québec qui figure habituellement au centre de l'assiette du logo). Une logique similaire s'exprime d'ailleurs dans les pages du guide d'agrotourisme *À la découverte des saveurs du Québec*, une initiative distincte bien qu'explicitement mise en lien avec *Mettez le Québec dans votre assiette!* et dont le mot de bienvenue précise que « Quand on goûte un plat composé de produits du terroir, on se rapproche un peu plus d'une région. » (Groupe Espaces, 2009 : 3). La campagne du MAPAQ encourage ainsi les mangeurs à se sentir liés aux territoires qui les nourrissent et à les apprécier, tout particulièrement en ce qui trait au savoir-faire unique des artisans qui contribuent à les façonner. D'où, sans doute, la présentation par le ministre responsable de la campagne en tant que célébration de ce savoir-faire:

« Notre nouvelle campagne célèbre le savoir-faire exceptionnel des gens d'ici et la valeur des aliments qu'ils produisent et transforment pour des gens d'ici. Nul doute qu'en se rapprochant des producteurs et des transformateurs qui s'emploient à les nourrir, les consommateurs penseront plus souvent à mettre le Québec dans leur assiette! » (Laurent Lessard cité dans MAPAQ, 2008c : sans pagination)

Et le même effort de mise en valeur des artisans du terroir s'observe ailleurs dans la campagne²⁷¹ ainsi que dans différentes autres pratiques d'alimentation locale, notamment

²⁷¹L'une des pages du site Internet précise par exemple que « Le savoir-faire de nos producteurs et de nos transformateurs constitue une richesse pour la vie culturelle du Québec. » (sans date h : « Un objet de fierté »)

les émissions télévisées culinaires mettant en évidence les nombreuses difficultés rencontrées au quotidien par les artisans en question (*Du cœur au ventre, Pitchin'in*, etc.)²⁷². La re-spatialisation de l'alimentaire qui s'opère dans/par *Mettez le Québec dans votre assiette!* passe donc par la mise en visibilité des régions du Québec en tant que terroirs à apprécier en tant qu'ils sont nourriciers. De ce fait se voit promu un nouveau rapport entre l'urbain et le rural, des mangeurs majoritairement urbains étant invités à reconnaître et valoriser « à distance » un monde de la production alimentaire ancré dans les territoires ruraux²⁷³.

La campagne se distingue ainsi de l'agriculture urbaine en tant qu'ensemble de pratiques cherchant, elles aussi, à (re)connecter les mangeurs aux environnements d'origine de leurs aliments mais en privilégiant cette fois la création de lieux de production littéralement à portée de mains des mangeurs urbains. Plutôt qu'à une valorisation « à distance » du monde de la production, c'est effectivement à une prise en charge très concrète de ce dernier par des mangeurs-devenus-producteurs urbains qu'invitent des

²⁷² Même son de cloche dans le communiqué d'Équiterre soulignant le lancement officiel de la saison 2010 de son réseau d'ASC : « Pour Christian Bégin, partenaire d'un fermier du réseau depuis trois ans [et animateur d'une émission télévisée culinaire], « l'idée est toute simple: il s'agit de reprendre contact avec ceux et celles qui nous nourrissent, ceux et celles qui ont fait le choix difficile et nécessaire de nous nourrir. L'idée c'est d'aller à leur rencontre et de mettre une face sur une carotte, une tomate ou une rabiole. C'est aussi de prendre conscience que la terre qui nous nourrit est cultivée par des gens, des hommes, des femmes, qui, alors que tout semble organisé pour les décourager, persistent et signent », explique-t-il. » (2010c : sans pagination)

²⁷³ L'alimentation locale se présente ainsi comme l'une des pistes de solution possibles au problème beaucoup plus large du fossé entre le monde urbain et le rural décrié par plusieurs au Québec comme au Canada. En témoigne notamment la place importante donnée à l'alimentation locale dans le cadre de la toute première « politique alimentaire nationale » publiée par le Parti libéral du Canada, une politique qui « s'intègre dans une série d'initiatives du Parti libéral visant à combler le fossé entre la campagne et la ville et à offrir des débouchés économiques et sociaux aux Canadiens des régions rurales. » (Parti Libéral du Canada, 2010 : 5). La présentation du plan sous lequel se regroupent ces initiatives (*Le Canada rural, ça compte*) disponible sur le site du Parti s'ouvre d'ailleurs sur un rappel de l'importance du rôle nourricier des zones rurales : « Le Canada rural est important. Nos régions rurales produisent les aliments que nous mangeons et fournissent la majeure partie des ressources dont notre pays tire sa richesse » (Parti Libéral du Canada, sans date : « Le Canada rural, ça compte »). Notons que les Libéraux mobilisent un autre discours particulièrement prégnant aujourd'hui (tel que discuté aux chapitres précédents) en justifiant leur politique alimentaire nationale par la nécessité de « s'attaquer à la flambée des coûts de la santé au Canada [...] en luttant contre l'obésité, le diabète et d'autres problèmes de santé grâce à de bonnes habitudes alimentaires, en étant assurés de la salubrité de nos aliments, et en connaissant leur origine ainsi que les méthodes de production employées. » (Parti Libéral du Canada, 2010 : 1)

pratiques d'agriculture urbaine en forte croissance tant au niveau de leur diversité que de leur popularité depuis quelques années déjà.

Le concept suscite effectivement un engouement un peu partout à travers le monde – l'intérêt de plusieurs pays et villes envers l'agriculture urbaine ayant récemment mené à la signature de déclarations internationales en sa faveur ainsi qu'à l'adoption de politiques ambitieuses par des pays tels que Cuba, l'Argentine ou encore le Brésil (van Veenhuizen, 2006) – en raison notamment des multiples bénéfices écologiques, sociaux et nutritionnels attendus des différentes pratiques que le concept recoupe (Halweil, 2004). Ces dernières contribueraient à la lutte à l'insécurité alimentaire qui menace une part toujours grandissante d'une population urbaine elle-même en explosion à l'échelle mondiale en permettant aux habitants des « déserts alimentaires » de subvenir à leurs propres besoins en fruits et légumes à peu de frais²⁷⁴. Elles seraient en outre garantes de nouvelles opportunités économiques ainsi que d'un ensemble de bénéfices d'ordre écologique:

besides provision of food and generating income they [types of urban agriculture that have a multi-functional character] play a role in environmental management and provide other services demanded by urban citizens: decentralised composting and reuse of organic wastes and wastewater (including nutrients), urban greening and improvement of the urban climate (shade, O₂, dust reduction), landscape management (parks, buffer zones, flood or earthquake prone or ecologically valuable zones that should be kept free from construction), provision of opportunities for leisure and recreational activities, water storage etc. » (van Veenhuizen, 2006 : 11)

Aussi les initiatives d'agriculture urbaine se multiplient-elles, un nombre croissant de citoyens choisissant de mettre les mains à la terre en s'investissant dans un jardin

²⁷⁴ Tel que souligné en début de chapitre (cf. p. 148), les pratiques discutées ici se distinguent de l'agriculture de subsistance que nombre de citoyens et de ruraux pratiquent encore aujourd'hui en ce qu'elles se réclament ouvertement d'une relocalisation de l'alimentaire – c'est-à-dire que leur spécificité est d'appeler explicitement à la mise en place de mesures facilitant l'approvisionnement de proximité en prenant notamment appui sur le concept de « déserts alimentaires » en tant que zones urbaines peu ou mal desservies en aliments frais par les circuits de distribution traditionnels. C'est la logique qui préside par exemple au projet de l'arrondissement Ville-Marie, à Montréal, de se doter de triporteurs sillonnant les parcs pour rendre des produits régionaux frais (particulièrement des fruits et légumes) disponibles aux habitants des déserts alimentaires de la ville (Lortie, 2011c).

communautaire ou collectif des environs ou en aménageant des espaces cultivables sur leur propre balcon, leur toit ou leur cour arrière. D'autres encore décident de tenter l'aventure du poulailler urbain (Lortie, 2010) – aventure souvent illégale malgré que plusieurs villes (Vancouver, New York, Seattle, etc.) aient récemment décidé de changer leur réglementation à cet effet (Radio-Canada, 2010) – ou encore de suivre la tendance plus récente de l'apiculture urbaine²⁷⁵. Parallèlement, des disciplines telles que l'architecture et le design emboîtent le pas avec la création de technologies dédiées à faciliter la tâche des citoyens-éleveurs en herbe (Kanter, 2009) ou à favoriser la création de « fermes verticales » mieux adaptées au contexte urbain (Despommier, 2009). Et le mouvement s'accompagne d'une explosion du nombre de sites Internet, de livres, d'associations ou encore de cours dédiés à initier ces agriculteurs en herbe aux diverses facettes d'une agriculture urbaine présentée à la fois comme source d'aliments savoureux, mode d'engagement au monde de la production ou même en tant que mesure de sécurité en cas de catastrophe globale²⁷⁶.

Plusieurs pratiques convergent donc pour créer de nouveaux environnements de production alimentaire intégrés à l'écosystème urbain²⁷⁷ de façon à amener les citoyens-

²⁷⁵ Le *New York Magazine* publiait récemment un numéro spécial de six pages sur cette pratique qu'il qualifie de nouveau « fétiche » : « there's no doubt that beekeeping—made legal by the New York Board of Health in March—is becoming the DIY, back-to-the-land fetish of the hour. Here we examine all sides of the honey-making experience, illustrating the science of the hive, convening an expert honey-tasting panel, and talking to a few passionate harvesters who consider their bees no different from the family dog. » (2010 : sans pagination) Certains restaurants – par exemple celui du Château Frontenac à Québec (Gagnon-Paradis, 2010) – participent aussi de cette tendance, le miel urbain étant réputé plus savoureux encore que son équivalent rural en raison de la diète plus variée des abeilles urbaines (Waddington, 2005).

²⁷⁶ À l'instar d'autres pratiques d'alimentation locale et notamment de *Mettez le Québec dans votre assiette!*, l'agriculture urbaine joue donc à la fois sur les registres du plaisir foodie, d'une reconnexion aux environnements de production et d'une anxiété diffuse, cette dernière tendance étant notamment illustrée par la mode des « survival gardens » qu'un nombre grandissant d'États-Uniens aménagent sur leur propriété (souvent après avoir suivi des cours d'initiation au jardinage de survie) afin de calmer leur inquiétude face aux conséquences potentielles de la crise économique en cours, de la menace terroriste et de l'augmentation possible des cours du pétrole (*L'après-midi porte conseil*, 2010).

²⁷⁷ Cette intégration constituerait le trait distinctif de l'agriculture urbaine : « Having reviewed the literature, Mougeot (2000) concludes that the most important distinguishing character of urban agriculture is not so much its location - or any other of aforementioned criteria - but the fact that it is an integral part of the urban economic, social and ecological system: urban agriculture uses urban resources (land, labour, urban organic wastes, water), produces for urban citizens, is strongly influenced by urban conditions (policies, competition for land, urban markets and prices) and impacts the urban system (effects on urban food security and poverty, ecological and health impacts). » (van Veenhuizen, 2006 : 2)

mangeurs à s’y investir pour devenir artisans du terroir urbain. S’il est ici aussi question de re-spatialisation de l’alimentaire par la mise en visibilité de ses lieux d’origine, l’imaginaire spatial mis de l’avant dans/par ces pratiques n’en est pas moins très différent de celui promu dans/par les nombreuses pratiques d’alimentation locale qui, à l’instar de *Mettez le Québec dans votre assiette!*, invitent des mangeurs majoritairement urbains à apprécier les territoires (ruraux) plus ou moins distants qui les nourrissent. À les apprécier mais aussi, dans le cas de la campagne du MAPAQ, à en tirer une certaine fierté. Tel que souligné plus tôt, le terme « fierté » apparaît effectivement à plusieurs reprises dans la campagne, notamment dans les pages du mini-magazine dont l’éditorial souligne d’ailleurs d’entrée de jeu que « **lorsqu’on songe qu’un très grand nombre d’aliments qui se retrouvent sur notre table proviennent de chez nous, impossible de s’empêcher d’être rempli de fierté** » (Équipe de rédaction, 2008 : 4, accent original). Il s’inspire des propos de la chef québécoise réputée dont le mini-magazine fait un portrait de deux pages où trône en exergue une citation réaffirmant cette fierté ressentie par les mangeurs d’ici face aux produits québécois : « Quand on dit aux Québécois que les produits qui se retrouvent dans leur assiette viennent de chez eux, il y a une fierté qu’on peut lire dans leurs yeux. » (Murdock, 2008: 8). Finalement, l’idée est servie aux lecteurs en guise d’argument final en faveur du « manger québécois » :

Une fierté qui se cultive. Pour les Gagnon et les quelques milliers d’autres producteurs et transformateurs de chez nous, manger québécois n’est pas seulement une question d’ordre écologique et économique, c’est une question de fierté. Jour après jour, ces gens passionnés investissent tout leur savoir-faire et leur énergie pour nous permettre de savourer toute la diversité des produits alimentaires du Québec. (Brisebois, 2008 : 5)

Comme cet extrait le signale, c’est aussi de la fierté ressentie par les artisans s’investissant au quotidien dans la production d’aliments locaux dont il est question dans la

campagne²⁷⁸. Une fierté partagée, donc, qui participe à unir les mangeurs et les territoires qui les nourrissent dans un « nous » auquel le texte de l'une des publicités imprimées de 2008 se réfère explicitement: « Parce qu'ils regorgent de saveur et qu'ils reflètent notre savoir-faire, les aliments produits ou transformés ici font notre fierté. **Savourez-les au quotidien.** assiette.qc.ca » (Mettez le Québec dans votre assiette!, 2008b). C'est vers ce « nous » – la collectivité de laquelle les Québécois sont appelés à se sentir partie prenante par/dans *Mettez le Québec dans votre assiette!* – que j'entends maintenant me tourner dans une discussion des enjeux de citoyenneté qui s'y déploient.

²⁷⁸ Le slogan de la campagne télévisée de 2008 reflète bien cette fierté de produire : « Le Québec regorge d'aliments savoureux, fièrement produits ou transformés ici. Demandez-les, savourez-les. Mettez le Québec dans votre assiette. » (*Mettez le Québec dans votre assiette!*, 2008a)

Une nation définie par ses terroirs

*Quand je déguste un Pied-de-vent des Îles-de-la-Madeleine,
non seulement je mange un maudit bon fromage,
mais en plus, j'ai le visage de celui qui l'a fait en tête.
De sorte que j'ai littéralement l'impression de manger mon pays.*

Daniel Pinard, animateur de
l'émission télévisée *Du cœur au ventre* (SRC)

L'invitation lancée dans/par *Mettez le Québec dans votre assiette!* est, nous l'avons vu, hétérogène. Appel à contribuer au développement durable en tirant plaisir des saveurs locales, l'alimentation locale y est moyen de neutraliser l'anxiété générée par la globalisation de l'industrie alimentaire à travers la création de liens de confiance et la (re)connexion des mangeurs aux territoires ruraux qui les nourrissent. Or, plutôt que de considérer cette hétérogénéité comme simple juxtaposition d'arguments disparates en faveur de l'alimentation locale – « toutes les raisons [étant] bonnes pour choisir des aliments québécois » (*Mettez le Québec dans votre assiette!*, sans date-a: « Une source de prospérité ») –, je propose plutôt d'y voir le résultat d'un travail de réarticulation par lequel un ensemble d'investissements (éthiques, sensoriels et affectifs) sont mobilisées afin de donner forme à un alimentaire empreint de patriotisme.

Cette lecture de la campagne s'inspire²⁷⁹ de celle que Clive Barnett et al. (2005) font des pratiques de consommation éthique en tant que réarticulation, précisément, d'investissements (ils parlent plutôt de « dispositions ») qui président déjà aux choix des consommateurs au quotidien:

Rather than assuming that ethical consumption is a self-reflexively conscious practice set off against non-ethical consumption, we start by assuming that everyday consumption practices are always already shaped by and help

²⁷⁹ Mon analyse s'inspire aussi de celle que fait Sara Ahmed (2004) de la réponse états-unienne aux attaques du 11 septembre 2001 – sur laquelle je reviendrai sous peu – et à laquelle j'emprunte la notion de patriotisme en tant qu'amour et/ou fierté de la nation.

shape certain sorts of ethical dispositions. We propose that everyday consumption routines are *ordinarily ethical*.[...] Given this sense of the ordinarily ethical dimensions of shopping and other routine consumption practices, we conceptualise the emergence of ethical consumption as a field of marketing, campaigning, and policy-making by which the ordinary, practical moral dispositions of everyday consumption are re-articulated by policy-makers, campaigning organisations, and businesses. (28-29)²⁸⁰

Barnett et al. rejettent ainsi une conception informationnelle pourtant répandue aujourd'hui selon laquelle la consommation éthique se réduirait à transmettre à des sujets rationnels certaines connaissances quant aux effets de leurs pratiques de consommation de façon à ce qu'ils puissent s'y engager librement sur la base de dispositions éthiques déjà entièrement formées²⁸¹. La consommation éthique procède plutôt, selon eux, d'un travail de modulation par lequel les dispositions éthiques de sujets pensés comme consommateurs sont mobilisées et réalignées à la faveur d'un objectif de changement social²⁸² :

...ethical consumption practices do not simply aim to facilitate the practical realisation of already existing but somehow frustrated ethical commitments, but are part of broader projects which aim to transform self-understandings of wants, needs, desires, and satisfactions. The notion of articulation combines a sense of connecting consumption and ethics – of enabling oughts to be practically acted upon as cans – with a stronger sense of 'speaking' the ethical consumer, which emphasises the idea that ethical consumption does not simply bring to light already existing ethical dispositions, but it might well invent new ones. (32)

²⁸⁰ Cette façon de poser les choix quotidiens comme toujours déjà éthiques n'est pas sans rappeler le lien entre le rapport à soi et la citoyenneté discuté au chapitre de problématisation (cf. p.16-20), c'est-à-dire l'idée voulant que chacune des pratiques des citoyens du libéralisme avancé soit comprise comme révélation d'une vérité sur soi par laquelle s'instaure un certain rapport éthique à soi-même.

²⁸¹ Notons qu'ils associent à cette conception une théorie conséquentialiste de l'éthique (*consequentialist theory of ethics*) qui semble aussi guider nombre de discours de re-spatialisation de l'alimentation locale: « 'Space hides consequences' thereby becomes the basic premise of a model of critical analysis [inspired by a consequentialist theory of ethics] in which reconnecting the separated moments of production, distribution and consumption is meant to restore to view a previously hidden chain of commitments and responsibilities. » (2005 : 24)

²⁸² Cet alignement des pratiques de consommation éthique à l'intérieur de mouvements collectifs et organisés en vue de mener à bien certains objectifs sociaux leur donne, selon ces auteurs, un caractère éminemment politique – caractère d'ailleurs parfois explicitement revendiqué (2005 : 40).

C'est un réalignement similaire bien que plus extensif qui m'apparaît s'opérer dans/par *Mettez le Québec dans votre assiette!*. Similaire puisqu'il s'agit ici aussi de redéployer un ensemble d'investissements autour d'une nouvelle obligation éthique et politique (« manger québécois » comme contribution à un objectif de développement durable) au moment même où apparaissent certains moyens concrets de remplir cette obligation (le repérage des logos d'Aliments du Québec, notamment). En ce sens, la campagne peut, à l'instar d'autres pratiques d'alimentation locale, être pensée comme participant d'une réarticulation de l'alimentaire en tant que pratique permettant la réalisation d'obligations envers des autres à la fois spatialement et temporellement distants (Vigneault, 2009). Les références explicites aux bénéfices économiques, écologiques et sociaux attendus de l'alimentation locale discutées en début de chapitre (cf p.142-150) viennent effectivement cadrer celle-ci comme partie prenante d'un développement durable devant permettre à tous les habitants actuels mais aussi futurs de la planète de répondre à leurs besoins. « Manger québécois » peut alors être conçu comme l'une des pratiques par/dans lesquelles se déploie une citoyenneté post-cosmopolitique (*post-cosmopolitan citizenship*)²⁸³ entendue comme ensemble d'obligations non-réciproques et unilatérales émergeant des relations matérielles constitutives de la globalisation et de leurs effets plus ou moins distants spatialement et temporellement :

Post-cosmopolitanism, in contrast [to cosmopolitanism], offers a thickly material account of the ties that bind, created not by mental activity, but by the material production and reproduction of daily life in an unequal and asymmetrically globalizing world. In this conception, the political space of obligation is not fixed as taking the form of the state, or the nation, or the European Union, or the globe, but is rather “produced” by the activities of individuals and groups with the capacity to spread and impose themselves in geographical, diachronic, and [...] ecological space. (Dobson, 2003: 30)

²⁸³J'utilise ici le concept de citoyenneté post-cosmopolitique pour mettre en évidence la diversité des enjeux (économiques, écologiques et sociaux) qui traversent l'alimentation locale mais l'argument pourrait tout aussi bien, il me semble, s'appuyer sur les concepts plus étroits de citoyenneté écologique (Dobson, 2003; Latta, 2008) ou durable (Bullen & Whitehead, 2005).

Or, *Mettez le Québec dans votre assiette!* ne se réduit pas, comme nous l'avons vu, à une série d'arguments explicites en faveur du développement durable. Plutôt, la campagne semble opérer une réarticulation plus large par laquelle un ensemble d'investissements éthiques (ce souci d'autres à la fois spatialement et temporellement distants) mais aussi sensoriels et affectifs (l'expérience des plaisirs de la table, l'anxiété générée par la globalisation de l'industrie alimentaire) viennent converger pour faire du « manger québécois » un acte patriotique générateur de confiance et de fierté²⁸⁴.

Car, contrairement aux pratiques de consommation éthique, la campagne s'adresse à des consommateurs qui sont aussi citoyens-mangeurs. En témoigne, tel que discuté plus tôt (cf. p.162), la priorité accordée au critère du plaisir supposé être tiré de l'insertion de produits du Québec dans les assiettes – une priorité qui fait de *Mettez le Québec dans votre assiette!* un appel à « manger québécois » d'abord, mais étant entendu qu'il s'ensuivra un effet positif sur l'achat et, donc, sur la production locale. À l'instar de *Slow Food* (cf. p.159-160) mais aussi d'autres pratiques d'alimentation locale²⁸⁵, la campagne du MAPAQ vient mobiliser les sens des mangeurs mais pour les « rééduquer » de façon à ce que les produits issus des terroirs québécois, quels qu'ils soient, deviennent source de plaisir. De fait, le réaligement des investissements sensoriels des mangeurs (ou la création de nouveaux investissements) qu'elle opère ne s'organise pas autour de critères de distinction « à la *Slow Food* » (ancrage historique de la production, méthodes utilisées, etc.) ou même

²⁸⁴ La campagne rejoindrait ainsi plusieurs autres projets de « reconnection » au monde de la production mobilisant eux aussi un ensemble de désirs/plaisirs, de craintes et de considérations éthiques : « Much of the impetus for re-connection comes from urban consumers motivated by a whole range of desires (for fresh, healthy, wholesome food), anxieties (about food origins and the conditions of its production) and care (for health of self and others, for local environments and economies) (Kneafsey et al., 2008). » (Kneafsey, 2010 : 184)

²⁸⁵ Je pense par exemple à Équiterre, dont les actions en faveur d'une souveraineté alimentaire québécoise reposent sur une notion de « citoyens-mangeurs » mise de l'avant notamment à l'intérieur d'un *Manifeste du citoyen-mangeur du Québec* signé par près de 5000 citoyens et remis à la CAAAQ (Équiterre, 2007). Les appels au soutien du public lancés par l'organisme focalisent eux aussi sur le statut de mangeurs de leurs destinataires, tel que le montrent les dernières lignes d'un courriel envoyé par l'organisme en juin 2010 : « Manger fait partie de ces gestes fondamentaux que nous posons quotidiennement, qui ont un impact énorme sur les communautés rurales, l'économie, la santé et l'environnemental. À nous d'en faire un véritable outil de changement, pour un monde plus écologique, équitable et solidaire! » (2010e : sans pagination) La notion de citoyens-mangeurs me semble également bien décrire les sujets

« à la Jamie Oliver » (tel que discuté au chapitre précédent) mais sur la base de la seule distinction entre produit d'origine québécoise et produit étranger. Répond donc également et indistinctement à ce critère n'importe lequel des produits listés sur le site d'Aliments du Québec, que ce soit des pommes de terre du Québec, les *Biscuits Tendres Brownies* du Groupe Biscuits Leclerc ou encore une portion de *Foie gras de canard cuit au torchon* produit par la Ferme l'Oie d'Or. La gamme des plaisirs permis et encouragés semble en ce sens assez large pour que chaque mangeur puisse y trouver son compte.

D'ailleurs l'engagement explicitement suggéré en différents endroits s'avère somme toute modeste. La capsule vidéo d'accueil au site de la campagne appelle à faire « un petit geste d'une grande portée pour le Québec » (*Mettez le Québec dans votre assiette!*, sans date-f : « Accueil ») en remplaçant annuellement pour 30 dollars de produits venus de l'étranger par des produits québécois²⁸⁶, un objectif auquel les visiteurs du site peuvent formellement adhérer en s'identifiant à l'une des figures de la ribambelle ou chaîne d'engagement virtuelle créée à cette fin. Est ainsi rendue manifeste une logique de petits gestes individuels (devant mener par effet cumulatif à d'importants bénéfices pour la collectivité) très similaire à celle qui se déploie dans/par les discours environnementaux tels que les appels au recyclage et à l'économie d'énergie. Or, tel que discuté précédemment (cf. p. 186), la logique en question se redouble d'une dynamique affective par laquelle les différentes pratiques suggérées (manger pour 30 dollars de plus de produits québécois par année, recycler et/ou composter minutieusement, etc.) se posent comme autant de modes de gestion de l'anxiété. Le fait de mettre quelques produits québécois au menu se présente ainsi comme plaisir moral démontrant un engagement en faveur du développement durable mais permettant aussi, simultanément, de contenir une anxiété née à la fois des menaces à la sécurité et à la salubrité alimentaires posées par la globalisation de l'industrie et des

auxquels s'adresse *Mettez le Québec dans votre assiette!* en tant qu'elle met l'accent sur le « manger québécois » comme acte patriotique, comme nous le verrons sous peu.

²⁸⁶ Le même chiffre est avancé par le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation lors du lancement de chacune des campagnes annuelles (MAPAQ, 2008c; La Presse Canadienne, 2009).

discours de crise écologiques et économiques ambiants²⁸⁷. Aussi *Mettez le Québec dans votre assiette!* mobilise-t-elle et vient-elle faire converger différents investissements sensoriels, éthiques mais aussi affectifs qui pourraient se voir déployés – et qui le sont effectivement souvent – de façon toute autre. L’anxiété ressentie par les consommateurs²⁸⁸ devant la menace diffuse que la structure actuelle de l’industrie alimentaire ferait peser sur leurs épaules a, par exemple, été captée par les grands joueurs de cette même industrie, plusieurs d’entre eux capitalisant sur la situation par des pratiques d’étiquetage et/ou de promotion se voulant rassurantes (Blay-Palmer & Donald, 2007). Et j’ai déjà souligné la redéfinition sensiblement différente du plaisir de manger qu’opère *Slow Food* de même que le réaligement des investissements éthiques des mangeurs sur une conception post-cosmopolitique de la citoyenneté auxquels procèdent certaines pratiques d’alimentation locale.

Or, *Mettez le Québec dans votre assiette!* se distingue de ces dernières par l’effectivité propre de l’agencement spécifique (d’investissements sensoriels, éthiques et affectifs) qu’elle propose, un agencement par lequel l’alimentation locale devient avant tout affaire de patriotisme. Le souci d’autres spatialement et temporellement distants s’y voit effectivement recentré sur une nation pensée comme espace de confiance mais aussi source de fierté (cf. p. 196) et ce, au moment même où le souci éthique et l’anxiété des mangeurs se trouvent recodés par/dans le « manger québécois » en affirmation positive de cette fierté nationale. Il s’agit d’un réaligement par lequel l’inquiétude soulevée par les « autres »

²⁸⁷Plutôt que de prendre appui sur la dichotomie stricte entre citoyens-consommateurs « souverains » (i.e. compétents et exigeants) et consommateurs « dupes » (i.e. anxieux et manipulables) que supposent plusieurs discussions contemporaines du consommateur (Kneasfey et al, 2008 : 11), *Mettez le Québec dans votre assiette!* me semble donc témoigner du processus de co-constitution du citoyen « bionique » et du citoyen névrosé décrit par Isin : « The phantasy of bionic citizen may well have given birth to the neurotic citizen. The subject of liberalism and neoliberalism with its competence, rationality, and capacities for calculation achieving a sufficient and coherent conduct may well have overdetermined such capacities neuroticized itself. [...] The bionic citizen and the neurotic citizen are not mutually exclusive, independent subjects but produce each other. The neurotic citizen is not a passive, cynical subject but an active subject whose libidinal energies are channelled toward managing its anxieties and insecurities.» (2004 : 232).

²⁸⁸Consommateurs puisque c’est sur l’acte d’achat que semblent se canaliser les inquiétudes liées à la sécurité et à la salubrité alimentaires. La notion de plaisir se voit, elle, surtout mobilisée en lien avec le manger local – les

auxquels les mangeurs sont liés éthiquement et concrètement se convertit en amour du « même » que représente la nation – un mouvement comparable à celui que Sara Amhed observe en regard à la réponse états-unienne aux attaques du 11 septembre 2001:

Now what is crucial here is not just that this alignment [whereby individuals aligned themselves with the nation as being under attack] might restrict the mobility of individuals who now feel themselves, in a way that is personal, to be terrorist targets. Rather, given the mediating work of this alignment, experiences of fear became lived as patriotic declarations of love, *which allowed the home to be mobilised as a defence against terror*. If subjects stayed at home, then homes became transformed into the symbolic space of the nation through the widespread use of American flags. [...] The flag as a sign that has historically signified territorial conquest as well as love for the nation (patriotism) has effects, the repetition of the flag sign displays a sense of ‘with-ness’ and ‘for-ness’.(2004 : 74)

C’est en « mangeant québécois » plutôt qu’en s’armant de drapeaux que les Québécois sont invités dans/par *Mettez le Québec dans votre assiette!* à transformer leur anxiété et leur souci des autres en amour de la nation (patriotisme) – une injonction que signale d’ailleurs assez bien le double sens de l’expression « manger québécois » (manger à la québécoise et manger des produits québécois), utilisée à maintes reprises dans les pages du mini-magazine.

Malgré la priorité donnée à la nation, il ne s’agit pas pour autant d’un rejet complet de l’espace d’obligation étendue de la citoyenneté post-cosmopolitique. La campagne se déploie sur le long terme, notamment par le rôle qu’y jouent des menaces à la sécurité et à la salubrité alimentaires encore à venir et par la place qu’y occupent les références au développement durable. Et comme le signale un logo fait d’une carte du monde centrée sur un Québec découpé en régions, la nation qu’elle invite à mettre dans les assiettes participe de dynamiques globales (globalisation de l’industrie alimentaire, problèmes écologiques

nombreuses références au plaisir que procure l’expérience des marchés publics à ceux qui y déambulent faisant figure d’exception.

transnationaux, etc.) mais aussi régionales²⁸⁹. Or l'omniprésence des logos d'Aliments du Québec et de cartes de la province dans/par *Mettez le Québec dans votre assiette!* indique bien que c'est une nation québécoise comprise comme territoire et rendue visible par le biais de terroirs régionaux que la campagne met de l'avant et contribue à créer. Aussi l'article du mini-magazine offrant un survol des régions québécoises à partir de leurs terroirs respectifs précise-t-il que les aliments en question « viennent chacun à leur façon nous raconter l'histoire d'un pays gourmand, soucieux de sa terre et de son patrimoine. » (2008 : 14). Même lien entre produits locaux, nation et territoire dans le mémoire présenté par Aliments du Québec dans le cadre des travaux de la CAAAQ, l'organisme s'y présentant en tant que « projet porteur de l'identité territoriale » (2007 : 10) du fait qu'il certifie des « produits du territoire » (2007 : 10) favorisant une « économie [du] territoire » (2007 : 10)²⁹⁰.

Mangeurs et producteurs sont donc invités à se reconnaître et se reconnecter dans le rapport à des environnements informés par des facteurs à la fois biophysiques et humains (les terroirs) afin de former un « nous » qui traverse d'ailleurs littéralement la campagne²⁹¹. Aussi cette dernière se distingue-t-elle de tout un ensemble de pratiques cherchant à définir la nation par le biais de traditions culinaires qui lui seraient propres et par lesquelles ses membres se verraient liés les uns aux autres : appel à élire un « plat national » pour le Québec (Deglise, 2007b), efforts du Mexique et de la France pour faire inscrire leurs arts culinaires respectifs à la liste du patrimoine mondial de l'humanité de l'UNESCO (Lefigaro.fr, 2008), etc. Par/dans de telles pratiques, certains produits ou procédés

²⁸⁹ Cette sensibilité aux enjeux régionaux est d'ailleurs rendue manifeste par l'octroi dans le cadre de la campagne d'un budget réservé à chacune des régions administratives de la province en vue de la réalisation de projets locaux en partenariat avec des acteurs de l'industrie présents sur les territoires concernés.

²⁹⁰ Le lien dont je parle ici ressort particulièrement bien de propos en faveur de l'alimentation locale publiés récemment dans les pages d'un quotidien de la province: « Lors d'une conférence, Daniel Pinard [animateur d'émissions culinaires bien connu] faisait part que, lorsqu'il visite une grande chaîne d'alimentation, il se sent dépossédé de son territoire, car il ne reconnaît plus aucun produit qui vient de chez nous. La dépossession dont parle Pinard est directement reliée à l'agriculture qui ne nourrit plus. [...] Au Marché de solidarité régionale des AmiEs de la terre de l'Estrie, le plus gros changement que nous ayons remarqué, c'est la fierté: celle des producteurs et celle des adhérents au marché, qui peuvent dire à leurs convives que ce qu'ils ont sur leur table provient de la région. » (Nault, 2008 : 10)

alimentaires bien précis se voient positionnés comme objets de fierté nationale et parties prenantes d'un patrimoine dont il s'agit d'assurer la préservation au fil des générations. *Mettez le Québec dans votre assiette!*, par contraste et tel que discuté précédemment, ne fait pas la promotion de certains produits supposés typiquement québécois par leur ancrage historique ou en raison des valeurs communes qui s'y condenseraient. Y est plutôt considéré comme québécois tout produit issu d'un terroir situé à l'intérieur des limites géographiques officielles de la province²⁹² – les terroirs (nouveaux et anciens) eux-mêmes faisant ici office de patrimoine à transmettre. Dès lors qu'ils ont été produits sur le territoire de la province, la canneberge et la coriandre, les fèves au lard et le couscous sont tous également québécois (Jousset, 2008 : 10). La campagne célèbre d'ailleurs explicitement cette diversité. Le site Internet de même que le mini-magazine présentent quatre légumes « exotiques » cultivés ici et témoignant de la tendance à ce que « [d]e plus en plus de légumes originaires des quatre coins du monde [soient] cultivés au Québec et se retrouvent sur les étals de nos marchands » (Sirois, 2008 : 11). Plus largement, c'est la capacité du « manger québécois » à s'hybrider et à se renouveler au fil des époques – un écho aux appels à réinventer le terroir soulignés plus tôt (cf p.157) – qui s'y voit mise de l'avant :

La cuisine d'ici est un heureux mélange de multiples traditions culinaires. Elle ne cesse d'évoluer suivant les époques et les différentes vagues d'immigration. Amérindiens, Britanniques, Irlandais, Français, Italiens, Maghrébins, Africains, Indiens et Chinois nous ont tour à tour fait découvrir de nouvelles saveurs, qui font maintenant partie de notre gastronomie! (*Mettez le Québec dans votre assiette!*, sans date-g: « Un monde de saveurs »)²⁹³

²⁹¹ Et ce, malgré le « vous » implicite à son slogan. J'ai déjà donné l'exemple des publicités imprimées de 2008 (cf. p. 197) mais le « nous » prédomine aussi sur le site Internet et dans les pages du mini-magazine.

²⁹² La campagne prend effectivement appui sur la carte politique officielle du Québec, le territoire de la nation coïncidant exactement avec celui de la province. Par ailleurs, cette conception étatique se voit renforcée par les références, notamment dans les pages du mini-magazine, à l'action législative du gouvernement en matière de qualité, d'innocuité et de salubrité alimentaires.

²⁹³ On peut remarquer que cette énumération – qui semble convoquer l'idéal du multiculturalisme canadien – a pour effet de mettre sur le même pied les « apports » des Amérindiens, des premiers colons et des vagues d'immigration subséquentes.

Depuis l'arrivée des premiers colons, les traditions culinaires du Québec n'ont cessé d'évoluer au rythme des vagues d'immigration successives. Cette cuisine «en mouvement» donne aux plats québécois une saveur unique. Telle une recette aux mille épices, les couleurs de la cuisine québécoise sont à l'image de son caractère multiculturel. [...] Dorénavant, la cuisine québécoise a mille visages. Au fil du temps, une multitude d'ingrédients, de saveurs et de parfums venus des quatre coins du monde se sont greffés à notre gastronomie. C'est ce qui confère à la cuisine québécoise son caractère unique, et c'est la raison pour laquelle celle-ci se renouvelle sans cesse, pour le plaisir de nos papilles... (Jousset, 2008 : 10)

Cette image d'un « manger québécois » se renouvelant « au rythme des vagues d'immigration successives » plutôt que de s'identifier aux traditions des premiers colons – c'est-à-dire d'un « nous » multiculturel et inclusif – semble d'autant plus intéressante que la campagne a été lancée en période de questionnement particulièrement intense des menaces que l'immigration ferait planer sur l'« identité québécoise ». L'année 2007 a effectivement été marquée par la création de la *Commission de consultation sur les pratiques d'accommodement reliées aux différences culturelles* (www.accommodements.qc.ca) en tant que réponse du gouvernement québécois à la controverse suscitée par une série de demandes d'« accommodements raisonnables » en provenance de groupes ethniques ou religieux de la province²⁹⁴. Fortement médiatisés, ces incidents ont soulevé la colère d'une partie de population et ramené le thème de l'identité québécoise sur le devant de la scène politique²⁹⁵. L'Action Démocratique du Québec a d'ailleurs su capitaliser sur cet enjeu dès

²⁹⁴ « [L]issue de la jurisprudence associée au monde du travail, [la notion d'accommodement raisonnable] désigne une forme d'arrangement ou d'assouplissement visant à combattre la discrimination qu'une norme apparemment neutre peut entraîner dans ses effets (en général, porter atteinte au droit à l'égalité d'un citoyen). Dans la langue courante, le sens du concept a débordé cette définition juridique et il en est venu à recouvrir toutes les formes d'arrangements consentis par les gestionnaires des institutions publiques ou privées à des élèves, des patients, des clients, des employés, etc. » (Commission de consultation sur les pratiques d'accommodement reliées aux différences culturelles, 2007 : V). L'installation par un YMCA de Montréal, à la demande d'une communauté juive orthodoxe voisine, de vitres givrées dans une salle d'exercices donnant sur la rue (Radio-Canada, 2006) de même que la décision de propriétaires de cabanes à sucre de retirer le jambon de leur soupe au pois (Nadeau, 2007) ou encore de libérer une salle pour permettre aux clients musulmans de faire leur prière (Roy, 2007) font partie des arrangements en question.

²⁹⁵ L'adoption en janvier 2007 par la municipalité québécoise d'Hérouxville de « normes de vie » – l'interdiction de lapider les femmes, par exemple, ou encore le droit des écoles à se doter de décorations et de sapins de Noël (Municipalité d'Hérouxville, 2007) – auxquelles auraient à se plier d'éventuels immigrants a notamment suscité une

le déclenchement des élections provinciales de 2007 en inscrivant la défense de « l'identité québécoise » au cœur de son programme :

Chose certaine, il est hors de question pour l'ADQ de cacher un volet important de son programme politique concernant l'identité québécoise. L'ADQ propose de doter le Québec d'une constitution afin de renforcer les valeurs communes déjà existantes (égalité des sexes, démocratie, justice et solidarité)[,] d'améliorer l'enseignement de l'histoire ainsi que de bonifier les programmes d'intégration des nouveaux arrivants, notamment en mettant l'accent sur la francisation. (Lévesque, 2007 : sans pagination)

Quelques mois plus tard, c'était au tour de la toute nouvelle chef du Parti Québécois d'entrer dans le débat identitaire en appelant à la réhabilitation d'un discours du « nous » québécois²⁹⁶:

Depuis une dizaine d'années, nous avons été saisis d'une espèce de mauvaise conscience qui nous a empêchés de dire « nous ». Comme si le « nous » était un mot tabou. Comme si le prononcer ou poser des gestes pour défendre notre identité était synonyme de racisme et d'intolérance. » (citée dans Pratte, 2007 : sans pagination)

Les précisions de la chef quant au caractère pluraliste et inclusif de son « nous » n'ont pas suffi à lui éviter les critiques de nombreux commentateurs y voyant plutôt une référence aux seuls Québécois francophones (Pratte, 2007; *The Gazette*, 2007; Johnson,

vive controverse, attirant même l'attention de médias d'un peu partout à travers le monde (Turlin, 2007; Demetz, 2007; Austen, 2007).

²⁹⁶ Réhabilitation puisque, comme le soulignent la plupart des articles traitant de l'intervention de la chef du Parti québécois (Pratte, 2007; *The Gazette*, 2007), le terme était tombé en disgrâce à la suite des commentaires tenus par Jacques Parizeau le soir du référendum de 1995 : « Mr. Parizeau delivered the language of "nous" a memorable setback on the night of the closely run 1995 referendum, when he declared before the world : "It's true that we were beaten - by what ? By money and ethnic votes, essentially." He did not then speak as the premier of all Quebecers, or even as a Quebecer. Instead, he was the militant leader of Quebecers who spoke French, promising that, next time, this nous would be victorious : "We are - look, enough of talking about 'the francophones of Quebec,' do you hear ? We will speak of nous. By 60 per cent, we [nous] voted yes. We [nous] fought. We [nous] fought and, nous, we succeeded in showing clearly what we [nous] wanted." That was too much of nous to stomach, and the word went out of style. But now it's making a comeback, as Ms. Marois made clear. She explained the party's defeat in March by the fact that the PQ had ceased to talk about the French identity. » (Johnson, 2007 : sans pagination)

2007) – c’est-à-dire à une nation québécoise définie d’abord en termes linguistiques et de laquelle se verraient de fait exclus anglophones et allophones de la province²⁹⁷.

Par contraste, *Mettez le Québec dans votre assiette!* propose un « nous » d’abord axé sur le territoire, escamotant de ce fait les critères d’appartenance linguistique et ethnique. La campagne semble bien s’adresser en priorité à une majorité francophone faite de Québécois dits « de souche », considérant que la forte prédominance du français dans son matériel promotionnel (seulement deux publicités radiophoniques en anglais ont été diffusées chaque année) ainsi que les références à l’« exotisme » de légumes tels que le panais, l’endive, la bette à cadre et le chou nappa de même qu’aux vagues d’immigration comme autant d’apports extérieurs à « notre » cuisine. Ce n’est toutefois pas dans le partage d’une langue, d’une origine ethnique ou même de valeurs communes que mangeurs et producteurs sont appelés à se reconnaître mais bien dans un « manger québécois » synonyme de reconnexion à des territoires nourriciers calqués sur les régions administratives du Québec²⁹⁸. L’invitation a l’avantage d’être explicitement inclusive, s’adressant également à tous les artisans des terroirs québécois – quelles que soient leurs caractéristiques linguistiques, ethniques ou leurs modes de production²⁹⁹ – et à tous les

²⁹⁷ Il s’agit du « nous » historiquement porté par le projet souverainiste québécois, projet auquel le Parti Québécois est intimement associé et qui se voit réactualisé par l’appel au patriotisme (alimentaire) et à la fierté nationale se déployant dans/par *Mettez le Québec dans votre assiette!*. Les critiques formulées à l’endroit du gouvernement du Québec pour avoir octroyé le contrat de cette campagne publicitaire à une firme dont le siège social est en Ontario (Robillard, 2008) signale bien, il me semble, que l’invitation au patriotisme lancée par cette dernière fait directement écho à la question plus large des relations entre le Québec et les autres provinces canadiennes.

²⁹⁸ Des territoires régionaux présentés comme autant d’espaces homogènes en eux-mêmes, avec pour effet de gommer (tel que discuté précédemment) le clivage qui sépare les consommateurs des villes des producteurs ruraux, de leurs régions mais aussi de taire les différentes dynamiques internes propres aux régions en question (présence d’activités et d’industries non-agricoles, compétition intra-régionale entre producteurs, types de production en présence, particularités biophysiques de certaines parties du territoire régional, importants mouvements de main-d’œuvre migrante au temps des récoltes, etc.).

²⁹⁹ *Mettez le Québec dans votre assiette!* se limite effectivement à parler de « nos producteurs et de nos transformateurs » sans plus de distinctions. Les références aux difficultés rencontrées par les jeunes générations pour se tailler une place dans le domaine et/ou à l’apport de certains immigrants dans la revitalisation de l’agriculture québécoise sont pourtant fréquentes ailleurs – des travaux de la CAAQ (2008) aux émissions télévisées telles que *La Semaine Verte* (SRC). Le plus souvent, le choix d’œuvrer dans le domaine agricole malgré les difficultés impliquées est présenté comme une forme d’engagement social, un engagement qui devient dans le cas des immigrants la « preuve » d’une « bonne » intégration à leur pays d’accueil (je remercie Émilie Pelletier de m’avoir fait part de cette observation).

mangeurs de la province. Et puisque tous les sujets doivent effectivement manger, il leur suffirait de mettre une quantité relativement restreinte d'aliments du Québec à leur menu pour se qualifier à titre de « fiers mangeurs québécois ». Dans les faits, bien sûr, même un objectif aussi limité peut s'avérer difficile à atteindre pour plusieurs mangeurs (en supposant qu'ils veuillent répondre à l'appel lancé par la campagne, ce qui ne va pas de soi).

L'accessibilité physique, d'abord, n'est pas la même pour tous : si le gouvernement du Québec fait bien certains efforts afin de favoriser l'accessibilité des produits québécois aux tablettes des grandes chaînes d'épiceries (cf p. 165), ces initiatives risquent peu de profiter aux habitants des secteurs (urbains ou ruraux) qualifiés de « déserts alimentaires » puisque les épiceries y sont souvent carrément absentes. Les marchés publics et les programmes d'agriculture soutenue par la communauté ont quant à eux tendance à bouder les « déserts alimentaires » pour se concentrer dans les secteurs urbains relativement nantis et majoritairement blancs (Guthman, 2008). Certains auteurs soulignent par ailleurs l'existence d'inégalités dans la distribution des ressources socioculturelles et économiques requises pour s'engager dans les pratiques se réclamant explicitement de l'alimentation locale et, plus généralement, à l'intérieur de systèmes alimentaires alternatifs (Laudan, 2004; Slocum, 2006). Le constat est le même que celui que dressent Barnett et al. (2005) en regard, plus largement, de la consommation éthique:

in so far as ethical consumption involves an explicit marking of commitments, then governing the consuming self depends on various sorts of performative practice associated with being an ethical consumer (eg shopping, giving, wearing, eating, drinking, displaying, protesting). The socio-cultural and economic resources necessary to engage in these sorts of practices are, one can also reasonably suppose, unevenly distributed across lines of class, gender, race and ethnicity. Thus, both the material and socio-cultural resources required for engaging in self-consciously ethical consumption are differentially available. (41)

Si certains mangeurs ne possèdent effectivement pas les ressources matérielles et socio-culturelles requises pour privilégier le local, pour les autres, par contre, chaque visite à

l'épicerie ou au marché public du coin devient propice à l'expression d'un patriotisme ancré dans le territoire québécois, un patriotisme empreint à la fois d'un souci pour les générations à venir et de plaisirs bien immédiats.



Mettez le Québec dans votre assiette! vient, comme on l'a vu, réactualiser une citoyenneté post-cosmopolitique porteuse d'obligations envers des autres spatialement et temporellement distants mais en la recentrant sur la nation. Le souci des générations à venir ne disparaît pas pour autant; la campagne exemplifie un ensemble de discours et de pratiques qui participent aujourd'hui à faire de la transmission de terroirs compris comme autant d'environnements uniques un enjeu de justice intergénérationnelle (Vigneault, 2009). C'est-à-dire qu'il est du devoir des citoyens-mangeurs actuels de privilégier le manger local en tant qu'il assure la création et la préservation des ressources économiques, écologiques et sociales nécessaires à ce que les générations futures puissent répondre à leurs propres besoins.

Or ces mêmes discours et pratiques opèrent un réalignement par lequel cette obligation se subsume à une conception éminemment patriotique du manger local³⁰⁰. Celui-ci devient, comme nous l'avons vu, lieu de plaisirs et expression de fierté envers une nation pensée comme espace de confiance et comme territoire nourricier. Les modes de mise en visibilité du local (rencontre avec les producteurs et labels de provenance) sont en effet créateurs de confiance, confiance en un local posé comme bon « en soi » qui est informée par (et informe en retour) l'anxiété générée par les discours de crise de sécurité et de salubrité alimentaires mettant la globalisation de cette industrie en cause. Parallèlement, le manger local est posé comme mode de (re)connexion des citoyens-mangeurs aux terroirs

³⁰⁰ Encore une fois, il s'agit d'une régularité dans l'ensemble de discours singuliers que le présent chapitre tente d'exemplifier et non d'un trait commun à tous les discours d'alimentation locale, sans distinction. Certains de ceux-ci se déploient uniquement sur le mode du développement durable et de la citoyenneté post-cosmopolitique.

qui les nourrissent³⁰¹, reconnexion qui se joue sur le mode de la fierté partagée. Et c'est précisément de cette fierté – commune aux artisans des terroirs ruraux et aux citoyens-mangeurs des villes – que naît un « nous » rendu visible par ses terroirs et pensé comme territoire. Le réaligement d'investissements éthiques, sensoriels et affectifs qui s'opère par/dans les pratiques participant de la ligne de force examinée dans les pages qui précèdent a ainsi pour effet de recoder le plaisir de manger local en geste de citoyenneté post-cosmopolitique et nationale, comme expression d'une fierté incorporée participant à produire une nation unie dans/par ses terroirs plutôt que marquée par des lignes de partage linguistiques, ethniques ou par une fracture stricte entre le rural et l'urbain.

³⁰¹ Citoyenneté et reconnexion aux terroirs s'articulent de façon similaire à l'intérieur de programmes explicites d'éducation à la citoyenneté tel que *Je cultive ma citoyenneté*, lancé par Centre de développement pour l'exercice de la citoyenneté en partenariat avec l'Union des producteurs agricoles, le Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec et la Fédération de l'UPA de la Beauce. La présentation du programme disponible sur son site Web précise ainsi que: « La très grande majorité - plus de 80 % - des citoyens du Québec vivent en région urbaine. Nous sommes donc peu, ou pas du tout, en contact avec l'agriculture et les agriculteurs. Et nous ne connaissons, pour ainsi dire, pas cette activité essentielle qui consiste à « nourrir le monde ». Je cultive ma citoyenneté veut donc vous faire connaître celles et ceux qui travaillent en agriculture et qui la pratiquent avec talent et passion. *Je cultive ma citoyenneté* vous ouvre les portes de cet univers fascinant qu'est l'agriculture québécoise en mettant le cap sur des sujets hyper actuels : consommation responsable, environnement et mondialisation. *Je cultive ma citoyenneté*, c'est aussi - et c'est en plus! - un programme dynamique d'éducation à la citoyenneté » (*Je cultive ma citoyenneté*, sans date : « Je cultive ma citoyenneté c'est... »)

Le manifeste des mangeurs

« *Eat food. Mostly Plants. Not too much.* ». Un crédo de sept mots qui condense à lui seul l'essentiel du programme que Michael Pollan sert depuis quelques années à ses nombreux lecteurs. Nombreux puisque le professeur de journalisme à Berkeley s'est acquis le double statut d'intellectuel public et de célébrité littéraire (Lavin, 2009) grâce au succès retentissant rencontré par *The Omnivore Dilemma : A Natural History of Four Meals* (2006)³⁰². Inspiré d'une première incursion dans le monde de l'alimentaire publiée dans les pages du *New York Times Magazine* quelques années plus tôt (2002), l'auteur y dévoilait les dessous sombres du système alimentaire états-unien par le biais d'un travail d'enquête journalistique traçant le portrait de quatre filières d'approvisionnement : la grande industrie, le biologique, le local et la chasse/cueillette. Mais si l'exercice a permis à Pollan d'éveiller un large public à ce qu'il qualifie de « trouble alimentaire national », il laissait largement sur leur faim les lecteurs soucieux de savoir quoi, dans les circonstances, mettre à leur menu. D'où la publication d'un long essai (Pollan, 2007) présentant le nouveau crédo du journaliste-vedette et annonçant les grandes lignes d'un programme qui allait être formellement mis de l'avant un an plus tard par le biais d'un « manifeste du mangeur » (2008a). Pollan y propose un argumentaire organisé autour du crédo de l'auteur, trois courtes règles déclinées tour à tour en une série de « politiques personnelles » (idem: 143) du quoi et du comment manger. À la base, un constat : le paysage alimentaire est aujourd'hui peuplé d'une multiplicité de « substances pseudo-alimentaires mangeables » (*edible foodlike substance*) hautement transformées qui posent une menace directe à la survie d'une « vraie » nourriture faite d'aliments non ou peu transformés – d'où la nécessité de reconnaître et de défendre cette nourriture dont témoignent à la fois le titre du manifeste (*In Defense of Food. An Eater's Manifesto*) et la première règle du crédo qu'il défend (« *Eat food* »). S'ensuit une série de directives sur un quoi manger (« *Mostly plants*») défini essentiellement en termes de retour à une diète (nationale) traditionnelle, variée et près de

³⁰² Objet d'une importante attention médiatique, l'ouvrage s'est mérité plusieurs prix prestigieux (*California Book Award, Northern California Book Award, James Beard Award for best food writing*) en plus d'être retenu par le *New York Times* et le *Washington Post* comme l'un des dix meilleurs livres de l'année 2006 (Camas, sans date). Il a en outre été sélectionné par deux universités (*University of Pennsylvania* et *Washington State University*) en tant que « lecture

la nature³⁰³. Et puisqu'il est impossible pour les mangeurs de redécouvrir leur diète traditionnelle sans se reconnecter aussi aux manières de faire qui l'informent (idem : 182), Pollan clôt son manifeste par un chapitre entièrement dédié au comment manger (« *Not Too Much : How To Eat* »). Terminé le grignotage rapide, en voiture ou au bureau, d'aliments vides peu coûteux. Le maître mot est ici l'adoption d'une attitude plus délibérée face à l'alimentaire, les lecteurs étant appelés à revoir leurs priorités (idem : 187) pour consacrer davantage de temps et d'argent à la préparation, à l'appréciation sensorielle et au partage de repas de qualité³⁰⁴. C'est en réapprenant à reconnaître et apprécier la « vraie » nourriture, en se reconnectant à une diète traditionnelle ancrée dans le long terme et en se laissant guider par leurs sens – et leur bon sens³⁰⁵ – dans leur expérience de l'alimentaire que les mangeurs peuvent répondre à l'appel du journaliste-vedette à devenir de « bons chefs » :

When the basket of produce [from our garden] lands on the kitchen counter, when we start in on the cleaning and cutting and chopping, we're thinking about a dozen different things – what to make, how to make it – but nutrition, or even health, is probably not high on the list. Look at this food. There are no ingredients labels, no health claims, nothing to read except maybe a recipe. It's hard when contemplating such produce to think in terms of nutrients or chemical compounds; no, this is food, so fresh it's still alive, communicating with us by scent and color and taste. The good cook takes in all this sensory information and only then decides what to do with the basket of possibilities on the counter: what to combine it with; how, and how much, to « process » it. Now the culture of the kitchen takes over. That culture is embodied in those enduring traditions we call cuisines, any one of which

commune » devant servir à stimuler les échanges entre l'ensemble des étudiants de première année et leurs corps professoraux. Une édition « pour jeunes lecteurs » de l'ouvrage a été lancée quelques années plus tard (2009b).

³⁰³ Par exemple : « *You are what what you eat eats too* »; « *Eat like an omnivore* »; « *Eat well-grown food from healthy soils* »; « *Eat more like the French. Or the Italians. Or the Japanese. Or the Greeks* »; « *Regard nontraditional foods with skepticism* »; « *Don't look for the magic bullet in the traditional diet* » (2008a: 167- 180, italiques originaux).

³⁰⁴ Encore une fois, les règles sont des plus explicites : « *Pay more, eat less* »; « *Eat meals* »; « *Do all your eating at a table* »; « *Don't get your fuel from the same place your car does* »; « *Try not to eat alone* »; « *Consult your guts* »; « *Eat slowly* »; « *Cook and, if you can, plant a garden* » (idem: 183-201, italiques originaux). Il s'agit donc globalement pour les mangeurs de reprendre contact avec leurs sens, d'apprécier la réelle valeur des aliments consommés et de considérer les repas comme autant de moments sociaux privilégiés.

³⁰⁵ Pollan se réclame d'ailleurs lui-même de l'autorité de la tradition et du sens commun : « So on whose authority do I purport to speak ? I speak mainly on the authority of tradition and common sense. Most of what we need to know about how to eat we already know, or once did until we allowed the nutrition experts and the advertisers to shake our confidence in common sense, tradition, the testimony of our senses, and the wisdom of our mothers and grandmothers. » (2008a: 13)

contains more wisdom about diet and health than you will find in any nutrition journal or journalism. The cook does not need to know, as the scientists have recently informed us, that cooking the tomatoes with olive oil makes the lycopene in them more available to our bodies. No, the cook already knew that olive oil with tomatoes is a really good idea. (199-200)

Car le « trouble alimentaire national » auquel Pollan veut s'attaquer serait largement lié, comme la citation précédente le laisse transparaître, à la disparition progressive des cultures alimentaires au profit d'une conception nutritionnelle et experte du bien manger. Plus précisément, c'est à la primauté des discours médiatiques, scientifiques et commerciaux réduisant les aliments à la somme de leurs nutriments (vitamines, gras trans, Oméga 3, etc.) qu'il s'en prend³⁰⁶. D'abord parce que cette conception amène selon lui une perte de contrôle de l'alimentaire aux mains de scientifiques qui seuls (avec les journalistes relayant leurs messages) sont à même de saisir et d'expliquer une réalité des aliments inaccessible aux sens des mangeurs – ces derniers étant dès lors contraints de se plier à une panoplie de consignes expertes, parfois contradictoires et souvent changeantes dans le temps. Mais aussi parce que le fait de ramener l'alimentaire à un dosage savant de nutriments donnés permet la prolifération de produits transformés pouvant se vanter d'être autant si ce n'est plus sains que certains aliments entiers en raison de leur composition nutritionnelle. Comme l'explique Pollan, la formule s'avère profitable pour tous : l'industrie alimentaire croît grâce à la mise en marché de toujours plus de nouveautés, les scientifiques et journalistes impliqués se multiplient alors que les mangeurs y trouvent un motif valable pour se gaver de substances pseudo-alimentaires supposées bénéfiques à leur santé (idem : 52). Or la « diète occidentale » construite sur la base de cette promesse de santé par les nutriments serait plutôt à blâmer pour l'apparition au cours du XX^e siècle d'une série de « maladies de civilisation » étroitement liées – l'obésité, d'abord, puis le diabète de type 2 auquel elle prédispose, le tout suivi d'hypertension et de problèmes

³⁰⁶ Cette primauté et le fait que cette conception réductrice de l'alimentaire soit le plus souvent considérée comme allant de soi fait dire à Pollan qu'il s'agit d'une idéologie devant être distinguée de la science nutritionnelle sur laquelle elle prend appui. Il emprunte à Scrinis (2002) le terme de « nutritionnisme » afin de qualifier l'idéologie en question – j'y reviendrai sous peu.

cardiovasculaires. Et le tout aurait pour effet collatéral d'entraîner une perte du plaisir traditionnellement associé à l'acte de manger au profit d'une vision quantitative et instrumentale de l'alimentaire (idem : 54).

La recette prônée par l'auteur afin de répondre à ce trouble alimentaire multiforme se calque très exactement, nous l'avons vu, sur le diagnostic qu'il pose. Puisque l'effacement d'un rapport à l'alimentaire inspiré du sens commun, de la tradition, du témoignage de nos sens et de la sagesse de nos mères et grands-mères (idem : 13) au profit d'une conception experte quantitative et réductrice de l'alimentaire est à blâmer, il suffit que chaque mangeur s'engage personnellement à renverser ce rapport de force pour qu'une culture du manger alliant plaisir et santé (« *a healthy, and pleasing, culture of eating* » (idem : 146)) puisse renaître. Aussi les lecteurs du manifeste sont-ils invités à s'investir dans ce projet – projet qui relève à la fois du politique, de l'éthique et du sensoriel – par l'adoption délibérée de quelques simples politiques personnelles du quoi et du comment manger³⁰⁷. Des règles au premier chef desquelles figure le recours régulier aux circuits courts de distribution tels que les marchés fermiers et les programmes d'agriculture soutenue par la communauté (ASC). Non seulement ces derniers n'offrent-ils que des « vrais » aliments mais le critère de saisonnalité qu'ils introduisent favorise l'adoption d'une diète à la fois plus nutritive et diversifiée. Pollan y voit aussi une façon par excellence de s'assurer, par le contact interpersonnel direct avec les producteurs, de la salubrité des aliments consommés tout en obligeant les mangeurs à consacrer davantage de temps à la préparation de leurs propres repas (idem : 157-161). D'où le rôle central joué par

³⁰⁷ La simplicité des règles en question s'expliquerait par un désir de rendre les choix de mangeurs confrontés à un trop-plein de discours scientifiques, médiatiques et gouvernementaux sur les nutriments à la fois plus simples et plus agréables (idem : 146). Pollan pousse d'ailleurs l'exercice un peu plus loin avec la publication d'un « manuel du mangeur » (*Food Rules. An Eater's Manual*) présenté en couverture comme antidote à la complexité actuelle des choix alimentaires: « Eating doesn't have to be so complicated. In this age of ever-more elaborate diets and conflicting health advice, *Food Rules* brings a welcome simplicity to our daily decisions about food. [T]his indispensable handbook lays out a set of straightforward, memorable rules for eating wisely, one per page, accompanied by a concise explanation.» (2009c) L'exercice et, plus largement, la croisade de Pollan relèvent toutefois pour certains moins de la simplification que de l'adoption d'une attitude condescendante envers des lecteurs supposés inaptes à s'alimenter sainement sans l'intervention d'une « police de l'alimentaire » jugée élitiste (Spartos, 2009) et aveugle aux effets structureaux de l'industrie alimentaire contemporaine (Gruthman, 2007).

la fréquentation de marchés publics ou d'un programme d'ASC dans l'édification d'une culture alimentaire plus saine :

Indeed, the surest way to escape the Western diet is simply to depart the realms it rules: the supermarket, the convenience store, and the fast-food outlet. It is hard to eat badly from the farmers' market, from CSA box (community-supported agriculture [...]), or from your garden. [B]uying as much as you can from the farmers' market, or directly from the farm when that's an option, is a simple act with a host of profound consequences for your health as well as for the health of the food chain you've now joined. (idem : 158)

Le choix de faire ses emplettes auprès de fermiers locaux plutôt que dans une grande épicerie aurait donc des effets bénéfiques à la fois sur la santé des mangeurs et sur celle de leurs systèmes alimentaires – deux dimensions indissociables de la compréhension relationnelle de la santé que Pollan cherche à substituer à la conception strictement somatique de la santé portée par la science nutritionnelle (idem : 144). L'argument, loin d'être mineur, se trouve au cœur même du programme que le journaliste sert à ses lecteurs. Car la principale vertu du rapport à l'alimentaire que ces derniers sont invités à (ré)adopter tient précisément en sa capacité à mettre en évidence les diverses relations qui unissent nécessairement les mangeurs aux environnements qui les nourrissent :

To reclaim this much control over one's food, to take it back from industry and science, is no small thing; indeed, in our time cooking from scratch and growing any of your own food qualify as subversive acts. And what these acts subvert is nutritionism: the belief that food is foremost about nutrition and nutrition is so complex that only experts and industry can possibly supply it. [I]n the eye of the cook or the gardener or the farmer who grew it, this food reveals itself for what it is: no mere *thing* but a web of relationships among a great many living beings, some of them human, some not, but each of them dependent on the other, and all of them ultimately rooted in soil and nourished by sunlight. (200-201)

Cuisiner à partir d'aliments frais plutôt que de recourir à des produits transformés, se reconnecter au monde de la production alimentaire et à ses terroirs nourriciers...

subversives ou non³⁰⁸, les solutions prônées par Pollan participent clairement des lignes de force analysées aux chapitres précédents, qu'elles viennent d'ailleurs condenser.

Culture alimentaire, manger local...

Son appel à une renaissance de la culture alimentaire états-unienne par le retour des mangeurs à leurs fourneaux et au témoignage de leurs sens rejoint effectivement plusieurs des enjeux soulevés par/dans la campagne *Jamie's School Dinners* (chapitre 2). Lancée par la diffusion sur *Channel 4* d'une télé-réalité de quatre épisodes documentant la croisade du chef-célébrité britannique Jamie Oliver en faveur d'une réforme des habitudes alimentaires des écoliers du pays, la campagne s'est traduite par une importante série d'initiatives médiatiques et politiques que j'ai examinées en tant qu'« exemple » (Agamben, 2008) des discours par/dans lesquels les notions de culture alimentaire et de citoyenneté culturelle se voient aujourd'hui articulées. Tel que discuté, *Jamie's School Dinners* pose le problème de l'alimentation des jeunes en milieu scolaire comme celui d'une double menace à la santé économique (future) de la nation : non seulement l'ingestion de malbouffe par les écoliers nuit-elle à l'optimisation de leur « capital humain » et, donc, à la prospérité de l'« état d'investissement social », mais elle mène aussi tout droit à une épidémie d'obésité menaçant la viabilité même du système de santé britannique. D'où la nécessité de renverser la situation par le biais d'une campagne prenant la forme d'un cri d'alarme éminemment émotif. Renverser la situation, d'abord, en protégeant des écoliers cantonnés au rôle de victimes passives par le biais d'actions sur l'environnement scolaire rendant les « mauvais choix » alimentaires virtuellement impossibles. Mais aussi et surtout par l'adoption de politiques permettant de remédier au déficit de culture alimentaire des écoliers – déficit né de l'incapacité d'une génération de parents à transmettre à leurs enfants des savoirs et compétences qu'ils n'ont eux-mêmes jamais reçus de leurs propres parents – en les

³⁰⁸ J'expliquerai sous peu en quoi le discours de Pollan participe à mon sens à une réactualisation du nutritionnisme en tant que troisième des lignes de force de l'articulation contemporaine de l'alimentaire dont ma thèse tente de faire le diagnostic.

amenant à s'investir affectivement dans l'alimentaire, à cuisiner davantage et à « éveiller leurs sens » sur le modèle des *foodies*. Aussi *Jamie's School Dinners* me semble-t-elle faire de la notion de culture alimentaire (entendue comme *techné*) un enjeu de citoyenneté culturelle, et même doublement. Citoyenneté culturelle au sens où l'entendent Tony Bennett (1998) et Toby Miller (1993), d'abord, puisqu'il s'agit de mettre en œuvre différentes politiques publiques faisant de la possession d'une culture alimentaire calquée sur le modèle *foodie* l'une des compétences culturelles devant être insufflées à la génération des citoyens-en-devenir. Mais c'est aussi de citoyenneté culturelle telle que pensée notamment par Joke Hermes (2005) dont il est question dès lors que l'exposition par/dans la télé-réalité du déficit de culture alimentaire des écoliers britanniques invite les téléspectateurs à se sentir partie prenante et à agir en tant que membre de deux communautés (celles de la nation et des parents) mises en cause et définies par une supposée coupure dans la transmission intergénérationnelle de ladite culture alimentaire.

Le programme de Pollan propose, nous l'avons vu, une articulation très similaire entre culture alimentaire et citoyenneté mais infléchie, cette fois, par la rencontre de la seconde ligne de productivité mise en évidence dans le cadre de cette thèse. Cette dernière a été exemplifiée au chapitre 3 par une discussion détaillée de *Mettez le Québec dans votre assiette!*, une vaste campagne publicitaire lancée par le Gouvernement du Québec en 2008 afin d'encourager les Québécois à mettre davantage d'aliments produits dans la province à leur menu. Cette analyse m'a permis d'identifier différentes opérations s'effectuant dans/par cette offensive sociétale, avec pour effet de produire une conception éminemment patriotique du « manger local » en tant qu'expression de fierté envers une nation définie par ses terroirs. La campagne, d'abord, participe d'un ensemble hétérogène de discours faisant du développement durable une obligation de la citoyenneté post-cosmopolitique mais qu'elle vient subordonner à une invitation au(x) plaisir(s). Le plaisir tiré de moyens de promotion jouant sur le mode du divertissement mais surtout le plaisir de savourer, à l'instar des *foodies*, le goût unique de terroirs nouveaux et anciens deviennent ainsi le lieu d'une action citoyenne centrée sur le « manger local » plutôt que sur les enjeux d'achat

local et/ou de production locale. Or ces derniers ne se voient pas complètement éclipsés pour autant, comme nous l'avons vu, mais plutôt télescopés dans un « manger local » qui implique un moment d'achat empreint de confiance ainsi qu'une reconnexion au monde de la production. L'importance donnée aux logos de l'organisme Aliments du Québec par/dans la campagne – au moment où il semble déjà y avoir surcharge d'étiquettes alimentaires – permet effectivement de mettre en lumière les différents effets de confiance inhérents aux modes de mise en visibilité mêmes du local (étiquetage et/ou rencontre avec les producteurs). Cette confiance diffuse en ce qui vient d' « ici » répond et nourrit en retour une anxiété générée par la globalisation de l'industrie alimentaire, supposée faire planer une menace constante à la sécurité et à la salubrité alimentaires sur les épaules des consommateurs. D'où ma lecture de l'achat de produits locaux en tant que forme de « gouvernement par la névrose » (Isin, 2004), c'est-à-dire en tant qu'action-réflexe permettant aux consommateurs de *Mettez le Québec dans votre assiette!* de gérer leur anxiété. Du même coup s'opère – par/dans la mobilisation de la saisonnalité et des cartes géographiques, notamment – une reconnexion par la fierté des mangeurs québécois à des environnements de production pensés comme terroirs nourriciers calqués sur les régions administratives du Québec. Ces différents mouvements ont pour effet, tel que souligné précédemment, de recentrer le souci d'autres spatialement et temporellement distants de la citoyenneté post-cosmopolite sur une nation-territoire inspirant confiance et fierté. Souci éthique et anxiété des mangeurs se voient ainsi recodés en affirmation positive de fierté patriotique par/dans l'injonction au plaisir de « manger québécois ».

Le manifeste du mangeur de Pollan témoigne bien de cette seconde ligne de force et des régularités qui l'informent. Les mangeurs-citoyens y sont appelés à favoriser les circuits courts de distribution alimentaire (marchés fermiers, ASC, etc.), à retrouver le plaisir de bien manger et à se reconnecter au monde de la production et aux terroirs. Et le tout se joue sur le mode de la réduction de l'anxiété, les mangeurs n'ayant qu'à suivre quelques règles simples afin d'éviter les « faux » aliments (*edible foodlike substance*) et permettre à la nation de se rétablir d'un « trouble alimentaire national » entraînant une

myriade de maladies de civilisation. Or il me semble que l'ouvrage de Pollan est surtout intéressant en ce qu'il exemplifie les liens se tissant *entre* les lignes de productivité identifiées dans un premier temps de l'analyse. Celles que j'ai tenté d'illustrer aux chapitres précédents, mais articulées ici à une troisième et dernière ligne de force qui leur est concomitante : le nutritionnisme.

... et nutritionnisme

Qu'est-ce donc que ce nutritionnisme auquel Pollan s'attaque dans/par un manifeste par ailleurs imprégné de ce même discours³⁰⁹? Tel que mentionné précédemment, il s'agit au plus simple d'une idéologie qui tend à réduire les aliments à la somme de leurs nutriments :

The first thing to understand about nutritionism is that it is not the same thing as nutrition. As the « -ism » suggests, it is not a scientific subject but an ideology. Ideologies are ways of organizing large swaths of life and experience under a set of shared but unexamined assumptions. [...] In the case of nutritionism, the widely shared but unexamined assumption is that the key to understanding food is indeed the nutrient. Put another way: Foods are essentially the sum of their nutrient parts. (Pollan, 2008a : 28)

Le nutritionnisme se distinguerait donc de la science nutritionnelle en ce qu'il convoque une conception excessivement réductrice de l'alimentaire qu'il pose comme

³⁰⁹ Non seulement Pollan consacre-t-il la première des trois sections de son ouvrage à l'exposition de ce qu'il appelle l'idéologie nutritionniste mais la critique de la « diète occidentale » (*Western diet*) qu'il présente à la section suivante mobilise à répétition des arguments nutritionnistes. Pollan s'en explique dans les premières lignes de la troisième et dernière section du livre : « The undertow of nutritionism is powerful, and more than once over the past few pages I've felt myself being dragged back under. You've no doubt noticed that much of the nutrition science I've presented here qualifies as reductionist science, focusing as it does on individual nutrients (such as certain fats or carbohydrates or antioxidants) rather than on whole foods or dietary patterns. Guilty. But using this sort of science to try to figure out what's wrong with the Western diet is probably unavoidable. However imperfect, it's the sharpest experimental and explanatory tool we have. It also satisfies our hunger for a simple, one nutrient explanation. Yet it's one thing to entertain such explanations and quite another to mistake them for the whole truth or to let any one of them dictate the way you eat. » (2008a : 139) La « subversion » proposée par Pollan consiste donc moins en un rejet complet du nutritionnisme qu'en une remise en question de son statut de seule « vérité » de l'alimentaire – ce que les discours examinés aux chapitres précédents me semble contribuer à faire, du moins en regard à ses effets de citoyenneté.

allant de soi. Comme l'explique Gyorgy Scrinis, premier chercheur à avoir utilisé le terme « nutritionnisme » :

Since the late nineteenth century, nutrition science has been characterized by the attempt to understand foods and diets in terms of their nutrient and biochemical composition. [...] The nutritionism paradigm, however, is defined by an overly reductive focus on this nutri-biochemical level. Particular nutrients, food components, or biomarkers – such as saturated fats, kilojoules, the glycemic index (gi), and the body mass index (bmi) – are abstracted out of the context of foods, diets, and bodily processes. Removed from their broader cultural and ecological ambits, they come to represent the definitive truth about the relationship between food and bodily health. (2008: 40)

Comme cette citation l'indique, cette conception purement quantitative de l'alimentaire est toute entière dirigée par un objectif de maintien et de promotion de la santé, mais d'une santé réduite à un ensemble (le plus souvent quantifiable) de biomarqueurs et de processus biochimiques. Aussi les nutriments présents dans différents aliments se voient-ils catégorisés en « bons » et « mauvais » nutriments selon, précisément, qu'ils contribuent ou non à l'optimisation de ces processus biochimiques en question et, donc, de la santé (Pollan, 2008a : 29). Et puisque les nutriments, contrairement aux aliments, sont invisibles à l'œil nu, cette quête de santé par l'ingestion de « bons » nutriments dépend nécessairement d'un flot ininterrompu de conseils experts (prodigués par les scientifiques et relayés par les médias) venant éclairer les mangeurs sur la « réalité cachée » des aliments (Pollan, 2008a : 28).

Les dernières années ont par exemple donné lieu à une vague de recherches et d'interventions médiatiques centrées sur les multiples vertus (anti-cancer, anti-âge, etc.) attribuées aux antioxydants³¹⁰, vertus que d'autres experts viennent au même moment

³¹⁰ Parmi les nombreux exemples témoignant de cette tendance, mentionnons la publication de résultats de recherches dans les pages de quotidiens et de magazines tels que *La Presse* (RelaxNews, 2011a; *La Presse*, 2010), *Le Soleil* (Morin, 2007) et *Protégez-vous* (Geoffroy, 2011); les commentaires d'experts diffusés par des sites spécialisés tels que *Passeportsanté.net* (Baribeau, 2009) ou dans les pages du *Journal de Montréal* (Béliveau, 2006a et 2011); et finalement la publication de livres sur le sujet (Causse, 2005; Rafal, 2008). Jessica Mudry (2010) montre bien la

remettre en question (Melton, 2006; Ruby, 2010; Pélouas, 2011). Même scénario en ce qui trait aux oméga-3, aux probiotiques ou encore à la palette de nutriments supposés aider à prévenir différents types de cancers ou accusés, inversement, de favoriser le développement de cancers³¹¹ – autant de vertus qui sont, elles aussi, sujettes à débat et à révision:

Despite much research over the past 40 years, it's still not clear what to eat – or not eat – to help prevent cancer. Promising initial findings have often turned into statistical dead ends, leaving us culinarily confused. [...] A high-fat diet was thought to lead to an increased risk of breast cancer, until it wasn't. Early studies of dietary fibre suggested that higher consumption could decrease chances of colon cancer, but that didn't pan out either (DeWeerd, 2011)

De fait, les savoirs et certitudes du nutritionnisme tendent à fluctuer significativement au fil des années et même parfois à se contredire, comme le montre le portrait détaillé que Pollan propose des discours sur la relation entre le gras et diverses maladies chroniques (l'« hypothèse lipide ») qui se sont succédé au cours des 30 dernières années (2008a : 40-53). Scrinis décrit cette situation comme celle d'un « *nutriscape* »³¹² en constant changement :

While it may be correct [...] that dietary advice about particular types of foods has not changed much over recent decades, advice at the level of nutrients certainly has undergone significant change. This includes the refinement, qualification and even direct contradiction of earlier nutrient-level advice, as well as the introduction of new categories and subcategories of nutrients into mainstream nutritional discourses. I suggest that this constantly changing *nutriscape*, and this nutritionally reductive approach to

prégnance de ce nutritionnisme (et met en évidence certains de ses effets) par le biais d'un portrait des discours scientifiques, médiatiques et gouvernementaux sur les vertus antioxydantes attribuées au vin.

³¹¹ La caféine aiderait à prévenir les cancers de la tête et du cou (Jha, 2010) ou encore de la peau (Sample, 2007), la vitamine D préviendrait les cancers de l'appareil digestif et du côlon (Le Soleil, 2011) et l'acide folique réduirait l'incidence du cancer du pancréas (Béliveau, 2006b), pour ne donner que quelques exemples. Consommée avec modération, l'alcool préviendrait quant à elle certaines maladies du cœur mais augmenterait en retour le risque de développer différents cancers, notamment le cancer du sein (Beck, 2010). Et dans le banc des nutriments à éviter complètement se trouvent par exemple les nitrites contenus dans les charcuteries, qui favoriseraient l'apparition du cancer colorectal (Bérubé, 2009i).

³¹² Le terme réfère « to the changing nutrient-level knowledge and certainties. It is similar to and borrows from John Coveney's term nutrition landscape, which he defines as "the growing expanse of nutrition knowledge, rationales and understandings about food in terms of scientific and medical concerns." » (Scrinis, 2008: 47)

food and bodily health, are an important source of nutrient-level confusion. (2008, 40)

Les scientifiques et les médias ne sont évidemment pas les seuls à contribuer au raffinement et à l'expansion progressive du nutritionnisme. Comme le souligne Pollan (2008a : 80), les gouvernements et l'industrie participent aussi pleinement du mouvement. Les premiers par la promulgation de recommandations nutritionnelles³¹³ mais aussi de certaines mesures obligatoires et/ou volontaires de la part de l'industrie. Le gouvernement canadien se dotait par exemple en 2007 d'un règlement voulant que tout produit préemballé affiche un tableau de la valeur nutritive précisant notamment les quantités de 13 principaux nutriments présents dans le produit en question³¹⁴. Il adoptait la même année les recommandations du Groupe d'étude sur les gras trans appelant l'industrie alimentaire à réduire volontairement la teneur en gras trans de leurs produits avant d'inviter cette même industrie, trois ans plus tard, à diminuer la teneur en sodium de ses produits.

Et si les gouvernements contribuent aussi à l'expansion du « *nutriscape* » ambiant par le financement accordé à certains lieux de recherche nutritionniste³¹⁵, c'est véritablement l'industrie alimentaire qui prend ici les devants. Comme l'explique Pollan :

A whole subcategory of nutritional science – funded by industry and, according to one recent analysis, remarkably reliable in its ability to find a health benefit in whatever food it has been commissioned to study – has sprung up to give a nutritionist sheen – (and FDA-approved health claim) to all sorts of foods, including some not ordinarily thought of as healthy. (2008a: 39)

³¹³ Bien que le guide alimentaire canadien (<http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/food-guide-aliment/index-fra.php>) soit toujours organisé autour de quatre grands groupes alimentaires, les conseils proposés semblent eux pensés largement en termes de nutriments (« Choisissez des produits céréaliers plus faibles en lipides, sucre ou sel », « Mangez au moins un légume vert foncé et un légume orangé chaque jour », etc.)

³¹⁴ J'ai déjà parlé au chapitre précédent (cf. p. 169) des allégations nutritionnelles et santé, elles aussi régies par le gouvernement.

³¹⁵ Par exemple les Chaires, groupes de recherche et départements universitaires auxquels est associé le docteur Richard Béliveau, expert en prévention du cancer et populaire auteur des best-sellers *Les aliments contre le cancer* (2005), *Cuisiner avec les aliments contre le cancer* (2006c) et *La santé par le plaisir de bien manger* (2009), dont il a été question en introduction.

Les chercheurs du *Hershey Center for Health and Nutrition* (centre financé par le producteur de chocolat Hershey) publiaient par exemple récemment une étude montrant que le chocolat contient plus d'antioxydants (polyphénols et flavanols) que le jus de fruit (RelaxNews, 2011). La compagnie de produits laitiers et de yogourt Danone Inc. créait pour sa part en 1998 un organisme sans but lucratif (l'Institut Danone du Canada) subventionnant notamment des recherches quant aux vertus de différents nutriments, et notamment des probiotiques et des stérols végétaux ajoutés à certains des produits qu'elle commercialise. Car l'approche purement quantitative du nutritionnisme rend effectivement caduque toute distinction entre nutriments naturels et artificiels, entre aliments « bruts » et produits transformés :

Nutri-quantification also tends to cut across and undermine other ways of categorizing the qualities of foods. In particular, it blurs the qualitative distinction between different types of foods – such as processed and unprocessed, plant-based and animal-based – in favor of a quantitative ranking of all foods across these categories. [W]hen nutri-quantification becomes the primary or exclusive basis for evaluating foods, then some highly processed foods may exhibit similar – even superior – nutrient profiles to unprocessed wholefoods. (Scrinis, 2008: 43)

Dès lors que la valeur d'un aliment donné ne dépend que de la quantité de « bons » et de « mauvais » nutriments qu'il contient, une boisson énergisante enrichie aux antioxydants peut effectivement se révéler comme une option supérieure à la banane ou à la patate, par exemple³¹⁶. D'où la multiplication exponentielle dans les trois dernières décennies du nombre de produits promus essentiellement sur la base de leur composition nutritionnelle – les produits « faibles en gras », « riches en calcium », etc.) (Scrinis, 2008 :

³¹⁶ C'est aussi le constat que fait Paul Rabinow, qui y voit l'un des lieux où la frontière nature/culture se voit aujourd'hui remise en question : « The value of food is now cast not only in terms of how much it imitates whole natural food in freshness and looks but in terms of the health value of its component constituents – vitamins, cholesterol, fibre, salt, and so on. For the first time we have a market in which processed, balanced foods, whose ingredients are chosen in accordance with nutritional or health criteria, can be presented as an alternative superior to nature. » (1996 : 105)

45) – mais aussi l’explosion concomitante de l’industrie des aliments fonctionnels produits par intervention technologique (les aliments fonctionnels extrinsèques ou AFE)³¹⁷.

Les AFE sont, au plus simple, des aliments auxquels ont été ajoutés certains composés actifs afin qu’ils procurent certains bénéfices médicaux³¹⁸. Ils se distinguent ainsi à la fois des produits diètes³¹⁹ et des produits « sans » (matière grasse, sucre, etc.) caractéristiques des années 1980, produits desquels est soustraite une substance jugée néfaste. Ils se différencient en outre des tous premiers produits « santé », les aliments enrichis (de vitamine C, d’iode, etc.), en ce que l’ajout d’un composé ne vise pas la prévention d’une carence nutritionnelle mais bien l’apport d’un bienfait santé supplémentaire ou la prévention d’une maladie spécifique (Ruby, 2006)³²⁰. Ces caractéristiques ressortent clairement de la définition opérationnelle qui en a été donnée en 1998 par la *Concerted Action on Functional Food Science in Europe* de la Commission Européenne :

Un produit peut être regardé comme fonctionnel si une démonstration satisfaisante a été faite qu’il influence d’une manière bénéfique une ou plusieurs fonctions de l’organisme au-delà de ce qui peut être attendu des effets d’une alimentation adéquate et d’une manière telle qu’il améliore l’état de bien-être et de santé ou réduit le risque d’une maladie. Cet aliment fonctionnel doit rester un aliment et la démonstration de son effet doit être faite pour des quantités qui peuvent être consommées dans l’alimentation habituelle. Ce n’est une pilule ni une gélule. (Diplock *et al.*, 1999 cité dans Roberfroid, 2002 : 7-8)

³¹⁷ Ces derniers sont qualifiés d’« extrinsèques » par contraste avec ces autres aliments catégorisés comme « aliments fonctionnels intrinsèques » car présents tels quels à l’état de nature (les canneberges, bleuets et autres petits fruits riches en antioxydants, par exemple) (Ruby, 2006).

³¹⁸ L’appellation et la définition précises à donner à cette nouvelle catégorie d’aliments a été et est toujours l’objet de débats, plusieurs termes ayant été proposés en parallèle à celui d’AF afin de désigner les aliments procurant des bénéfices médicaux (« nutraceutiques », « designer food », « pharmafood », « vitafood », « techno-food », etc.). Et si le concept d’aliments fonctionnels semble en voie de s’imposer comme catégorie en soi, les définitions proposées se multiplient (Roberfroid, 2002 : 4-5).

³¹⁹ Qui, s’ils garnissent toujours les tablettes des supermarchés, sont en fait en perte de vitesse marquée (Deglise, 2006) et auraient même atteint le sommet de leur popularité il y a trois décennies déjà (Defrance, 1994 : 17).

³²⁰ Et, bien sûr, les AFE diffèrent des très populaires suppléments alimentaires (vitamines, produits de santé naturels, etc.) précisément en ce qu’il s’agit d’aliments s’intégrant à une diète quotidienne plutôt que de produits (pilule, infusion, etc.) devant être ingérés en appoint.

Apparus au Japon au milieu des années 1980, les AFE se sont rapidement propagés à l'échelle de la planète. L'industrie alimentaire s'est en effet intéressée très tôt aux profits potentiels offerts par ce nouveau marché auquel certains experts prédisent un avenir radieux, avançant même qu'il pourrait « devenir aussi important que celui des produits alimentaires et pharmaceutiques réunis, passant de 8 milliards de dollars américains à 500 milliards en 2010 (Pitts, 1994, p.43) » (Dubois, 1996 : 51). Il semble donc peu surprenant que plus de la moitié des entreprises du secteur alimentaire se disent intéressées à développer de façon agressive leur gamme d'AFE (McGuire, 2002 : 19) et qu'on retrouve déjà des centaines d'AFE sur les marchés mondiaux, de la bière anti-âge (enrichie en fer, en vitamine A et D et additionnée d'une algue riche en protéines) aux barres pour collation (enrichies aux stanoles végétaux) abaissant le taux de cholestérol en passant par les produits laitiers aidant à contrôler la pression sanguine grâce aux « peptides » laitiers qui y ont été ajoutés (Ruby, 2006). L'industrie alimentaire profite et participe ainsi largement du nutritionnisme ambiant.

Or il me semble que ce nutritionnisme ne se déploie pas toujours nécessairement au détriment des discours sur l'alimentaire promus par Pollan (et exposés aux chapitres précédents) mais bien parfois en conjonction avec ceux-ci. C'est-à-dire que le nutritionnisme n'est ni une idéologie opérant en l'absence de toute autre « vérité » de l'alimentaire, ni un simple prolongement (plus pointu) de la science nutritionnelle mais le résultat d'une réarticulation du discours nutritionnel informée par les discours de la culture alimentaire et du manger local examinés précédemment. Le nutritionnisme opère effectivement sur un mode et avec des effets qui m'apparaissent différents de ceux de la science nutritionnelle telle qu'analysée notamment par John Coveney (2000), Deborah Lupton (2006) et Jessica Mudry (2009). Ces chercheurs se sont intéressés à l'émergence de

la science nutritionnelle en tant que discours purement quantitatif par/dans lequel la notion de plaisirs alimentaires se voit disqualifiée³²¹ :

In the nineteenth century nutrition emerges as a science in which food was relieved of almost all its aesthetic, sensual pleasures. Nutrition calculated, rationalised and allocated food for the purpose of nourishing the body on the basis of scientific reason. But, through reasoned austerity, nutrition also nourished the soul. [...] Morality around food for the modern subject was less an acknowledgement of God's wish and more an autonomous, moral choice: the « right » and « proper » thing to do. (Coveney, 2000: 175)

La science nutritionnelle est ainsi posée comme vocabulaire à la fois moral et scientifique qui appelle le « sujet moderne du choix alimentaire » (Coveney, 2000 : x) à privilégier certaines pratiques alimentaires puis à évaluer celles-ci en termes d'adéquation (ou non) à l'idéal nutritionnel. Plus précisément, ce sujet se trouve face à un double discours moral l'appelant à la fois à contrôler rationnellement son alimentation et à se permettre certains plaisirs alimentaires³²², double discours qui informe les modalités du rapport à soi qu'il établit. Or le « devoir de santé » qui incombe aux citoyens des régimes de gouvernement de libéralisme avancé (cf. p. 40) fait nettement pencher la balance en faveur de la discipline alimentaire, c'est-à-dire d'une négation des plaisirs au profit de « choix santé » rationnels et informés par une science nutritionnelle de plus en plus complexe (Lupton, 1996 : 76).

Le nutritionnisme me semble participer de cette logique de prévention des maladies par l'adoption volontaire et rationnelle d'une discipline alimentaire inspirée de la science nutritionnelle sans pour autant s'y réduire. Il ne s'y réduit pas puisque le nutritionnisme

³²¹ Reprenant la distinction entre science nutritionnelle et nutritionnisme proposée par Pollan (2008a), Mudry déclare par exemple que « The manner in which we typically understand food and eating, in other words our common sense approach to the question of what we should eat, is a product of a controlling ideology of nutritionism. This ideology is founded on practices of quantification [those of the nutritional science]. Those practices have sought to eliminate vocabularies of pleasure, taste, and tradition in the name of public health. » (2009 : 18)

³²² Des impératifs qui ne sont toutefois pas aussi contradictoires qu'il n'y paraît selon Lupton (1996 : 151-2), chacun ayant par exemple des dimensions temporelles et spatiales propres. Par ailleurs, ces injonctions semblent s'appeler mutuellement dans un processus de répression-production analogue à celui décrit par Foucault au sujet de la

opère sur le mode du gouvernement de soi néolibéral – le « soi entreprise » (cf. p. 38) apte à se gouverner sur la base de calculs coûts-bénéfices que présuppose et produit la science nutritionnelle, notamment – mais aussi, et peut-être surtout, sur celui du gouvernement par la névrose. À l’instar des pratiques exemplifiées aux chapitres précédents, l’expansion et l’instabilité du « nutriscape » ambiant viennent créer et mobiliser une anxiété diffuse qu’il s’agit dès lors de gérer par l’ingestion d’aliments fonctionnels ici et là. Comme en témoigne Pollan :

We eaters, alas, don’t reap nearly as much benefit from nutritionism as food producers. Beyond providing a license to eat more of the latest approved foodlike substance, which we surely do appreciate, nutritionism tends to foster a great deal of anxiety around the experience of shopping for food and eating it. To do it right, you’ve got to be up on the latest scientific research, study ever-longer and more confusing ingredients labels, sift through increasingly dubious health claims, and then attempt to enjoy foods that have been engineered with many other objectives in view than simply tasting good. (2008a: 52)

Plutôt que de comprendre le nutritionnisme comme complexification du savoir nutritionnel rendant simplement les choix (rationnels) des mangeurs plus difficiles, il me semble qu’on peut y voir l’un des lieux du processus de co-constitution du citoyen bionique et du citoyen névrosé décrit par Isin (2004) et discuté en regard à *Mettez du Québec dans votre assiette!* (cf.p.203). D’ailleurs l’anxiété mobilisée par les pratiques discutées aux chapitres précédents et celle générée par le nutritionnisme, loin d’être totalement distinctes, se nourrissent et s’infléchissent mutuellement. L’idéal d’optimisation d’un capital humain supposé illimité et l’anxiété que cet idéal contribue à produire (chapitre 2), notamment, viennent redéfinir le devoir de santé qui oriente le nutritionnisme comme une entreprise de

sexualité : « So too, the increasing web of strategies around the prohibition of eating « bad » foods in consumer culture tends to have the effect of heightening and valorizing pleasures through incitement. » (idem : 152)

maximalisation de la santé (actuelle et future) plutôt que comme prévention de maladies données, rendant l'atteinte de cet objectif d'autant plus difficile et anxiogène³²³.

De la même façon, la priorité accordée au(x) plaisir(s) dans les discours de la culture alimentaire comme compétence citoyenne et du manger local comme action citoyenne me semble participer de l'effacement de la dialectique plaisir/discipline de la science nutritionnelle qui se dessine avec la commercialisation d'AFE. La création de bières antiviellissement, de caramels et de produits à tartiner réduisant le cholestérol et la possibilité, plus généralement, d'introduire des nutriments bénéfiques dans une vaste gamme d'aliments sans en altérer la saveur viennent effectivement ouvrir la porte à une adéquation entre plaisirs et discipline qui n'est pas sans rappeler la coïncidence des plaisirs et des obligations citoyennes à l'intérieur des pratiques examinées aux chapitres précédents.

³²³ Maximisation de la santé qui prend la forme d'un projet de « préservation » (Falk, 1996 : 192) en ce qu'il s'agit de prévenir diverses maladies se développant avec l'âge (cancers, maladies cardio-vasculaires, etc.) et donc de suspendre le processus de vieillissement lui-même.

Conclusion

Rapport à soi et citoyennetés alimentaires

Cette thèse s'est ouverte sur un portrait en trois temps, un instantané montrant les médias en train de tenir des débats animés au sujet du poids médiatique grandissant de la cuisine au moment où le discours de prévention du cancer par l'alimentation du Dr. Richard Béliveau rencontre un important succès populaire et où la Première dame des États-Unis décide de faire de la lutte à l'obésité infantile sa mission personnelle. Le tout afin d'illustrer l'hétérogénéité des discours alimentaires contemporains mais aussi l'intensité avec laquelle se pose aujourd'hui la question du « comment se nourrir », une intensité qui m'a amenée à m'intéresser dans cette thèse à l'effectivité des discours et pratiques hétérogènes qui y concourent. J'ai proposé, plus particulièrement, de penser ces discours et pratiques comme participant à faire de l'alimentaire un lieu privilégié dans la production d'articulations du rapport à soi et de la citoyenneté.

Cette proposition de recherche s'inspire de l'analyse que font White et Hunt (2000) des liens étroits qui unissent un rapport à soi défini par Foucault comme relation éthique à soi-même et une citoyenneté conçue comme technologie de gouvernement centrale au régime de libéralisme avancé. Car la citoyenneté permet l'action à distance en produisant des sujets-citoyens libres de se gouverner eux-mêmes mais aussi obligés de concevoir leur vie comme le résultat d'une série de choix pensés comme autant de révélations de vérités sur soi – un processus d'aveu qui contribue du même coup à l'instauration d'un certain rapport éthique à soi-même. C'est sur la base de cette problématisation que j'ai suggéré de penser l'alimentaire en tant que lieu aujourd'hui privilégié dans la production d'articulations du rapport à soi et d'une citoyenneté ne se réduisant pas à une relation formelle et unitaire à l'État mais recoupant plutôt un ensemble d'appartenances (ou citoyennetés partielles) pouvant se déployer en des lieux divers. Cette approche s'inscrit dans le prolongement de récentes études qui proposent une conception normative de la citoyenneté tout en remettant en doute l'a priori de la centralité de l'État ainsi que la

dichotomie privé/public sur lesquels reposent les conceptions classiques (libérales et républicaines) de la citoyenneté.

La proposition qui a servi de point de départ à cette thèse convoque par ailleurs une conception de l'alimentaire s'inspirant à la fois des études culturelles et des travaux de Foucault pour poser cette dernière en tant qu'objet produit par et dans différents discours et pratiques qu'il s'agit d'examiner sous l'angle de leurs conditions de possibilité et/ou de leur effectivité en termes de limitation du champ du dicible – des questions qui se distinguent de celles que permettent de poser, par exemple, des approches nutritionnelles, fonctionnalistes ou empruntant à l'économie politique. J'ai plus spécifiquement suggéré de penser l'alimentaire en tant que discours social ancré dans le libéralisme avancé et dans une rationalité néolibérale accordant une place prépondérante à la notion de « soi entreprise » (Rose, 1990), à la maximalisation de la santé et à la technologie du risque.

C'est sur la base de cette problématisation que j'ai entrepris de faire le « diagnostic » (Foucault, 1994 [1967]) et de montrer la contingence de la double articulation actuelle de l'alimentaire – articulation de l'alimentaire comme objet et articulation des discours alimentaires à d'autres pratiques constitutives du libéralisme avancé en tant que conjoncture. La stratégie d'analyse empruntée afin d'en arriver à cet objectif d'« événementialisation » (Foucault, 2001 [1980]) en a été une de « surfacage » (Probyn, 1996), c'est-à-dire de recherche des relations de proximité, de tension, de coprésence ou d'éloignement s'établissant entre des discours alimentaires hétérogènes considérés comme faisant partie d'un même plan hypothétique et constamment en processus de (re)production. J'ai plus particulièrement cherché à identifier les lignes de productivité de l'alimentaire les plus saillantes en termes de citoyenneté par le biais d'une série d'allers-retours entre l'exploration empirique et la conceptualisation, allers-retours qui ont présidé à la constitution de l'archive qui informe mon analyse. Une première exploration d'un ensemble hétérogène de documents posant l'alimentation en tant qu'objet d'intérêt public m'a effectivement permis de faire le constat de certaines régularités dans les discours qui s'y

déploient et de cerner les concepts les plus à même de profiter à leur analyse, cette problématisation venant en retour réorienter le processus de constitution de mon archive. J'ai ainsi pu identifier trois lignes de force ou formes de problématisation communes à des ensembles de discours par ailleurs singuliers (la culture alimentaire en tant que compétence citoyenne, le manger local comme pratique citoyenne et le nutritionnisme). Et ce sont ces lignes de force que j'ai entrepris de rendre visibles aux chapitres 2, 3 et 4 par le recours à la méthode de l'« exemplification » (Agamben, 2008), c'est-à-dire par une analyse détaillée de discours qui, dans leur singularité même, valent pour un ensemble de singularités auquel ils appartiennent et qui leur est immanent. Pour ce faire, j'ai choisi trois exemples sur la base, principalement, de l'importante visibilité médiatique dont ils ont été l'objet (*Jamie's School Dinners*, *Mettez le Québec dans votre assiette!* et *In Defense of Food. An Eater's Manifesto*) pour ensuite constituer des corpus permettant la mise en œuvre de stratégies d'analyse différentes pour chacun d'eux.

Le chapitre 2 s'est attardé aux discours que *Jamie's School Dinners* convoque dans sa définition même du problème de l'alimentation des écoliers britanniques en termes d'un déficit de culture alimentaire posant une double menace à la survie économique de la nation. Les solutions préconisées (action sur les environnements scolaires, éducation au goût) y ont été examinées en tant que participant à redéfinir la citoyenneté culturelle comme indissociable d'une certaine *techné* alimentaire tout en appelant les téléspectateurs de la série à se sentir partie prenante et à agir en tant que membre de communautés nationale et familiale. Le chapitre 3 s'est quant à lui organisé autour de trois opérations se produisant simultanément dans *Mettez le Québec dans votre assiette!*, avec pour résultat de faire du manger local une expression de fierté patriotique empreinte de confiance. J'y ai plus précisément montré comment la campagne mobilise un discours du développement durable mais pour le subordonner à un appel au(x) plaisir(s), comment les modes de mise en visibilité du local sont producteurs d'un effet de confiance qui se nourrit et vient nourrir une anxiété générée par la globalisation de l'industrie alimentaire, et comment s'y opère une reconnexion par la fierté des mangeurs à des environnements de production pensés

comme terroirs nourriciers. Finalement, le chapitre 4 s'est concentré sur *In Defense of Food. An Eater's Manifesto* (Pollan, 2008a) en tant qu'exemple de coprésence des trois lignes de productivité identifiées dans cette thèse et il y a été proposé de penser le nutritionnisme en tant que réarticulation (informée notamment par cette coprésence) du discours de devoir de santé de la science nutritionnelle.

Or cette coprésence des discours de la culture alimentaire, du manger local et du nutritionnisme dans le manifeste de Pollan et, plus largement, dans l'alimentaire contemporain n'implique pas nécessairement leur parfaite convergence. D'ailleurs, ceux-ci ne se recoupent pas de la même façon dans les programmes scolaires d'éducation à l'alimentaire donnant la priorité aux aliments locaux³²⁴ que dans les émissions télévisées axées sur la transmission d'un art de cuisiner « santé » empreint de nutritionnisme³²⁵ ou les efforts de lutte à l'obésité infantile par la distribution par certains médecins états-uniens de coupons de réduction au marché public local (Singer, 2010). Et les relations qui s'établissent sont différentes encore à l'intérieur des argumentaires qui, à l'instar de celui d'Équiterre et de ses partenaires, posent le manger local comme façon de réduire les retombées environnementales du transport alimentaire mais aussi d'éviter la perte de « bons » nutriments:

Les systèmes alimentaires locaux sont moins nocifs pour l'environnement, en grande partie à cause du coût écologique lié au transport [...]. D'autre part, les produits frais perdent rapidement leurs nutriments. Certaines études montrent que la spécialisation et la standardisation, en plus du transport sur de longues distances, affectent le potentiel nutritif de nos aliments. Des pertes de nutriments, tels que les vitamines C, A, E et la riboflavine se produiront même sous d'excellentes conditions d'entreposage. » (2006 : 10)

Les relations de proximité mises en évidence par de tels discours et pratiques ne sont toutefois pas les seules à s'établir, les lignes de productivité en question pouvant aussi

³²⁴ Notamment le réseau *Farm to School*, dont j'ai parlé aux chapitres précédents (cf. p.125 et 145).

³²⁵ C'est le concept de *Kampai! À votre santé*, par exemple, une émission télévisée dont j'ai déjà parlé en introduction (<http://kumpai.radio-canada.ca/kumpai/concept/>).

s'éloigner et/ou entrer en tension en certains points. L'importance donnée à la notion de territoire dans le manger local, pour ne donner qu'un exemple, ne semble pas trouver écho dans un discours nutritionniste centré sur la seule composition nutritionnelle des aliments et porté par les grands joueurs de l'industrie alimentaire globalisée – et il ne s'agit pas du seul point de divergence observable, comme nous le verrons sous peu. Quels sont les principaux effets, alors, de la coprésence dans la conjoncture actuelle des discours de la culture alimentaire, du manger local et du nutritionnisme ? Quelles citoyennetés alimentaires cette coprésence contribue-t-elle à produire ? Quelles sont quelques-unes des dimensions du rapport à soi auxquelles s'articulent ces citoyennetés ? Du rapport à soi ou plutôt des rapports à soi, puisqu'au moins deux modes de relation éthique à soi-même semblent coexister dans les discours du comment se nourrir examinés dans cette thèse. Une première forme de rapport à soi qui recoupe largement la notion de « soi entreprise » (Rose, 1990) ou, dans les termes de White et Hunt, la « personnalité » :

The preoccupation with “building character” in the nineteenth century reflects a form of caring for the self that was based on striving for conformity with a set of public virtues that comprised a citizen’s moral constitution. [...] The shift from an emphasis on character to the development of personality reflects another phase of the genealogy of the self that is associated with the rise of psychology as a form of expert knowledge. The emphasis on personality reflects a form of the care of the self organized around the development of individuality and the quest for a unique self. Associated with the rise of consumer liberalism the project of personality encourages the expression of individuality through the structured choices of the marketplace. (2000: 95)

La conduite alimentaire se présente ainsi comme l'un des lieux de construction d'une personnalité unique par le biais de choix rationnels venant témoigner, précisément, de cette personnalité (le manger local comme aveu d'un engagement volontaire pour la cause environnementale ou l'achat d'aliments fonctionnels comme preuve d'une attitude préventive en matière de santé, par exemple). Mais les « politiques personnelles » promues dans/par les discours actuels du comment se nourrir me semblent aussi convoquer une

forme de rapport à soi orientée moins par une quête rationnelle d'un soi unique que vers une maximalisation préventive de la santé qui opère sur le mode de l'investissement affectif et implique une action sur les plaisirs.

Du moins s'agit-il de grands traits qui semblent se dégager d'un diagnostic d'abord orienté vers les effets de citoyenneté des lignes de force examinées. Et les effets en question pointent bel et bien vers une politique affective et émotionnelle des plaisirs alimentaires, politique qui produit simultanément des rapports à soi (dont je ne peux que tracer quelques contours) et certaines citoyennetés alimentaires. J'aimerais effectivement suggérer que les ensembles de régularités exposées dans cette thèse contribuent, par leur coprésence, à produire certaines citoyennetés partielles ancrées dans le « comment se nourrir » en tant que lieux d'actions concertées des citoyens-mangeurs. Citoyens-mangeurs puisque ce sont d'abord les plaisirs alimentaires qui font l'objet de projets de réforme (à l'instar de celui lancé par *Jamie's School Dinners*) tout en étant repositionnés en tant que lieu d'action citoyenne par le manger local. Les citoyennetés alimentaires impliquent non seulement de faire les « bons » choix (exercer une certaine *techné* alimentaire par la préparation de repas maison, privilégier les produits locaux, etc.) mais aussi d'en tirer un plaisir tout à la fois charnel et discipliné. Car si l'alimentaire contemporain est bien le lieu d'expérimentations participant à réintroduire les concepts de plaisir dans le champ du populaire (Probyn, 2000 : 6), tous les plaisirs n'y sont pas égaux pour autant³²⁶. L'omniprésence d'une culture *foodie* pensée à la fois comme modèle de citoyenneté culturelle et comme moyen privilégié d'action sur les plaisirs – c'est-à-dire comme discours et pratiques permettant de rendre certaines différences (aliments préparés vs cuisinés à la maison, aliments locaux vs étrangers, etc.) importantes pour les mangeurs-citoyens – témoigne notamment d'une exigence de réflexivité face aux plaisirs alimentaires. Cette exigence semble, de façon intéressante, jouer différemment dans le cas du nutritionnisme qui tend d'une part à faire le

³²⁶D'où les critiques décriant l'élitisme d'initiatives telles que les ateliers d'éducation au goût organisés par *Slow Food* (cf. p. 158) et le manifeste de Pollan (Guthman, 2009), par exemple. Biltekoff (2006) montre les effets de normalisation et de moralisation de la politique des plaisirs largement similaire qui se déploie dans la « révolution délicate » (*Delicious revolution*) lancée par une chef états-unienne renommée (Alice Waters).

silence sur les plaisirs pour promouvoir un idéal de discipline alimentaire et, d'autre part, à brouiller les termes de la réflexivité exigée des citoyens-mangeurs par la commercialisation d'AFE qui rend inutile toute rééducation des sens dès lors que les produits choisis sont enrichis en « bons » nutriments³²⁷. Dans tous les cas, toutefois, les plaisirs alimentaires se voient réalignés sur un objectif de maximisation de la santé (individuelle, familiale, nationale et globale) par le biais de la politique affective et émotionnelle jouant sur les registres de l'anxiété, de la confiance et de la fierté.

Les citoyennetés alimentaires exposées dans cette thèse se déploient en effet largement, on l'a vu, sur le mode de (la gestion de) l'anxiété. Anxiété devant l'impossibilité pour les citoyens-mangeurs de remplir parfaitement le devoir de maximalisation de la santé qui leur incombe, anxiété générée par la menace d'une banqueroute d'États en prise à une épidémie d'obésité et un sous-développement du capital humain de leurs travailleurs, anxiété face à l'imminence de crises environnementales ou de sécurité et de salubrité alimentaires à grande échelle.... La production et la mobilisation d'un éventail d'objets potentiellement anxiogènes viennent intensifier une anxiété qui se présente ainsi, suivant la conception de l'anxiété proposée par Amhed, comme une approche (de l'alimentaire, dans ce cas-ci) :

In anxiety, one's thoughts often move quickly between different objects, a movement which works to intensify the sense of anxiety. One thinks of more and more "things" to be anxious about; the detachment from a given object allows anxiety to accumulate through gathering more and more objects, until it overwhelms other possible affective relations to the world. One becomes anxious as a mode of attachment to objects. In other words, anxiety tends to stick to objects, even when the objects pass by. Anxiety becomes *an approach to objects* rather than, as with fear, *being produced by an object's approach*. (2004: 66 accent original)

³²⁷Le nutritionnisme, plus largement, semble s'adresser moins directement aux mangeurs et davantage aux consommateurs puisque le problème du choix alimentaire prend nettement le pas sur celui des plaisirs – ce qui n'exclut pas la notion de plaisir soit convoquée par certains discours nutritionnistes comme en témoigne par exemple *La santé par le plaisir de bien manger* (2009) du Dr. Richard Béliveau.

L'anxiété n'est donc ni la propriété d'un objet donné, ni un phénomène psychologique propre à chaque individu mais bien un mode d'attachement ou un rapport qui tend à se déplacer à d'autres objets et à d'autres sujets. L'abondance d'options alimentaires qui s'offrent aux citoyens-mangeurs (Probyn, 2008) peut ainsi mener à une accumulation d'anxiété se traduisant de diverses façons, et notamment par les diagnostics de plus en plus fréquents d'un désordre de la conduite alimentaire auquel le Dr. Steven Bratman a en 1997 donnée le nom d'«orthorexie nerveuse»³²⁸. L'orthorexie est une « fixation quasi pathologique sur la recherche de la nourriture appropriée » (Denoux, 2004 : sans pagination) ou, plus justement, une « obsession malsaine du manger sain » (Bratman, 2000). C'est effectivement une quête de santé qui pousse les orthorexiques à organiser la majeure part de leur quotidien autour de la recherche, de la sélection et de la consommation d'aliments répondant à diverses règles plus pointues les unes que les autres³²⁹. D'où l'appellation de « maladie déguisée en vertu » (Bratman, 2000 : 18) réservée à un désordre qui, au final, n'est pas complètement déconnecté des citoyennetés alimentaires examinées dans cette thèse, elles aussi orientées par un objectif de santé multiforme.

Les plaisirs du manger *foodie*, local et nutritionniste y sont en effet posés comme autant de moyens de gérer une anxiété née d'une menace diffuse à la santé somatique des sujets, la santé économique de la nation et la santé écologique de la planète³³⁰. Autant de « santés » intimement liées les unes aux autres – comme l'illustre par exemple le manifeste de Pollan (cf. p. 217) de même que *Mettez le Québec dans votre assiette!* – et que les citoyens-mangeurs peuvent théoriquement contribuer à optimiser en exerçant une certaine

³²⁸ Comme l'indique Pollan, l'orthorexie nerveuse n'est toujours pas reconnue par le *Manuel diagnostique et statistique des troubles mentaux* (DSM-IV), « but some psychologists have recently suggested that it's time it was. They're seeing more and more patients suffering from "an unhealthy obsession with healthy eating." » (2008a: 80)

³²⁹ Par exemple « ne pas manger de légumes qui ont quitté le contact avec la terre depuis plus de 15 mn, mâcher au moins 50 fois chaque bouchée avant de l'ingurgiter, ne jamais être rassasié [,] ne manger que du poisson mais pas d'œufs, certains légumes mais pas tous, tant de fois à tel moment de telle façon, etc. » (Denoux, 2004 : sans pagination) Ces règles sont suffisamment exigeantes pour que les orthorexiques passent généralement plus de trois heures par jour à penser à leur régime alimentaire, planifient leurs repas plusieurs jours à l'avance et s'isolent socialement en raison de leur régime alimentaire (selon le test diagnostique proposé par Bratman, 2000 : 47-53).

³³⁰ Menaces à la santé « globale » – c'est-à-dire à la fois somatique, économique, sociale et écologique – des citoyens-en-devenir, en un mot. Je reviendrai sous peu sur ce souci des générations futures.

techné alimentaire ou en mettant des aliments locaux et/ou fonctionnels à leur menu³³¹. Théoriquement puisque ces actions citoyennes, comme nous l'avons vu, opèrent moins sur le mode du calcul rationnel des bénéfices santé attendus de choix donnés que sur celui de la gestion de l'anxiété. Aussi le manger local n'est-il pas nécessairement meilleur pour la santé écologique de la planète et/ou la santé somatique des sujets (cf. p. 185) alors que les aliments fonctionnels extrinsèques peuvent contenir des quantités de « bons » nutriments trop faibles pour avoir un impact réel sur la santé de mangeurs qui se contentent d'en introduire ici et là à leur menu. De la même façon, il n'y a pas nécessairement d'adéquation entre cuisine maison et santé, contrairement à ce que *Jamie's School Dinners* suppose. La politique affective et émotionnelle qui se déploie par/dans ces citoyennetés alimentaires tend malgré tout à privilégier des plaisirs de la table pensés comme recherche de santé(s)³³², un recodage auquel se voient subordonnées les dynamiques par ailleurs bien présentes de l'achat comme création de confiance et de la production alimentaire comme source de fierté (vues au chapitre 3). Les « citoyens-mangeurs » sont toujours aussi pensés comme des consommateurs et, dans une moindre mesure, des (co)producteurs³³³.

Ce sont, en outre, différentes communautés citoyennes qui se trouvent de ce fait produites, des communautés définies par des effets de spatialisation et de temporalisation auxquels j'aimerais maintenant m'attarder. J'ai déjà montré au chapitre 3 la coexistence dans les discours du manger local d'une communauté post-cosmopolitique faite d'autres spatialement et temporellement distants et d'une communauté locale comprise comme territoire national. Loin de s'exclure, ces espaces (mais aussi la famille et les corps somatiques) viennent en fait s'informer mutuellement, notamment par le biais de ce

³³¹ C'est la prégnance de cet objectif de santé qui explique que les discours de citoyennetés alimentaires (et des rapports à soi auxquels elles s'articulent) tendent à recadrer la minceur en tant que gage de santé plutôt que comme idéal esthétique – une « confusion » minceur/santé d'ailleurs parfois dénoncée (Lortie, 2010b).

³³² En témoigne par exemple l'appel de Pollan en faveur d'une « *healthy, and pleasing, culture of eating* » (2008a : 146, italiques originaux).

³³³ Dans une moindre mesure puisque les enjeux de production, bien que présents dans les discours du manger local et partie prenante des connaissances pratiques de l'alimentaire à transmettre aux générations à venir, sont très largement absents du nutritionnisme. Le problème de l'achat se déploie, lui, de multiples façons : de l'achat local

concept de santé tout juste discuté en regard aux plaisirs alimentaires. Il s'agit donc d'espaces conçus en termes relationnels (cf. p. 184) et qui sont produits différemment par/dans chacune des lignes de force discutées aux chapitres précédents. Car si le manger local s'organise bien autour de la relation d'une nation-territoire à un environnement global – relation par laquelle la première est produite comme espace de confiance et de fierté alors que le second est posé comme menace écologique et sanitaire – les discours de culture alimentaire et le nutritionnisme mettent d'autres relations et d'autres espaces en jeu. C'est la relation entre la famille et la nation en tant que réalités économiques qui sert de point d'ancrage aux premiers, alors que le second tend à mettre des corps somatiques en relation avec un corps national qui relève lui aussi du somatique mais aussi de l'économique. Tous ces mouvements participent à produire des citoyennetés alimentaires qui, si elles se déploient en des espaces multiples, sont globalement centrées sur une nation pensée à la fois en termes territoriaux, économiques et somatiques. Avec pour résultat de créer la possibilité que certaines contradictions émergent, par exemple lorsque la prévention de maladies risquant de causer la banqueroute de l'État passe par l'ingestion d'« aliments vedettes » qui ne sont pas produits sur le territoire national.

Cette conception relationnelle de la communauté nationale – définie par des pratiques qui traversent et informent diversement les espaces du corps somatique, de la famille et du global – s'inscrit par ailleurs dans une dynamique temporelle marquée par une série de coupures (avec le passé) et organisée par un futur incertain. Une coupure dans la transmission intergénérationnelle de certaines compétences alimentaires, d'abord, qui rend la génération actuelle de parents inapte à inculquer à leurs propres enfants la culture alimentaire nécessaire à leur développement optimal. Une coupure aussi dans l'enchâssement traditionnel de l'économique au contexte social dans lequel il se déploie de

comme gestion de l'anxiété au rôle de l'achat de plats préparés dans l'érosion de la culture alimentaire des familles en passant par la promotion par les discours nutritionnistes de choix alimentaires « santé ».

même que dans les liens unissant les mangeurs aux terroirs qui les nourrissent³³⁴ – deux « problèmes » présumés et produits par le manger local en tant que pratique de resocialisation et de re-spatialisation de l'alimentaire. Et le spectre d'une coupure, finalement, dans la logique d'amélioration continue de l'espérance de vie des populations rendue visible par les références omniprésentes à la possibilité que la jeune génération actuelle soit la première à vivre moins longtemps que leurs parents³³⁵. C'est de ces coupures que naîtraient les menaces (internes et externes) qui pèsent sur la communauté nationale, menaces qui viennent à leur tour informer certaines citoyennetés alimentaires. Or ces dernières ne s'organisent pas pour autant autour d'un idéal de retour au passé³³⁶. L'enjeu premier n'est pas de retrouver un savoir culinaire qui se serait égaré au fil des générations mais bien de transmettre aux citoyens culturels en devenir une *techné* alimentaire permettant d'optimiser leur propre capital humain. Et la dynamique de (re)connexion aux terroirs que ces discours convoquent favorise la création de nouveaux terroirs tout autant, et même davantage, que la (re)découverte de quelques terroirs ancestraux. Le devoir de transmission qui traverse les citoyennetés alimentaires contemporaines ne s'attache donc pas à un patrimoine (national) ancré dans la longue durée historique mais implique plutôt la création même du patrimoine à transmettre aux générations futures. Ce devoir, plus précisément, vient réactualiser les discours du développement durable en ce qu'il est entièrement organisé par un souci de transmettre aux générations à venir les potentialités – certaines compétences (alimentaires) de vie, des environnements (familial, national et global) en santé(s) – nécessaires à ce qu'elles puissent

³³⁴ Et plus largement à la nature, bien que je n'aborde pas spécifiquement cet enjeu; voir Kneasfey et al. (2008) pour une discussion de l'anxiété générée par le sentiment de déconnexion aux environnements de production alimentaire et à la nature.

³³⁵ Je fais ici référence à un argument très souvent invoqué, tel que discuté précédemment (cf. p.95), par les discours de lutte à l'obésité mais il semble intéressant d'observer que le nutritionnisme vient plutôt réactualiser l'idéal du progrès mis en cause par le spectre d'une régression de l'espérance de vie. Le nutritionnisme s'organise bien autour d'un futur incertain mais sans pour autant situer la menace qui plane dans une quelconque coupure.

³³⁶ Ce qui ne revient évidemment pas à dire qu'un tel idéal est totalement absent de l'alimentaire contemporain. Certains mouvements conservateurs, notamment, présentent l'alimentation locale comme un moyen privilégié de faire revivre un « vrai » conservatisme (cf. Dreher, 2006). Ces mouvements recourent d'ailleurs les citoyennetés alimentaires discutées ici aussi par l'accent mis sur la famille en tant que lieu d'un devoir de transmission – un point sur lequel je reviendrai sous peu.

répondre à leurs propres besoins. L'action sur les plaisirs bien immédiats se présente ainsi comme un moyen d'aider la nation à affronter un futur incertain.

Par leurs effets de temporalisation, les citoyennetés alimentaires mises en lumière dans cette thèse donnent donc forme à une communauté nationale organisée par une logique générationnelle orientée vers le futur. C'est-à-dire que ces citoyennetés opèrent à partir d'une figure centrale qui est celle (de la génération) des citoyens-en-devenir³³⁷, une figure qui informe et relie tout à la fois les espaces du national, du global et du familial. Elles semblent en ce sens participer d'un mouvement très similaire à celui décrit par Berlant en regard à l'émergence aux États-Unis d'une « sphère publique intime » :

Something strange has happened to citizenship. During the rise of the Reaganite right, a familial politics of the national future came to define the urgencies of the present. Now everywhere in the United States intimate things flash in people's faces: pornography, abortion, sexuality, and reproduction; marriage, personal morality, and family values. These issues do not arise as private concerns: they are key to debates about what «America» stands for, and are deemed vital to defining how citizens should act. In the process of collapsing the political and the personal into a world of public intimacy, a notion made for adult citizens has been replaced by one imagined for fetuses and children. (1997 : 1)

Non seulement les citoyennetés alimentaires examinées ici convergent-elles autour d'une anxiété pour le futur national (dépendant, comme on l'a vu, d'une chaîne de santé) mais elles participent en outre à faire de la famille-nucléaire-avec-enfant(s) un lieu de citoyenneté privilégié. Cet investissement semble procéder de deux dynamiques distinctes, la première centrée sur le devoir de transmission d'une *techné* alimentaire dont j'ai parlé au chapitre 2 et la seconde ancrée plus directement dans une famille comprise comme lieu de consommation alimentaire, les parents étant alors responsables de faire les choix appropriés

³³⁷ En témoignent notamment la multiplication des initiatives centrées sur l'école et, plus largement, sur les enfants discutée au chapitre 2 ou les propos d'un Pollan affirmant dans une lettre adressée au prochain président des États-Unis que « Changing the food culture must begin with our children, and it must begin in the schools. » (2008b : sans pagination). En tant qu'elles se déploient sur le mode du développement durable, les pratiques d'alimentation locale

pour leurs enfants en privilégiant l'achat d'aliments locaux, riches en oméga-3, faible en gras trans, etc. Conjointement, ces dynamiques ont pour effet de poser les citoyens-mangeurs-consommateurs en tant que « citoyens-familiaux » (Probyn, 1998) à qui il revient, à titre de parents, de s'assurer que la génération à venir qu'incarnent leurs propres enfants acquière graduellement les ressources nécessaires – dont, au premier chef, une santé conçue comme bien-être maximal – à un gouvernement de soi autonome³³⁸. Une même politique générationnelle informe ainsi les espaces de la nation et de la famille, avec pour résultat de produire des espaces de citoyennetés alimentaires définis essentiellement par la relation entre deux générations posées comme homogènes (les « parents » et les « citoyens-en-devenir ») et de faire, du même coup, le silence sur les générations plus âgées³³⁹ mais aussi sur l'existence d'autres lignes de fracture (économiques, ethniques, de genre, etc.) au sein des communautés en question.

Une politique des plaisirs

Si l'alimentaire contemporain préside bien à la production de citoyennetés alimentaires guidées par logique générationnelle et se déployant sur un mode d'abord émotionnel et affectif, c'est en tant qu'il se trouve investi par une politique multiforme des plaisirs. Il me semble effectivement possible de distinguer différentes façons par lesquelles les plaisirs y sont mis en cause en tant que lieu de gouvernement de soi et des autres. Par leur emprunt à la formule de la télé-réalité ou du magazine style de vie, par exemple, des

mobilisent cette même figure bien que ce soit alors plusieurs générations à venir qui se voient incarnées dans les citoyens en devenir actuels (les enfants).

³³⁸ Cette obligation semble d'ailleurs déborder du seul champ de l'alimentaire, si l'on en croit la multiplication des discours s'adressant au « citoyen familial » dont j'ai parlé au chapitre 2 mais aussi les récentes prises de parole de personnalités publiques s'exprimant en tant que parents. Au moment de lancer la campagne *Let's Move* (dont j'ai parlé en introduction), par exemple, Michelle Obama expliquait que l'initiative était motivée par une rencontre avec son médecin de famille qui l'avait alertée à la nécessité, en tant que mère, de se soucier de l'indice de masse corporelle de ses filles (Kohan, 2010). De la même façon, Mme Obama envoyait en août 2010 un courriel aux 13 millions de sympathisants d'*Organizing for America*, l'organisation politique de Barack Obama, afin de vanter la réforme du système de santé, dont elle énumérait les bons points « pour les mamans comme moi » (citée dans Bernac, 2010). Laure Waridel (co-fondatrice d'Équiterre et écologiste bien connue au Québec) publiait elle récemment dans les pages du quotidien *Le Devoir* une lettre d'opinion intitulée « Lettre d'une maman aux conservateurs » (2010).

initiatives telles que *Jamie's School Dinners* et *Mettez le Québec dans votre assiette!* viennent mobiliser les plaisirs liés à la consommation et au divertissement dans la production de certaines différences en regard aux plaisirs alimentaires. Les discours de la *techné* alimentaire et du manger local, plus largement, proposent un gouvernement de la conduite alimentaire impliquant une gestion réflexive des plaisirs de la table orientée par une organisation particulière de ces derniers – organisation par laquelle certaines différences importent plus que d'autres (plats cuisinés à la maison vs plats préparés en épicerie, aliments locaux vs étrangers, etc.). Et diverses industries (agrotouristique, médiatique, de la restauration, etc.) contribuent par leurs propres pratiques à multiplier ces différences et à bonifier la gamme des plaisirs qui s'offrent aux citoyens-mangeurs.

Les politiques culturelles d'« éveil des sens » telles que celles proposées par *Jamie's School Dinners* ou par la *Politique-cadre pour une saine alimentation et un mode de vie physiquement actif* du Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport du Québec (MELS, 2007) agissent quant à elles plus directement encore sur les plaisirs en amenant les écoliers à faire l'expérience (visuelle, tactile, gustative, etc.) d'un éventail d'aliments desquels ils sont supposés, justement, tirer plaisir. Les politiques d'élimination de la malbouffe en milieu scolaire, par contraste, opèrent sur un principe de négation des plaisirs qui rappelle la dialectique plaisir-discipline de la science nutritionnelle sans pour autant la réactualiser tout à fait, les premières relevant davantage d'un modèle disciplinaire du pouvoir que d'un gouvernement de soi libre et responsable. Et si plusieurs discours nutritionnistes convoquent bel et bien une dialectique plaisir-discipline calquée sur celle de la science nutritionnelle (créant de ce fait une « perte du plaisir de manger » qui leur est d'ailleurs de plus en plus souvent reprochée, notamment par des critiques tels que Pollan), la commercialisation d'AFE semble en brouiller les termes en ouvrant la porte à des choix alimentaires où plaisir et discipline ne font qu'un. Les AFE redoublent ainsi les discours de la culture alimentaire et du manger local où se combinent, dans un même menu, plaisirs de

³³⁹ Et ce malgré que le « problème » du vieillissement des populations soit partie prenante des discours de crise autour d'une banqueroute éventuelle des systèmes de santé.

la table et recherche de santé(s) tout en introduisant une organisation des plaisirs toute autre puisque construite autour de la seule distinction entre aliments fonctionnels et aliments non-fonctionnels.

Les citoyennetés examinées dans cette thèse participent, on le constate, d'un investissement multiforme des plaisirs (alimentaires) en tant que lieu privilégié de gouvernement de soi et des autres³⁴⁰. Or ce diagnostic me semble à son tour soulever certaines questions quant aux effets d'incorporation/incarnation (*embodiment*) d'une telle politique des plaisirs, des effets qui constituent l'une des zones d'ombre de ma thèse et que j'aimerais maintenant aborder comme l'une des pistes de réflexion sur lesquelles ouvrent les constats auxquels mène, me semble-t-il, l'analyse que j'ai réalisée. Deux autres ensembles de questions auxquels conduit mon analyse – celles des enjeux de genre qui traversent les citoyennetés alimentaires contemporaines et celles relatives aux effets du privilège qu'elles accordent au futur – me conduiront ensuite à soulever d'autres pistes d'analyse qui mériteraient à mon sens d'être approfondies par le biais des notions d'éthique du soin (*ethics of care*) et de politique préemptive.

³⁴⁰ Et je n'ai signalé ici que quelques-unes des façons – celles qui m'apparaissent les plus importantes – dont les plaisirs sont mis en cause dans l'alimentaire contemporain puisque j'aurais aussi pu m'intéresser, par exemple, aux effets en termes de gouvernement des conduites du « droit fondamental au plaisir » promu par *Slow Food*.

Corporalité, enjeux de genre et temporalisation

De la citoyenneté aux citoyens alimentaires

In trying to figure the workings and configurations of regimes of postnational citizenship and governmentality, I am drawn to the role of food and family. At the very basic level, while discussions about the family, the nation and the citizen abound, there is little consideration paid to the links that food forges amongst these entities. Simply put, food and eating may serve to embody and render fleshy the neat abstraction of the citizen.

(Probyn, 1998: 161)

Comment, suivant la suggestion de Probyn, rendre les citoyens-mangeurs et, plus largement, les citoyennetés alimentaires dont j'ai fait le diagnostic dans cette thèse plus « charnels »? La question me semble soulever au moins deux types de stratégies d'analyse. La première consiste à chercher à rendre compte des conditions concrètes d'exercice de ces citoyennetés par le biais de notions telles que celle de « citoyenneté en tant que pratique » ou de « citoyenneté vécue » (Lister, 2007b : 55). Sous l'impulsion notamment des appels féministes à une conception plus incarnée de la citoyenneté, certaines analyses se sont récemment intéressées aux lieux d'expression d'une citoyenneté comprise comme une pratique ancrée dans certains contextes particuliers:

It is increasingly appreciated that citizenship is understood and experienced within specific national and local social and political contexts, reflecting historical traditions and institutional and cultural complexes (Bellamy et al., 2004; Lister et al., 2007). In particular, citizenship as a lived experience cannot be divorced from its context, including its spatial context (Desforges et al., 2005). There is growing interest in everyday life “lived citizenship”: how people understand and negotiate rights and responsibilities, belonging and participation and “the meaning that citizenship actually has in people’s lives and the ways in which people’s social and cultural backgrounds and material circumstances affect their lives as citizens” (Hall & Williamson, 1999, p. 2; see also Lewis, 2004). (2007b: 55)

J'ai déjà fait allusion, par exemple, aux problèmes d'accès économiques et/ou physiques venant limiter la capacité de certains mangeurs à faire exercice de citoyenneté en mangeant local. Et on peut penser que l'appartenance ethnique, religieuse ou encore le genre des mangeurs participent aussi leur expérience des citoyennetés alimentaires dont j'ai fait le portrait.

Une seconde façon de rendre les citoyens-mangeurs plus « charnels » consisterait, il me semble, à s'intéresser aux effets proprement corporels des citoyennetés alimentaires. Considérant que le corps, ou plutôt les corps, ne sont pas des entités anhistoriques et pré-culturelles mais qu'ils sont les produits spécifiques de différentes représentations et inscriptions culturelles (Grosz, 1994), que peut-on dire des corps (somatiques, genrés, nationaux, etc.) produits par les discours examinés dans cette thèse ? Quelles expériences affectives et quels alignements des espaces corporels et sociaux contribuent-ils à produire ? Ces questions s'inspirent notamment de celles que pose Sara Ahmed en regard à une « politique affective de la peur » qui circule entre les corps et les informe:

fear works through and on the bodies of these who are transformed into its subjects, as well as its objects. [...] In this way, fear does not simply come from within and then move outwards objects and others (the white child who feels afraid of the black man); rather, fear works to secure the relationship between those bodies; it brings them together and moves them apart through the shudders that are felt on the skin, on the surface that surfaces through the encounter. (2004 : 62-3)

On peut de la même façon s'interroger sur les expériences corporelles et les relations de proximité/distance ou de mobilité créées par la circulation des différentes émotions (plaisir, anxiété, colère, confiance et fierté) qui se déploient dans les citoyennetés alimentaires contemporaines – des expériences qui, comme le soulignent Parkins et Craig (2009 : 89), peuvent tout autant être productrices de nouvelles intensités politiques que venir renforcer des formes d'exclusion politique déjà existantes. Aussi proposent-ils de penser les marchés publics en tant qu'exemple du potentiel progressif de certaines

expériences affectives en tant qu'il s'agit d'espaces lents (*slow spaces*) « where a slower temporality is linked to enhanced sensory and affective experience, as well as greater opportunity for sociality and conviviality » (2009 :93).

Quelle est la politique affective impliquée dans la production de la « figure »³⁴¹ de l'enfant obèse comme victime passive et incarnation par excellence du futur incertain de la nation, par exemple, et quels sont les effets d'une telle politique sur l'expérience incorporée des enfants obèses et de ceux qui les entourent? Quel corps national ces discours de lutte à l'obésité contribuent-ils à produire? Quelles expériences affectives la multiplication des discours alimentaires posant la grossesse comme partie prenante du devoir de transmission et du processus d'optimisation du potentiel des enfants à naître contribue-t-elle à produire³⁴²? Qu'en est-il, par exemple des réactions de dégoût et/ou d'indignation face aux femmes enceintes buvant de l'alcool ou se nourrissant de malbouffe que ces discours contribuent à produire?

La citoyenneté familiale comme politisation de l'éthique du soin

Une seconde piste de réflexion ouverte par le diagnostic posé aux chapitres précédents concerne le potentiel de politisation des relations de soin (*care*) ouvert par des citoyennetés alimentaires centrées sur la famille. J'ai déjà discuté brièvement, au chapitre

³⁴¹ Comme l'explique Tyler, qui cite elle-même Castañeda : « A figure, from this point of view, is the simultaneously material and semiotic effect of specific practices. Understood as figures ... particular categories of existence can also be considered in terms of their uses—what they “body forth” in turn. Figuration is thus understood here to incorporate a double force: constitutive effect and generative circulation. » (2008 : 18) Tyler s'intéresse à la politique de dégoût présidant à la production de la « *chav mum* » en tant que figure à forte charge affective qui vient incarner certaines anxiétés relatives à la sexualité, la reproduction, la fertilité et les « mélanges raciaux » – un questionnement qui n'est pas très éloignée de celui que je propose ici.

³⁴² Je me réfère ici à la multiplication des discours posant certains comportements alimentaires comme « problématiques » chez les femmes enceintes en raison des risques qu'ils sont supposés faire encourir aux fœtus. Ainsi, par exemple, de la médiatisation de recherches montrant qu'un gain « excessif » de poids durant la grossesse augmente les risques d'obésité chez l'enfant à naître (BBC, 2006c) ou encore qu'une carence en oméga-3 chez la femme enceinte peut provoquer la dépression chez leurs enfants devenus adultes (Radio-Canada, 2011). Et les exemples ici pourraient se multiplier. L'omniprésence dans les dernières années des discours et pratiques en faveur de l'allaitement maternel – « aliment miracle » censé notamment augmenter le quotient intellectuel des enfants et les protéger contre plusieurs maladies chroniques (Hachey, 2009) – m'apparaît comme le prolongement direct de cette logique.

de problématisation, de la notion d'éthique du soin en tant qu'elle est convoquée par certaines chercheurs féministes comme assise d'une politique du privé informée de valeurs supposées émerger de l'expérience des femmes en tant que femmes. Comme je le précisais, bien que la prétention à pouvoir saisir l'expérience des femmes en tant que femmes de ces chercheuses ait soulevé de nombreux débats, le concept d'éthique du soin a quant à lui su susciter un intérêt considérable de la part de féministes d'horizons variés. Ces dernières proposent de penser l'éthique du soin en tant que complément (et non de substitut) à une éthique de la justice centrée sur les principes d'obligations, de droits et d'individualité (Robinson, 1999) – une éthique qui informe les conceptions traditionnelles de la citoyenneté mais qui se voit aussi mobilisée par exemple par les analyse de la « citoyenneté vécue » dont j'ai parlé à la section précédente. L'éthique du soin, par contraste avec l'éthique de la justice, est une pratique (Robinson, 1999) qui repose sur un apriori d'interdépendance de sujets :

the feminist ethic of care takes the idea of self-in relationship as a point of entry for thinking about responsibility and obligation... The moral subject in the discourse of care always already lives in a network of relationships, in which s/he has to find balance between different forms of responsibility (for the self, for others and for relationships between them) (Sevenhuijsen citée dans Lister, 2002 : 197).

Comme l'explique Lister (2007b), la littérature sur les liens qui s'établissent entre éthique du soin et la citoyenneté tend soit à poser les relations de soin en tant qu'obstacle à la citoyenneté des femmes (en raison de la division genrée du travail domestique), soit à y voir une ressource et une expression de citoyenneté. Dans ce dernier cas, les relations de soin sont le plus souvent pensées en tant que pratiques comparables au travail payé, pourtant beaucoup plus valorisé dans la conjoncture actuelle. Or, certaines voix s'élèvent aussi pour demander la reconnaissance des relations de soin en tant que forme de citoyenneté politique (Lister, 2007b) et, à ce titre, mettent de l'avant « a revised conception of citizenship in which the performance of her or his share of care has become a general citizen's obligation » (Diemut Bubeck citée dans Lister, 2002 : 197).

Les citoyennetés alimentaires discutées dans cette thèse me semblent contribuer directement aux débats sur l'éthique du soin en cours. N'ouvrent-elles pas la porte, précisément, à une politisation des relations de soin à l'intérieur de la famille³⁴³ en recadrant certaines obligations parentales en tant qu'expression de citoyenneté familiale ? Ou peut-être serait-il plus exact de dire qu'il s'agit d'une politisation d'un ensemble de fonctions traditionnellement féminines uniquement (l'achat des aliments et la préparation des repas familiaux, la transmission d'un certain savoir culinaire). Les références à la nécessité de revenir à la « sagesse de nos mères de nos grands-mères » (Pollan, 2008a) ou le discours genré d'un Jamie Olivier (chapitre 2) semblent bien procéder d'une féminisation des relations de soin mises en cause, la problématisation de ces fonctions en tant qu'enjeu de citoyenneté contribuant de ce fait à féminiser la nation elle-même³⁴⁴. Le citoyen familial produit par/dans l'alimentaire contemporain n'est donc pas tout à fait le même que celui décrit par Probyn, ce « consommateur individuel non genré » (1998 : 169) qui remplace et fait disparaître la femme en tant que responsable du bien-être de la famille. Car si une telle substitution semble bien à l'œuvre (notamment dans les discours du manger local et du nutritionnisme), la catégorie du « parent » se voit aussi, simultanément, produite en termes genrés par/dans la féminisation des relations de soin mises en cause.

L'enjeu des liens qui s'établissent entre la notion de citoyenneté familiale et les débats quant au potentiel politique des relations de soin m'apparaît en ce sens comme une piste d'analyse qu'il serait intéressant de poursuivre dans le prolongement de cette thèse. Parmi les nombreuses questions que cette piste soulève s'impose celle des différentes articulations de la citoyenneté familiale et des relations de soin produits par/dans les citoyennetés alimentaires contemporaines. Quelle effectivité ont ces articulations, par

³⁴³ Et même peut-être d'un « *caringscape* » (Popke, 2006) étendu, considérant que les discours du manger local mobilisent une conception post-cosmopolitique de la citoyenneté qui suppose, comme on l'a vu, un ensemble d'obligations non-réciproques et unilatérales émergeant des relations matérielles constitutives de la globalisation et de leurs effets plus ou moins distants spatialement et temporellement – et, donc, une éthique relationnelle assez similaire à l'éthique du soin telle que je l'ai décrite.

³⁴⁴ Le fait que Michelle Obama ait choisi l'alimentaire comme son cheval de bataille semble participer de cette féminisation de la nation par/dans la politisation de l'alimentaire.

exemple quant à la production et la valorisation de certaines pratiques de soin plutôt que d'autres ? S'agit-il d'un redoublement au niveau de la famille, en quelque sorte, des articulations de la citoyenneté et du rapport à soi dont j'ai fait le diagnostic ? Par ailleurs, quelles questions soulève la rencontre, dans les citoyennetés alimentaires contemporaines, de conceptions à la fois genrées et non-genrées de la citoyenneté familiale ?

Néolibéralisme radical et pouvoir préemptif

Finalement, une réflexion intéressante me semble pouvoir se développer autour des liens qui s'établissent entre les citoyennetés alimentaires exposés dans cette thèse et les notions de néolibéralisme radical et de politique préemptive décrites par des chercheurs tels que Patricia Clough *et al.* (2007) et Brian Massumi (2005; 2007; 2009).

Très brièvement, le néolibéralisme radical représente pour Clough *et al.* (2007) une nouvelle forme de gouvernance apparue dans la dernière décennie et qui opère essentiellement sur le mode de l'incertitude et de la manipulation affective. Le néolibéralisme radical, plus précisément, se caractérise par le déploiement d'un pouvoir préemptif qui mobilise l'incertitude afin d'agir sur le présent par une expérience affective du futur (*idem* : 70) :

While neoliberalism made use of indexes to prevent what was forecasted as coming from the future, reading the past as harbinger of the future, radical neoliberalism, by contrast, does not rely on prevention. It means to effect: for example, when fear of the future is stimulated in the present, the fear brings the future into the present in the form of an affective fact (*ibid.*: 8). Massumi, like Parisi and Goodman, treats this affective modulation of futurity as a deployment of preemptive power (*ibid.*: 8). (*idem* : 73)

Alors que la prévention suppose une connaissance suffisante de la menace à prévenir pour qu'un calcul des actions les plus appropriées puisse s'effectuer, le pouvoir préemptif, lui, opère à partir d'une « épistémologie de l'incertitude » :

the epistemology is unabashedly one of uncertainty, and not due to a simple lack of knowledge. There is uncertainty because the threat has not only not yet fully formed but, according to Bush's opening definition of preemption, it has not yet even emerged. In other words, the threat is still indeterminately in potential. This is an ontological premise: the nature of threat cannot be specified. (Massumi, 2007 : sans pagination)

Devant une menace toujours indéterminée, protéiforme et dont la prolifération est imprévisible, le pouvoir préemptif ne prévient pas mais il agit. Il agit en ramenant ce futur incertain dans le présent, c'est-à-dire en rendant bien actuelles les conséquences futures d'une éventualité qui peut s'actualiser ou non (Massumi, 2005). De cette façon, « [t]he future yet to be formed is actively populating the sensations of the present anticipating what is to come, the feeling of what happens before its actualization » (Parisi et Goodman, cités dans Clough et al., 2007 : 70). Le futur, en d'autres mots, agit dans le présent sous forme de « faits affectifs »³⁴⁵ qui sont aussi éminemment productifs. Le néolibéralisme radical convoque ainsi un pouvoir opérant de plus en plus par la manipulation affective, par une logique de préemption où :

the futurity of unspecified threat is affectively held in the present in a perpetual state of potential emergence(y) so that a movement of actualization may be triggered that is not only self-propelling but also effectively, indefinitely, ontologically productive, because it works from a virtual cause whose potential no single actualization exhausts. (Massumi, 2007 : sans pagination, accent original)

Peut-on penser la politique affective des citoyennetés alimentaires examinées dans cette thèse comme l'un des lieux où se déploie aujourd'hui un tel pouvoir préemptif ? Après tout, l'objectif est ici de neutraliser un potentiel virtuellement infini de menaces à la maximisation de santés somatiques, économiques et écologiques comprises comme indissociables les unes des autres.

³⁴⁵ Comme l'explique Massumi, « We have witnessed the birth of the affective fact as a key political operator. An affective mechanism earns the moniker "fact" by exhibiting the certainty to which empirical facts aspire when they are not just being stupid.» (2005 : 7)

Il s'agit en ce sens d'une menace diffuse et indéterminée qui ne peut être prévenue mais qui semble plutôt agir (affectivement) sur le présent. Les stratégies de relocalisation de l'alimentaire ou la création de « *survival gardens* » (cf. p. 196), par exemple, ne peuvent-elles pas être comprises comme actions préemptives rendant bien actuelles les conséquences futures d'éventuelles crises de sécurité et de salubrité alimentaires à grande échelle ? Et la réforme des plaisirs alimentaires de la jeune génération comme un effet de la présence affective de la menace diffuse d'un sous-développement du capital humain des travailleurs causant une banqueroute de l'État ?

Plus spécifiquement, on peut se demander si les citoyennetés alimentaires discutées ici ne participent pas du mouvement d'annexion de la sphère civile à la conduite de la guerre décrit par Massumi (2009). L'obésité et particulièrement l'obésité infantile sont notamment régulièrement posées en tant que menace intérieure à la sécurité nationale des États-Unis³⁴⁶ et parfois mises explicitement en relation avec le terrorisme. L'ancien chef du Service fédéral de la santé publique états-unien Richard Carmona affirmait par exemple en 2006 que « Obesity is the terror within. Unless we do something about it, the magnitude of the dilemma will dwarf 9-11 or any other terrorist attempt. » (cité dans Pace, 2006). Carmona s'inquiétait tout particulièrement de l'éventualité d'une génération d'adultes trop obèses pour défendre le pays et servir dans les forces armées, une possibilité aussi évoquée par d'autres figures publiques (La Presse Canadienne, 2007). L'alimentation apparaît ainsi, il me semble, comme l'un des points privilégiés du « continuum opérationnel » (Massumi, 2009 : 158) du pouvoir préemptif.



³⁴⁶ Lors du lancement de sa campagne de lutte à l'obésité infantile (*Let's Move*) en 2010, Michelle Obama déclarait : « The physical and emotional health of an entire generation and the economic health and security of our nation is at stake. » (citée sur le site Web de *Let's Move*, sans date : « Learn The Facts »)

Les discours examinés aux chapitres précédents ne sont plus exactement les mêmes qu’au moment de l’analyse. Le 3 avril 2011, quelques trois ans après ses débuts, *Mettez le Québec dans votre assiette!* changeait de visage pour devenir *Aliments du Québec, toujours le bon choix!*. Dotée d’un nouveau site Web (www.toujourslebonchoix.gouv.qc.ca), la campagne délaisse son ancien logo au profit d’une facture visuelle centrée sur le slogan « Toujours le bon choix! », le logo *Aliments du Québec* et l’image en gros plan de sa nouvelle porte-parole, la comédienne et animatrice Chantal Fontaine. Le tout avec pour objectif avoué d’« accompagner le consommateur dans son geste d’achat [et de] simplifier le geste d’achat en fournissant aux consommateurs un repère incontournable, à savoir le logo Aliments du Québec» (MAPAQ, 2011). Du coup, si les arguments invoqués en faveur de l’alimentation locale restent les mêmes, l’accent se déplace du plaisir de manger local à un moment d’achat en épicerie réduit à un quasi-réflexe par l’assurance – personnalisée cette fois par le recours à une porte-parole – que les produits arborant les logos d’Aliments du Québec sont « toujours le bon choix ».

Un peu plus d’une semaine après le lancement la nouvelle mouture de *Mettez le Québec dans votre assiette!*, le premier épisode de la seconde saison de *Jamie Oliver’s Food Revolution* était diffusé sur les ondes de la chaîne états-unienne ABC. Le chef-célébrité y reprend sa croisade en vue de « sauver la santé de l’Amérique »³⁴⁷ par un retour des États-Uniens à leurs fourneaux, une réforme des repas servis en milieu scolaire et des mesures d’éducation à l’alimentaire s’adressant aux adultes aussi bien qu’aux enfants. Il poursuit parallèlement sa carrière d’entrepreneur moral en Grande-Bretagne avec la création de curriculums en compétences alimentaires à l’intention des écoliers britanniques (*Jamie’s Home Cooking Skills*, niveau 1 et 2) ainsi que par la production d’une nouvelle série (*Jamie’s Dream School*) faisant le récit des efforts du chef, entouré d’experts de

³⁴⁷ « This Food Revolution is about saving America's health by changing the way people eat. It's not just a TV show; it's a movement for you, your family and your community. If you care about your kids and their future, take this revolution and make it your own. Educate yourself about food and cooking, and find out what your child is eating at school. Make only a few small changes and magical things will happen. Switching from processed to fresh food will not only make you feel better, it will also add years to your life. » (*Jamie Oliver’s Food Revolution*, sans date : « about »)

diverses disciplines, pour convaincre 20 jeunes décrocheurs de reprendre les études. Ces divers projets viennent réactualiser, chacun à leur façon, le discours de la culture alimentaire comme compétence de vie de *Jamie's School Dinners* tout en posant un éventail toujours plus large de groupes en tant qu'objets légitimes d'une intervention *foodie*.

Certains déplacements s'observent, donc, mais l'investissement de l'alimentaire dont ces discours témoignent – et dont ma thèse participe – est, lui, toujours aussi intense. Et peut-être même davantage. Dans la seule semaine retour en ondes de *Jamie Oliver's Food Revolution*, le très populaire chef québécois Ricardo Larrivée annonçait par exemple son implication dans une nouvelle émission consacrée à l'agriculture urbaine (*Le fermier urbain*) alors que de nouveaux discours de crise de sécurité alimentaire faisaient leur apparition dans les quotidiens montréalais (Desjardins, 2011; Straziuso & Odula, 2011). Loin d'avoir perdu de sa pertinence, la question sur laquelle s'ouvre cette thèse (« What is all this foodism about? ») semble au contraire s'imposer encore aujourd'hui, et peut-être même avec plus de force.

Médiagraphie

<http://alimentsdici.info>

<http://kampai.radio-canada.ca/kampai/concept/>

<http://mcn.iga.net/>

<http://portesouvertes.upa.qc.ca>

<http://www.alimentsdici.info>

<http://www.atestrie.com>

<http://www.buywesteatbest.org.au>

<http://www.canadianparents.com>

<http://www.chefsblogs.com/directory/index.php>

<http://www.chopchopmag.com>

<http://www.clintonfoundation.org>

<http://www.defisante530equilibre.ca>

<http://www.editions-chu-sainte-justine.org>

<http://www.edu.gov.on.ca/eng/healthyschools/eatingwell.html>

<http://www.fanpop.com/spots/anthony-bourdain>

<http://www.farmentoschool.org>

<http://www.feedmebetter.com> (site retiré maintenant)

<http://www.festivaldesfromages.qc.ca>

<http://www.fondationchagnon.org>

<http://www.foodland.gov.on.ca>

<http://www.fromagesdici.com>

<http://www.gepeep.org>

<http://www.giadadelaurentiis.com>

<http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/food-guide-aliment/index-fra.php>

<http://www.inspection.gc.ca/francais/fssa/labeti/guide/tab8f.shtml>

<http://www.jamieoliver.com>

<http://www.jamiesministryoffood.com>

<http://www.killtherestaurant.com>

<http://www.kiplog.com/food/foodlinks.htm>

<http://www.lemouvementmangezvrai.ca>
<http://www.letsgetcooking.org.uk>
<http://www.letsmove.gov>
<http://www.locavores.com>
<http://www.nhs.uk/change4life>
<http://www.noo.org.uk>
<http://www.noraskitchen.com>
<http://www.nourrirnotremonde.org>
<http://www.parcours gourmand.com>
http://www.radio-canada.ca/emissions/christiane_charette/
<http://www.radio-canada.ca/emissions/desautels/>
<http://www.ricardocuisine.com>
<http://www.richardbeliveau.org>
<http://www.routesgourmandes.com>
<http://www.saveursettentations.com/decouvertedessaveurs>
<http://www.slowfood.com>
<http://www.slowfood.com/education>
<http://www.tableedeschefs.org>
<http://www.tablesetrelaisduterroir.com>
<http://www.territoires.qc.ca>
<http://www.terroirsquebec.com>
<http://www.theget.com>
<http://www.toujourslebonchoix.gouv.qc.ca>
<http://www.parentsjury.org.au>
<http://www.theplonkerclub.com>
<http://www.tourisme-monteregion.qc.ca/fr/decouvrir-la-region/cidre-cidrierie-cidriculteur-verger>
<http://www.webbyawards.com>

Bibliographie

- 100-mile diet (sans date-a). « About ». En ligne: <<http://100milediet.org/>>. Consulté le 20 octobre 2008.
- 100-mile diet (sans date-b). « Why eat local? ». En ligne: <<http://100milediet.org/why-eat-local>>. Consulté le 28 mai 2010.
- Adema, Pauline (2000). « Vicarious consumption: food, television, and the ambiguity of modernity » *Journal of American & comparative Cultures*, 23(3): 113-123.
- Agamben, Giorgio (2008). *Signatura rerum. Sur la méthode*. Paris : Librairie philosophique J. Vrin.
- Agamben, Giorgio (2002). « What is a Paradigm? ». En ligne: <www.egs.edu/faculty/agamben/agamben-what-is-a-paradigm-2002.html>. Consulté le 15 février 2011.
- Aldred, Jessica (2005, 24 octobre). « Oliver opens school for dinner ladies » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/education/2005/oct/24/schools.uk1>>. Consulté le 1^{er} août 2009.
- Aliments du Québec (2010a). « Accueil ». En ligne: <<http://www.alimentsduquebec.com>>. Consulté le 22 octobre 2008.
- Aliments du Québec (2010b). « Présentation ». En ligne: <<http://www.alimentsduquebec.com/?action=presentation>>. Consulté le 22 octobre 2008.
- Aliments du Québec (2009). « Produits ». En ligne: <<http://bd.alimentsduquebec.com/publique/produits.aspx>>. Consulté le 22 juillet 2010.
- Aliments du Québec (2007). *Sceau d'authenticité de provenance des produits agroalimentaires du Québec*. Mémoire présenté à la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Québec. En ligne: <http://www.caaq.gouv.qc.ca/userfiles/File/Memoires%20nationales%20Montreal/22-M-Aliments_Quebec.pdf>. Consulté le 16 juin 2010.
- Allen, Patricia & Clare Hinrichs (2007). « Buying into 'Buy Local': Engagements of United States Local Food Initiatives » in Maye, Damian; Holloway, Lewis et Moya

Kneafsey (dir. publ.). *Alternative Food Geographies. Representation and Practice*. Amsterdam: Berg. pp.255-272.

- Amhed, Sara (2004). *The Cultural Politics of Emotion*. New York: Routledge.
- Amilien, Virgine; Fatiha Fort et Nicolas Ferras (2007) « Hyper-real territories and urban markets: changing conventions for local food – case studies from France and Norway » *Anthropology of Food*. S2, Mars 2007, From local food to localised food/De produits locaux à produits localisés. En ligne: <<http://aof.revues.org/document446.html>>. Consulté le 22 février 2011.
- Amin, Ash (2002). « Spatialities of globalisation » *Environment and Planning A*, 34: 385-399.
- Appadurai, Arjun (1981). « Gastro-politics in Hindu South Asia » *American Ethnologist*, 8(3): 494-511.
- Archambault, Jean-Francois (2010). *Kuizto*. Montréal: Les Éditions Transcontinental.
- Armstrong, David (1995). « The rise of surveillance medicine » *Sociology of Health & Illness*, 17(3): 393-404.
- Ascher, François (2005). *Le mangeur hypermoderne*. Paris: Odile Jacob.
- Austen, Ian (2007, 23 décembre). « Quebec's Panel on Immigrant Relations Adds to Din of Discord » *The New York Times*, p. A11.
- Barham, Elizabeth (2003). « Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling » *Journal of Rural Studies*, 19: 127-138.
- Baribeau, Hélène (2009, 30 novembre). « Les super antioxydants » *Passeportsanté.net*. En ligne: <http://blogue.passeportsante.net/helenebaribeau/2009/11/les_super_antioxydants.html>. Consulté le 29 mars 2011.
- Barlow, Julie (2009, 20 avril). « De la farine, ça sert à quoi ? » *L'Actualité*. En ligne: <http://www.lactualite.com/20090420_102506_5940>. Consulté le 30 juin 2009.
- Barnett, C. et al. (2005). « Consuming Ethics: Articulating the Subjects and Spaces of Ethical » *Consumption Antipode*: 23-45.
- Barthes, Roland (1961). « Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine » *Annales*, 16 : 977-986.

- Barton, Laura (2009, 26 mars). « The people's chef ». *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/gallery/2009/mar/26/jamie-oliver-naked-chef-books>>. Consulté le 15 juin 2009.
- Baubock, Rainer (1994). *Transnational Citizenship: Membership and Rights in International Migration*. London: Edward Elgar.
- Bauman, Zygmunt (2006). *Liquid fear*. Cambridge: Polity Press.
- BBC (2006a, 2 février). « Oliver wins Ch 4 political award » *BBC*. En ligne: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/4673028.stm>. Consulté le 10 mars 2011.
- BBC (2006b, 19 mai). « Junk food banned in school meals » *BBC*. En ligne: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/education/4995268.stm>. Consulté le 3 septembre 2009.
- BBC (2006c, 10 août). « More babies becoming overweight » *BBC News*. En ligne: <<http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/health/4777485.stm>>. Consulté le 1^{er} mai 2009.
- BBC (sans date). « Jamie Oliver » *Chefs biogs*. En ligne: <http://www.bbc.co.uk/food/chef_biogs/m.shtml#jamie_oliver>. Consulté le 26 juin 2009.
- Beaulieu, Camille (2008, 27 juin). « Le Québec exclu des tablettes » *Journal Alternatives*, vol. 14 (10). En ligne: <<http://www.alternatives.ca/fra/journal-alternatives/publications/archives/2008/volume-14-no-10-juillet-aout/article/le-quebec-exclu-des-tablettes?lang=fr>>. Consulté le 7 août 2008.
- Beck, Leslie (2010, 14 septembre). « Alcohol linked to greater risk of breast cancer recurrence » *Globe and Mail*. En ligne: <<http://www.theglobeandmail.com/life/health/alcohol-linked-to-greater-risk-of-breast-cancer-recurrence/article1707750/>>. Consulté le 29 mars 2011.
- Beck, Ulrich (1992). *Risk Society: Toward a New Modernity*. New York: Sage.
- Belasco, Warren (1989). *Appetite for Change: How the Counterculture Took on the Food Industry*. New York: Pantheon Books.

Béliveau, Richard (2011a, 7 mars). « Un anti-inflammatoire qui a du « piquant » » *Le Journal de Montréal*. En ligne :
 <<http://www.richardbeliveau.org/images/chroniques/R2011-03-07-MAR-042--CompressedSecured.pdf>>. Consulté le 13 avril 2011.

Béliveau, Richard (2011b, 14 février). « Du chocolat noir pour un cœur en santé » *Le Journal de Montréal*. En ligne :
 <<http://www.richardbeliveau.org/images/chroniques/R2011-02-14-FEV-042--CompressedSecured.pdf>>. Consulté le 29 mars 2011.

Béliveau, Richard (2010a, 6 décembre). « Des gras pour prévenir les fractures de la hanche » *Le Journal de Montréal*. En ligne :
 <<http://www.richardbeliveau.org/images/chroniques/R2010-12-06-DEC-049--CompressedSecured.pdf>>. Consulté le 13 avril 2011.

Béliveau, Richard (2010b, 8 novembre). « L'amertume, ça peut être bon pour la santé » *Le Journal de Montréal*. En ligne :
 <<http://www.richardbeliveau.org/images/chroniques/R2010-11-08-NOV-043--CompressedSecured.pdf>>. Consulté le 13 avril 2011.

Béliveau, Richard (2009). *La santé par le plaisir de bien manger*. Montréal : Éditions Trécarré.

Béliveau, Richard (2006a, 16 octobre). « Coup d'oeil sur les antioxydants » *Journal de Montréal*. En ligne: <[http://www.richardbeliveau.org/images/chroniques/R2006-10-16-OCT-053--CompressedSecured.pdf#search="antioxydants"](http://www.richardbeliveau.org/images/chroniques/R2006-10-16-OCT-053--CompressedSecured.pdf#search=)>. Consulté le 29 mars 2011.

Béliveau, Richard (2006b, 10 avril). « Le cancer du pancréas, foudroyant » *Le Journal de Montréal*. En ligne: <[http://www.richardbeliveau.org/images/chroniques/R2006-04-10-AVR-038--CompressedSecured.pdf#search="cancer"](http://www.richardbeliveau.org/images/chroniques/R2006-04-10-AVR-038--CompressedSecured.pdf#search=)>. Consulté le 29 mars 2011.

Béliveau, Richard (2006c). *Cuisiner avec les aliments contre le cancer*. Montréal : Éditions Trécarré.

Béliveau, Richard (2005a, 24 octobre). « Mieux vaut prévenir que guérir ! » *Le Journal de Montréal*. En ligne : <<http://www.richardbeliveau.org/images/chroniques/R2005-10-24-OCT-051--CompressedSecured.pdf>>. Consulté le 13 avril 2011.

Béliveau Richard (2005b). *Les aliments contre le cancer*. Montréal : Éditions Trécarré.

- Bell, David & Gill Valentine (1997). *Consuming Geographies. We are what we eat.* London; New York: Routledge.
- Bennett, Tony (1998). *Culture. A Reformer's Science.* London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications.
- Bérard, Laurence et Philippe Marchenay (2007). *Produits de Terroir. Comprendre et agir.* Bourg-en-Bresse: Centre National de la recherche scientifique.
- Bergerot, Anne (sans date). « De lourdes conséquences économiques » *Vache Folle. Le Canada sous surveillance.* En ligne: <<http://www.radio-canada.ca/nouvelles/dossiers/vache-folle/>>. Consulté le 10 juin 2010.
- Berlant, Lauren et Warner, Michael. (2002). « Sex in Public » in Warner, Michael (dir publ.). *Publics and Counterpublics.* New York: Zone Books. pp. 187-208. Article original dans *Critical Inquiry* disponible en ligne : <http://www.uoguelph.ca/~psychgeo/berlant_-_sex_in_public.pdf>. Consulté le 11 février 2011.
- Berlant, Lauren (1997). *The Queen of America Goes to Washington City. Essays on Sex and Citizenship.* Durham; London: Duke University Press.
- Bernac, Nancy (2010, 3 août). « Michelle Obama appelée à la rescousse du parti démocrate » *La Presse.* En ligne : <<http://www.cyberpresse.ca/international/etats-unis/201008/03/01-4303535-michelle-obama-appellee-a-la-rescousse-du-parti-democrate.php>>. Consulté le 8 avril 2011.
- Bérubé, Stéphanie (2009a, 11 mars). « Le zonage pour lutter contre la malbouffe à l'école » *La Presse.* En ligne: <<http://www.cyberpresse.ca/actualites/quebec-canada/sante/200903/11/01-835372-le-zonage-pour-lutter-contre-la-malbouffe-a-lecole.php>>. Consulté le 4 septembre 2009.
- Bérubé, Stéphanie (2009b, 20 avril). « Manger local : la télérealité » *La Presse.* En ligne: <<http://www.cyberpresse.ca/chroniqueurs/stephanie-berube/200904/20/01-848296-manger-local-la-telerealite.php>>. Consulté le 21 avril 2010.
- Bérubé, Stéphanie (2009c, 27 juin). « La camerise, prochain petit fruit du Québec? » *La Presse.* En ligne: <<http://www.cyberpresse.ca/vivre/cuisine/en-vrac/200906/27/01-879369-la-camerise-prochain-petit-fruit-du-quebec.php>>. Consulté le 21 avril 2010.

- Bérubé, Stéphanie (2009d, 27 avril). « Pour la planète, manger local ou végété ? » *La Presse*. En ligne: <<http://www.cyberpresse.ca/chroniqueurs/stephanie-berube/200904/27/01-850650-pour-la-planete-manger-local-ou-vege.php>>. Consulté le 21 avril 2010.
- Bérubé, Stéphanie (2009e, 2 avril). « L'agneau de Charlevoix prend du galon. Le Québec obtient sa première appellation contrôlée » *La Presse*, p.A18.
- Bérubé, Stéphanie (2009f, 11 mai). « Asperges: les producteurs locaux misent sur l'élastique jaune » *La Presse*. En ligne: <<http://www.cyberpresse.ca/vivre/200905/11/01-855443-asperges-les-producteurs-locaux-misent-sur-lelastique-jaune.php>>. Consulté le 21 avril 2010.
- Bérubé, Stéphanie (2009g, 25 janvier). « La fraude alimentaire. Les escrocs de l'alimentation Savez-vous ce que vous mangez? Vraiment? » *La Presse*. p. A2.
- Bérubé, Stéphanie (2009h, 12 décembre). « Les légumes écolos ne sont pas ceux que vous croyez » *La Presse*. En ligne: <<http://www.cyberpresse.ca/vivre/cuisine/200912/12/01-930448-les-legumes-ecolos-ne-sont-pas-ceux-que-vous-croyez.php>>. Consulté le 21 avril 2010.
- Bérubé, Stéphanie (2009i, 20 août). « Fini les charcuteries pour les petits? » *La Presse*. En ligne: <<http://www.cyberpresse.ca/vivre/sante/enfants/200908/20/01-894145-fini-les-charcuteries-pour-les-petits.php>>. Consulté le 29 mars 2011.
- Bérubé, Stéphanie (2008a, 20 juin). « Les marchés publics se multiplient au Québec » *La Presse*, p.A5.
- Bérubé, Stéphanie (2008b, 15 avril). « La faim du monde. La terre crie famine » *La Presse*, p.A2.
- Bérubé, Stéphanie (2007, 7 septembre). « Les agriculteurs québécois veulent un CRTC alimentaire » *La Presse*, p.A10.
- Bérubé, Stéphanie (2006, 7 mai). « Du nouveau dans l'assiette » *La Presse*, p.A4.
- Béthel, Lorraine et Barbara Smith (dir. publ.) (1979). « The Black Women's Issue » *Conditions*, p.5.
- Biltekoff, Charlotte Anne (2006). *Hidden Hunger: Eating and Citizenship from Domestic Science to the Fat Epidemic*. [Thèse de doctorat] Department of American Civilization, Brown University, Rhode Island.

- Blac, Jane (2010, 5 août). « Senate passes child nutrition bill » *The Washington Post*. En ligne : <<http://voices.washingtonpost.com/all-we-can-eat/food-politics/senate-passes-child-nutrition.html>>. Consulté le 7 août 2010.
- Black, Jane (2009, 7 décembre). « Think you're dining 'green'? Menus won't always tell you. Founding Farmers still strives for goal of 'sustainable' food » *The Washington Post*. En ligne: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/12/06/AR2009120602778_pf.html>. Consulté le 7 juin 2010.
- Black, Jane (2007, 22 août). « The Geography of Flavor» *Washington Post*. En ligne: <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2007/08/21/AR200708210362_pf.html>. Consulté le 8 janvier 2009.
- Blay-Palmer, Alison et Betsy Donald (2007). « Manufacturing Fear: The Role of Food Processors and Retailers in Constructing Alternative Food Geographies in Toronto, Canada » in Maye, Damian; Holloway, Lewis et Moya Kneafsey (dir. publ.). *Alternative Food Geographies. Representation and Practice*. Amsterdam : Berg. pp.273-288.
- Bloomfield, Steve et Severin Carrell (2004, 19 décembre). « Celebrity chef calls Jamie Oliver whore for promoting salmon farm » *Spinwatch*. En ligne: <<http://www.spinwatch.org/latest-news-mainmenu-10/154-food-industry/564-celebrity-chef-calls-jamie-oliver-whore-for-promoting-salmon-farm>>. Consulté le 29 juin 2009.
- Boivin, Marc (2007, mai). « Richard Béliveau. L'innovateur visionnaire de la nouvelle approche en prévention du cancer » *UQTR-Energia*. En ligne : <http://www.cicc.umontreal.ca/recherche/chercheurs_reguliers/natacha_brunelle/energia_article_chaire.pdf>. Consulté le 13 avril 2011.
- Born, B. et M. Purcell (2006). « Avoiding the Local Trap: Scale and Food Systems in Planning Research » *Journal of Planning Education and Research*, 26: 195-207.
- Bratman, S. (2000). *Health Food Junkies. Overcoming the Obsession with Healthful Eating*. New York : Broadway Books.
- Brisebois, Sophie (2008). « Manger québécois: un peu, beaucoup, passionnément, à la folie? » *Délicieusement québécois*: 5.

- British Government (2003). *Every Child Matters*. En ligne:
<<http://www.dcsf.gov.uk/everychildmatters/about/background/background/>>.
Consulté le 1^{er} juin 2009.
- Brown, Corie (2010, 1^{er} avril). « Jamie Oliver Fights Back » *Zester Daily*. En ligne:
<<http://www.zesterdaily.com/media-a-entertainment/465-jamie-oliver-fights-back>
Consulté le 17 mars 2011.
- Brown, Linda Keller et Kay Mussell (dir. publ.) (1984). *Ethnic and Regional Foodways in the United States: The Performance of Group Identity*. Knoxville: University of Tennessee Press.
- Brunori, Gianluca (2007) « Local food and alternative food networks: a communication perspective » *Anthropology of Food*: S2, Mars 2007, from local food to localised food/De produits locaux à produits localisés. En ligne:
<<http://aof.revues.org/document430.html>>. Consulté le 2 juillet 2007.
- Buck D., C. Getz et J. Guthman (1997). « From farm to table: the organic vegetable commodity chain of northern California » *Sociologia Ruralis* 37 (1): 1-20.
- Bullen, A. et M. Whitehead (2005). « Negotiating the Networks of Space, Time and Substance: A Geographical Perspective on the Sustainable » *Citizen Citizenship Studies* 9(5): 499-516.
- Burchell, Graham (1991). « Peculiar Interests: Civil Society and Governing “The System of Natural Liberty” » in Burchell, Graham, Colin Gordon & Peter Miller (dir. publ.). *The Foucault Effect: Studies in Governmentality: with two lectures and an interview with Michel Foucault*. Chicago: The University of Chicago Press, pp. 199-150.
- Burros, Marian (2009, 19 mars). « Obamas to Plant Vegetable Garden at White House » *The New York Times*. En ligne :
<<http://www.nytimes.com/2009/03/20/dining/20garden.html>>. Consulté le 24 juin 2010.
- Business Wire (2009, 30 juin). « National Survey: Green Is Officially Mainstream – But Consumers Are Confused, Skeptical About Products ». En ligne:
<http://www.businesswire.com/portal/site/home/permalink/?ndmViewId=news_view&newsId=20090630005830&newsLang=en>. Consulté le 7 juillet 2009.

- CAAAQ – Commission sur l’avenir de l’agriculture et de l’agroalimentaire québécois (2008). Agriculture et agroalimentaire : assurer et bâtir l’avenir. Propositions pour une agriculture durable et en santé. En ligne: <http://www.caaaq.gouv.qc.ca/userfiles/File/Dossiers%2012%20fevrier/RapportFr_haute.pdf>. Consulté le 3 mars 2009.
- CNN (2006, 8 mai). « TV Chef’s Double Helping of Awards » *CNN.com*. En ligne: <<http://www.cnn.com/2006/SHOWBIZ/TV/05/08/bafta.oliver/index.html>>. Consulté le 10 mars 2011.
- Camas, Joanne (sans date). « An Epicurious Q&A: Michael Pollan » *Epicurious*. En ligne: <<http://www.epicurious.com/articlesguides/chefsexperts/interviews/michaelpollaninterview>>. Consulté le 18 août 2010.
- Caputo, John (1993). « On Not Knowing Who We Are. Madness, Hermeneutics, and the Night of Truth in Foucault » in Caputo, John et Mark Yount (dir. publ.). *Foucault and the Critique of Institutions*, University Park: Pennsylvania State University Press, pp. 233-262.
- CARTV – Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (2009). « À propos du CARTV ». En ligne: <<http://www.cartvquebec.com/bienvenue-sur-le-site-cartv>>. Consulté le 4 juin 2010.
- CARTV – Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (2007). *La reconnaissance et la promotion des produits québécois d’identité*. Mémoire présenté dans le cadre de la Commission sur l’avenir de l’agriculture et de l’agroalimentaire du Québec. En ligne: <http://www.caaaq.gouv.qc.ca/userfiles/File/Annexes-memoire/Memoire_CARTV.pdf>. Consulté le 4 juin 2010.
- Causse, Céline (2005). *Les secrets de santé des antioxydants*. Monaco: Editions Alpen.
- Center for Science in the Public Interest (2010). *Food Labeling Chaos. The case for reform*. En ligne: <http://cspinet.org/new/pdf/food_labeling_chaos_report.pdf>. Consulté le 8 juin 2010.
- Chalifour, Patrick (2005, 23 août). « L’agriculture multifonctionnelle... vision d’avenir ? ». Site du MAPAQ. En ligne: <[http://www.mapaq.gouv.qc.ca/cgi-bin/MsmGo.exe?grab_id=95&page_id=15213312&query=multifonctionnalité&hiword=multifonctionnalité+](http://www.mapaq.gouv.qc.ca/cgi-bin/MsmGo.exe?grab_id=95&page_id=15213312&query=multifonctionnalité&hiword=multifonctionnalité+>)>. Consulté le 3 novembre 2008.

- Channel 4 (2005a). « Home » *Jamie's School Dinners*. En ligne: <http://www.channel4.com/life/microsites/J/jamies_school_dinners/>. Consulté le 2 juin 2009.
- Channel 4 (2005b). « Do something » *Jamie's School Dinners*. En ligne: <http://www.channel4.com/life/microsites/J/jamies_school_dinners/do_something/index.html>. Consulté le 28 août 2009.
- Chrétien, Daniel (2007, 10 mai). « La bouffe de chez nous » *L'actualité*. En ligne: <http://www.lactualite.com/print/20070510_133257_375?page=0,1>. Consulté le 20 mai 2010.
- Christiane Charrette* (2011a, 24 janvier). « Le débat politique, fleur de notre société ? ». En ligne: <http://www.radio-canada.ca/emissions/christiane_charette/2010-2011/chronique.asp?idChronique=132274>. Consulté le 26 janvier 2011.
- Christiane Charrette* (2011b, 7 mars). « Trop présente, la gastronomie? ». En ligne : <http://www.radio-canada.ca/emissions/christiane_charette/2010-2011/chronique.asp?idChronique=138934>. Consulté le 12 avril 2011.
- Christiane Charrette* (2010, 18 février) « La portée de l'achat local ». En ligne : <http://www.radio-canada.ca/emissions/christiane_charette/2010-2011/chronique.asp?idChronique=104123>. Consulté le 22 mars 2011
- Clement, Grace (1996). *Care, autonomy, and justice: feminism and the ethic of care*. Boulder, CO: Westview Press.
- Cliche, Jean-François (2010, 18 février). « Achat local de nourriture: les consommateurs ont besoin de guides » *Le Soleil*. En ligne: <<http://www.cyberpresse.ca/le-soleil/actualites/environnement/201002/17/01-952773-achat-local-de-nourriture-les-consommateurs-ont-besoin-de-guides.php>>. Consulté le 21 mai 2010.
- Clough, Patricia T. et al. (2007). « Notes Towards a Theory of Affect-Itself » *Ephemera*, 7(1): 60-77.
- Cloutier, Mario (2009, 24 avril). « Programmation 2009-2010. Beaucoup de reprises à Radio-Canada » *La Presse*. p.Arts spectacles3.
- CMED - Commission mondiale sur l'environnement et le développement (1987). *Notre avenir à tous* (Rapport Brundtland). En ligne: <http://www.wikilivres.info/wiki/Rapport_Brundtland>. Consulté le 9 décembre 2008.

- Coalition québécoise sur la problématique du poids* (sans date). « Impacts sur la santé ». En ligne: <<http://www.cqpp.qc.ca/fr/epidemie-d-obesite/impacts-sur-la-sante>>. Consulté le 6 avril 2011.
- Cohen, Elizabeth F. (2009). *Semi-Citizenship in Democratic Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Commission de consultation sur les pratiques d'accomodement reliées aux différences culturelles (2007). *Accommodements et différences. Vers un terrain d'entente : la parole aux citoyens*. Document de consultation. En ligne: <<http://www.accommodements.qc.ca/documentation/document-consultation.pdf>>. Consulté le 2 août 2010.
- Consortium conjoint pour les écoles en santé (2009). « Qu'est-ce que l'approche globale de la santé en milieu scolaire? ». En ligne: <http://french.jcsh-cces.ca/jcsh/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=37>. Consulté le 16 juillet 2009.
- Consumers' Association (2003). « Market Research Technical Report – Food in schools research » *Consumer Policy Review*, 13(2).
- Côté-Paluck, Étienne (2006, 11 octobre). « Épinard E. coli : l'industrie au banc des accusés » *Branchez-vous!*. En ligne: <http://environnement.branchez-vous.com/2006/10/epinards_e_coli_lindustrie_au.html>. Consulté le 10 juin 2010.
- Counihan, Carole et Penny Van Esterik (dir. publ.) (1997). *Food and Culture. A Reader*. New York: Routledge.
- Coveney, J. et R. Bunton (2003). « In pursuit of the study of pleasure: implications for health research and practice » *Health: An Interdisciplinary Journal for the Social Study of Health, Illness and Medicine*, 7(2): 161-179.
- Coveney, John (2000). *Food, Morals and Meaning. The Pleasure and anxiety of eating*. London; New York: Routledge
- Cowles, Isabel (2008, 24 juin). « An Obama Victory Garden » *Huffington Post*. En ligne : <http://www.huffingtonpost.com/isabel-cowles/an-obama-victory-garden_b_143309.html>. Consulté le 24 juin 2010.
- Crace, John (2005, 15 février). « Cool dinners » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/society/2005/feb/15/education.schools>>. Consulté le 22 juin 2009.

- Crawford, Robert (2006). « Health as a meaningful social practice » *Health: An Interdisciplinary Journal for the Social Study of Health, Illness and Medicine*, 10(4): 401-420.
- Cruikshank, Barbara (1999). *The Will to Empower: Democratic Citizens and Others*. Ithaca: Cornell University Press.
- Cruikshank, B. (1994). « The will to empower: technologies of citizenship and the war on poverty » *Radical Society*, 23(4): 29-55.
- Curtis, Polly (2007, 3 octobre). « Children find Jamie Oliver's school food hard to swallow, say inspectors » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/society/2007/oct/03/2>>. Consulté le 11 septembre 2009.
- Curtis, Polly (2005, 30 mars). « Kelly serves up 50p pledge on school meals » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/education/2005/mar/30/schools.uk>>. Consulté le 2 juin 2009.
- Dagger, Richard (2002). « Republican Citizenship » in Isin, Engin F. et Bryan S. Turner (dir. publ.). *Handbook of Citizenship Studies*. London; New Delhi: Sage Publications. pp. 145-157.
- Dean, Mitchell (1999). *Governmentality: Power and Rule in Modern Society*. London: Sage Publications.
- Deans, Jason (2002, 15 février). « BBC scraps Jamie Oliver talks » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/media/2002/feb/15/broadcasting.bbc2/print>>. Consulté le 29 juin 2009.
- Defrance, Alyette (1994). *To eat or not to eat. 25 ans de discours alimentaire dans la presse*. Paris : Les Cahiers de l'Ocha N°4.
- Deglise, Fabien (2010a, 22 janvier). «Alimentation: le choix des enfants...» *Le Devoir*. p.A5
- Deglise, Fabien (2010b, 27 et 28 février). « A beau mal goûter qui vient de loin » *Le Devoir*. p.D4.

- Deglise, Fabien (2008a, 22 septembre). « Mélatamine dans du lait en poudre - Nestlé nie que ses produits aient été contaminés » *Le Devoir*. En ligne: <<http://www.ledevoir.com/international/asiel/206770/melamine-dans-du-lait-en-poudre-nestle-nie-que-ses-produits-aient-ete-contamines>>. Consulté le 10 juin 2010.
- Deglise, Fabien (2008b, 30 août). « La dernière victime: Maple Leaf - Ces bactéries rusées » *Le Devoir*. En ligne: <<http://www.ledevoir.com/societe/science-et-technologie/203490/la-derniere-victime-maple-leaf-ces-bacteries-rusees>>. Consulté le 10 juin 2010.
- Deglise, Fabien (2007a, 18 août). « Pesticides: le portrait québécois est peu reluisant » *Le Devoir*. p.A6.
- Deglise, Fabien (2007b, 15 décembre). « La tourtière de la discorde » *Le Devoir*. p.A6.
- Deglise, Fabien (2006a, 8 juillet). « Le cri du coeur de soeur Angèle contre les émissions culinaires » *Le Devoir*. p.A1.
- Deglise, Fabien (2006b, 28 octobre). « Salon international de l'alimentation. Manger tendance ou quand les aliments transformés se mettent au goût du jour » *Le Devoir*. p.A8.
- Deleuze, Gilles (1969). *Logique du sens*. Paris: Éditions de minuit
- Demetz Jean-Michel (2007, 15 mars). « Québec. Le savoir- vivre ensemble » *L'Express*, p.82.
- Denoux, Patrick (2004). «Nouvelles obsessions alimentaires: « l'orthorexie, une névrose culturelle ? »», *actes du forum « Aux bons soins de l'alimentation »*, 14 décembre 2004. En ligne: <http://www.agrobiosciences.org/article.php3?id_article=1260>. Consulté le 1^{er} septembre 2010.
- Department for Children, Schools and Families (2006, 4 septembre). « Press Notice: Johnson announces multi-million pound package to improve school food and fight childhood obesity ». En ligne: <http://www.dcsf.gov.uk/pns/DisplayPN.cgi?pn_id=2006_0121>. Consulté le 4 juin 2009.
- Department for Children, Schools and Families (2005, 30 mars). « Press Notice: Healthy food in schools - transforming school meals ». En ligne: <http://www.dcsf.gov.uk/pns/DisplayPN.cgi?pn_id=2005_0044>. Consulté le 4 juin 2009.

- Department of Health – UK (2008). *Healthy Weight, Healthy Lives: A Cross-Government Strategy for England*. En ligne: <http://www.dh.gov.uk/en/Publicationsandstatistics/Publications/PublicationsPolicyAndGuidance/DH_082378>. Consulté le 19 juin 2009.
- Department of Health - UK (2004). « Choosing Health: Making healthy choices easier ». En ligne: <http://www.dh.gov.uk/en/Publicationsandstatistics/Publications/PublicationsPolicyAndGuidance/DH_4094550>. Consulté le 17 août 2007.
- Department of Health et Department for Children, Schools & Families (2009). « About Healthy Schools » *Healthy Schools*. En ligne: <<http://www.healthyschools.gov.uk/About.aspx>>. Consulté le 16 juillet 2009.
- Department of Health and Human Services – US (2001). *The Surgeon General's call to action to prevent and decrease overweight and obesity*. En ligne: <<http://www.surgeongeneral.gov/topics/obesity/calltoaction/CalltoAction.pdf>>. Consulté le 17 juin 2009.
- Désautels* (2010, 16 février). « Achats locaux : un choix écolo? ». En ligne : <<http://www.radio-canada.ca/emissions/desautels/2010-2011/chronique.asp?idChronique=104017>>. Consulté le 22 mars 2011.
- Desforges, Luke; Rhys Jones et Mike Woods (2005). « New Geographies of Citizenship » *Citizenship Studies*, 9(5): 439-451.
- Desjardins, Anne (2007, 31 août). « De gastronome à militant culinaire » *Le Soleil*, p.A11.
- Desjardins, François (2011, 16 avril). « Le prix des aliments explose » *Le Devoir*, p.A1.
- Desmarais, Annette Aurélie (2008). « The power of peasants: Reflections on the meanings of La Via Campesina » *Journal of Rural Studies*, 24: 139-148.
- Despommier, Dickson D. (2009, 24 août). « A Farm on Every Floor » *The New York Times*. En ligne: <http://www.nytimes.com/2009/08/24/opinion/24Despommier.html?ref=urban_agriculture>. Consulté le 5 juillet 2010.
- Desroches, André (2009, 26 mars). « Ricardo rend visite aux jeunes cuistots de l'école Saint-Henri » *La Voix Pop*. En ligne: <<http://www.lavoixpop.com/article-318539->

- Ricardo-rend-visite-aux-jeunes-cuistots-de-lecole-SaintHenri.html>. Consulté le 2 juillet 2009.
- Devlin, Kate (2008, 5 novembre). « Jamie Oliver warns MPs 'recession could worsen obesity crisis' » *Telegraph*. En ligne: <<http://www.telegraph.co.uk/news/newstoppers/celebritynews/3385935/Jamie-Oliver-warns-MPs-recession-could-worsen-obesity-crisis.html>>. Consulté le 3 août 2009.
- DeWeerd, Sarah (sans date). « Is Local Food Better? » *WorldWatch Institute*. En ligne: <<http://www.worldwatch.org/node/6064>>. Consulté le 20 mai 2010.
- DeWeerd, Sarah (2011, 23 mars). « Food: The omnivore's labyrinth » *Nature*, 471, S22-24. En ligne: <http://www.nature.com/nature/journal/v471/n7339_supp/full/471S22a.html>. Consulté le 29 mars 2011.
- Direction de la santé publique-gouvernement du Québec (2005). *Face à la progression de l'obésité en Montérégie... Ensemble pour faire contrepoids! Rapport de la directrice de la santé publique 2005*. Montérégie: Direction de santé publique.
- Dobrowolsky, Alexandra (2002) « Rhetoric versus Reality: the Figure of the Child and New Labour's Strategic "Social Investment State" » *Studies in Political Economy*, Automne: 43–73.
- Dobson, Andrew (2003). *Citizenship and the Environment*. Oxford; New York: Oxford University Press.
- Donati, Kelly (2005). «The Pleasure of Diversity in Slow Food's Ethics of Taste » *Food, Culture & Society*, 8(2): 227-242.
- Donovan, Rob et Nadine Henley (2010). *Principles and Practice of Social Marketing : an International Perspective*. Cambridge, UK; New York : Cambridge University Press.
- Douglas, Mary (1975). *Implicit Meanings: Essay in Anthropology*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Douglas, Mary (1966). *Purity and Danger: An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*. London: Routledge & K. Paul.

- Dreher, Rod (2006). *Crunchy Cons. How Birkenstocked Burkeans, Gun-Loving Organic Gardeners, Evangelical Free-Range Farmers, Hip Homeschooling Mamas, Right-Wing Nature Lovers, And Their Diverse Tribe of Countercultural Conservatives Plan to Save America (Or At Least The Republican Party)*. New York: Crown Forum.
- Dreyfus, Hubert et Paul Rabinow (1984). *Michel Foucault. Un parcours philosophique*. Paris : Gallimard.
- Dubois, Lise (1996). « L'aliment, un futur miracle de la biotechnologie ? » *Sociologie et sociétés*, vol. XXVIII, no 2: 45-57.
- Dubuc, Alain (2010, 17 février). « Le kilomètre alimentaire, un mythe ? » *La Presse*. p.A25.
- Dupuis, M. E. et D. Goodman (2005). « Should we go « home » to eat? : toward a reflexive politics of localism » *Journal of Rural Studies*, 21: 359-371.
- Eder, Klaus et Bernhard Giesen (2001). *European Citizenship: Between National Legacies and Postnational Projects*. Oxford: Oxford University Press.
- Ephron, Nora (2009). *Julie & Julia*. [Film] Columbia Pictures; Easy There Tiger Productions; Scott Rudin Productions.
- Équipe de rédaction (2008). « Éditorial » *Délicieusement québécois*. Montréal : TVA publication Inc.p. 4.
- Équiterre (2010a, 2 juin). « Kiko et le potager coloré, 2010 ». En ligne : <<http://www.equiterre.org/publication/kiko-et-le-potager-colore-2010>>. Consulté le 21 mars 2011.
- Équiterre (2010b). « Pour la souveraineté alimentaire des peuples ». En ligne: <<http://www.equiterre.org/choix-de-societe/dossier/pour-la-souverainete-alimentaire-des-peuples>>. Consulté le 28 mai 2010.
- Équiterre (2010c). « Cuisiner à partir de votre panier avec les recettes de vos chefs préférés – lancement de la saison 2010 du réseau des fermiers de famille d'Équiterre ». En ligne: <<http://www.equiterre.org/communiqu%C3%A9/cuisiner-a-partir-de-votre-panier-avec-les-recettes-de-vos-chefs-preferes-lancement-de-la>>. Consulté le 29 juin 2010.

- Équiterre, (2010d). « Fermiers de famille ». En ligne:
<<http://www.equiterre.org/fiche/fermiers-de-famille>>. Consulté le 2 juillet 2010.
- Équiterre (2010e, 23 juin). « Soutenez notre action pour un modèle agricole durable ». En ligne:
<<http://track.equiterre.org/v/1/5ad6c53baacc22192df123e27953a5776b7210346658c26c>>. Consulté le 22 juillet 2010.
- Équiterre (2007, 23 juillet). « Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois. Équiterre préconise la souveraineté alimentaire ». En ligne: <<http://equiterre.org/communiqué/commission-sur-l'avenir-de-l'agriculture-et-de-l'agroalimentaire-quebecois-equiterre-preconi>>. Consulté le 22 juillet 2010.
- Équiterre (2006). *L'achat local, toujours en tête!*. Document publié en partenariat avec la Fédération des coopératives d'alimentation du Québec et l'Union des producteurs agricoles. En ligne: <<http://www.equiterre.org/sites/fichiers/Argumentaire-Achat-local.pdf>>. Consulté le 3 avril 2011.
- Équiterre (2005). « *Système alimentaire et sécurité alimentaire : comprendre et agir. Document de référence* ». En ligne:
<<http://www.equiterre.org/sites/fichiers/systeme-securite-alimentaire.pdf>>. Consulté le 9 juin 2010.
- Etter, Lauren (2010, 29 septembre). « Food for Thought: Do You Need Farmers for a Farmers Market? » *The Wall Street Journal*. En ligne:
<http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703404004575198270918567074.html?mod=dist_smartbrief>. Consulté le 30 avril 2010.
- Ewald, François (1991). « Insurance and Risk » in Burchell, Graham, Colin Gordon et Peter Miller (dir. publ.). *The Foucault Effect: Studies in Governmentality: with two lectures and an interview with Michel Foucault*. Chicago: The University of Chicago Press. pp. 197-210.
- Fafard, Patrick (2008). *Evidence and Healthy Public Policy: Insights from Health and Political Sciences*. En ligne:
<<http://www.ncchpp.ca/docs/FafardEvidence08June.pdf>>. Consulté le 14 mars 2011.
- Falk, Patsy (1996). « Expelling future threats: some observations on the magical world of vitamins » in Edgell, Stephen; Hethrenington, Kevin et Alan Warde (dir. publ.). *Consumption matters: the production and experience of consumption*. Oxford: Blackwell Publishers. pp. 183-203.

- Farm Folk/City Folk (2006). « About Us ». En ligne: <http://www.ffcf.bc.ca/NewSiteFiles/about_us.html>. Consulté le 20 octobre 2008.
- Farm to School (sans date-a). « Home ». En ligne: <<http://www.farmentoschool.org/>>. Consulté le 3 août 2009.
- Farm to School (sans date-b). « About Us ». En ligne: <<http://www.farmentoschool.org/aboutus.php>>. Consulté le 19 mai 2010.
- Faucher, Philippe (2008, 21 avril). « L'inflation alimentaire. Le raccourci de la bagnole responsable de la famine fait jubiler le marketing environnemental » *La Presse*, p.A15.
- Featherstone, Mike (2006). « Archive ». *Theory, Culture & Society*, 23(2-3): 591-596.
- Featherstone, Mike (1982). « The body in consumer culture » *Theory, Culture and Society*, 1: 18-33.
- Floux, Pierre et Olivier Schinz (2003). « Engager son propre goût », entretien autour de la sociologie pragmatique d'Antoine Hennion, *ethnographiques.org*, Numéro 3 – avril 2003. En ligne: <<http://www.ethnographiques.org/2003/Floux,Schinz.html>>. Consulté 17 septembre 2010.
- Focus on Food (sans date). « About Us » *The Focus on Food Campaign*. En ligne: <<http://www.focusonfood.org/aboutus.html>>. Consulté le 17 septembre 2009.
- Fondation Chagnon (2008). « La mission en bref de la Fondation » *Fondation Lucie et André Chagnon*. En ligne: <www.fondationchagnon.org/Qui_Sommes_Nous/Qui_sommes_nous.html>. Consulté le 12 juin 2009.
- Fonte, Maria et Stefano Grando (2006). *A Local Habitation and a Name. Local Food and Knowledge Dynamics in Sustainable Rural Development*. En ligne: <http://corason.hu/download/wp6/wp6_comp_rep.pdf>. Consulté le 20 mai 2010.
- Food Network Canada (2009). « Why School Dinners? » *Jamie's School Dinners*. En ligne: <http://www.foodtv.ca/jamiesschooldinners/thecampaign_why.aspx>. Consulté le 27 juillet 2009.

- Fooducate (2009). « 1862 – 2009: A Brief History of Food and Nutrition Labeling ». En ligne: <<http://www.fooducate.com/blog/2008/10/25/1862-2008-a-brief-history-of-food-and-nutrition-labeling/>>. Consulté le 7 juin 2010.
- Fort, Matthew (2009, 13 janvier). « Arise, Sir Jamie Oliver? » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/wordofmouth/2009/jan/13/jamie-oliver-pig-campaign>>. Consulté le 26 juin 2009.
- Foucault, Michel (2001). *L'Herméneutique du sujet. Cours au Collège de France. 1981-1982*. Paris :Gallimard.
- Foucault, Michel (2001 [1980]). « Table ronde du 20 mai 1978 » in Defert, Daniel; François Ewald et Jacques Lagrange (dir. publ.). *Dits et Écrits II, 1976-1988*. Paris: Gallimard, pp.839-853.
- Foucault, Michel (1994 [1967]). ««Qui êtes-vous, professeur Foucault ?» Entretien avec P. Caruso, *La Fiera letteraria*, no 39 » in Defert, Daniel; Ewald, François et Jacques Lagrange (dir. publ.). *Dits et écrits I, 1954-1969*. Paris: Gallimard. pp.601-620.
- Foucault, Michel (1991). « Governmentality » in Burchell, Graham, Colin Gordon & Peter Miller (dir. publ.). *The Foucault Effect: Studies in Governmentality: with two lectures and an interview with Michel Foucault*, Chicago: The University of Chicago Press, pp. 87-104.
- Foucault, Michel (1988). « Technologies of the self » in Martin, Luther H., Huck Gutman et Patrick H. HUTTON (dir. publ.). *Technologies of the Self. A Seminar with Michel Foucault*. Amherst: University of Massachusetts Press, pp. 16-49.
- Foucault, Michel (1984a). *Histoire de la sexualité II. L'usage des plaisirs*. Paris, Gallimard.
- Foucault, Michel (1984b). *Histoire de la sexualité III. Le souci de soi*. Paris, Gallimard.
- Foucault, Michel (1984c). « Deux essais sur le sujet et le pouvoir » et « Entretien avec Hubert L. Dreyfus et Paul Rabinow » in Dreyfus, Hubert et Paul Rabinow. *Michel Foucault: Un parcours philosophique*. Paris : Gallimard. pp. 297-346.
- Foucault, Michel (1981). « Est-il donc important de penser? » in *Dits et Écrits II, 1976-1988* (2001). Paris : Gallimard. pp.997-1001.
- Foucault, Michel (1975). *Surveiller et punir : naissance de la prison*. Paris : Gallimard.

- Foucault, Michel (1971). « Nietzsche, la généalogie, l'histoire » in Suzanne Bachelard et al. (dir publ.). *Hommage à Jean Hyppolite*. Paris : Presses universitaires de France. pp.145-172.
- Foucault, Michel (1968). « Réponse à une question » *Esprit*, 371 : 850-874.
- Fournier, Marie-Ève (2009, 20 mai). « Metro et IGA mettent en vedette les produits du Québec » *Rue Frontenac*. En ligne: <<http://ruefrontenac.com/affaires/commercedetail/5588-epiceries-produits-quebecois>>. Consulté le 3 juin 2010.
- Francoeur, Louis-Gilles (2008, 3 septembre). « Soigner la planète en mangeant moins de viande. Une étude montre qu'une alimentation un peu moins carnée contribue davantage à la diminution des GES qu'une politique d'achat local » *Le Devoir*. p. A4.
- Fricreau, Benoît et Alain Labelle (2005). *La Grippe aviaire*. En ligne: <<http://www.radio-canada.ca/nouvelles/dossiers/grippe-aviaire/>>. Consulté le 10 juin 2010.
- Furedi, Frank (2002). *Culture of Fear: Risk-Taking and the Morality of Low Expectation*. London : Continuum.
- Gagnon- Paradis, Iris (2010, 17 juin). « Jean Soulard. Un jardin, des abeilles et un chef » *Voir*. En ligne: <<http://www.voir.ca/publishing/article.aspx?zone=3§ion=21&article=71536>>. Consulté le 6 juillet 2010.
- Genest, Marie-Michèle (2010, 27 avril). Communication personnelle conseillère en promotion à Transformation alimentaire Québec, l'organisme en charge de la campagne *Mettez le Québec dans votre assiette!*
- Geoffroy, Bruno (2011, février). « Alimentation: Vices et vertus du chocolat » *Protégez-vous*. p.8.
- Giddens, Anthony (2000). *The Third Way and Its Critics*. Cambridge: Polity.
- Giddens, Anthony (1998). *The Third Way: the Renewal of Social Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.

- Glassner, Barry (1999). *The Culture of Fear: Why Americans Are Afraid of the Wrong Things*. New York : Basic Books.
- Goodman, Lee-Anne (2007, 16 novembre). « New cookbook, new reality show from British culinary superstar Jamie Oliver » *Canadian Press NewsWire*.
- Gordon, Colin (1991). « Governmental Rationality: an Introduction » in Burchell, Graham; Gordon, Colin et Peter Miller (dir. publ.). *The Foucault Effect: Studies in Governmentality: with two lectures and an interview with Michel Foucault*. Chicago: The University of Chicago Press. pp. 1-52.
- Gouvernement du Québec (2007). *Un projet de société pour le Québec. Stratégie gouvernementale de développement durable 2008-2013*. En ligne: <http://www.mddep.gouv.qc.ca/developpement/strategie_gouvernementale/strat_gouv.pdf>. Consulté le 21 mai 2010.
- Gouvernement du Québec – Comité national d’orientation école en santé et collaborateurs (2005). *École en Santé – Guide à l’intention du milieu scolaire et de ses partenaires pour la réussite éducative, la santé et le bien-être des jeunes*. En ligne: <www.mels.gouv.qc.ca/DGFJ/csc/promotion/pdf/19-7062.pdf>. Consulté le 12 juin 2009.
- Gray, Jonathan, Cornel Sandvoss et C. Lee Harrington (2007). « Introduction: Why study fans? » in Gray, Jonathan, Cornel Sandvoss et C. Lee Harrington (dir. publ.). *Fandom. Identities and Communities in a Mediated World*. New York: The New York University Press. pp. 1-18.
- Great Britain Parliament House of Commons Health Committee (2004). *Third Report of session 2003-2004*. En ligne: <www.parliament.the-stationery-office.co.uk/pa/cm200304/cmselect/cmhealth/23/2302.htm>. Consulté le 24 juin 2009.
- Grenier, Line (2008). *Cours d’introduction à la méthodologie de la recherche, Département de communication*. Université de Montréal, notes de cours (inédit).
- Grenier, Line (2001). « In Search of an Archive: Methodological Issues in the Genealogical Analysis of the Popular Music Industry in Quebec » *Canadian Journal of Communication* 26(2): 277-283.
- Grossberg, Lawrence (1992a). *We Got to Get Out of This Place. Popular Conservatism and Postmodern Culture*. New York & London: Routledge.

- Grossberg, Lawrence (1992b). « Is there a Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom » in Lewis, Lisa A. (dir. publ.). *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London; New York: Routledge. pp. 50-65.
- Grossberg, Lawrence (1986). « On Postmodernism and Articulation: An Interview with Stuart Hall » *Journal of Communication Inquiry*, 10(2): 45-60.
- Grosz, Elizabeth (1994). *Volatile Bodies. Toward a Corporeal Feminism*. Bloomington: Indiana University Press.
- Groupe de travail sur les appellations réservées et les produits du terroir (2003). *Rapport présenté à la Ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, Mme Francine Gauthier*. En ligne: <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/NR/rdonlyres/318748C9-079E-495C-B694-6D84CA369425/0/Rapport_Desjardins_Ministre_241003.pdf>. Consulté le 30 octobre 2008.
- Groupe de travail provincial sur la problématique du poids - GTPPP (2005). *Les problèmes reliés au poids au Québec : un appel à l'action*. Montréal : ASPQ Éditions.
- Groupe de travail provincial sur la problématique du poids - GTPPP (2003). *Les problèmes reliés au poids au Québec : un appel à la mobilisation*. Montréal : ASPQ Éditions.
- Groupe Espaces (2009). *À la découverte des saveurs du Québec*. En ligne: <http://www.saveursettentations.com/decouvertedessaveurs/pics/SAVEURS_QC-FINAL-web.pdf>. Consulté le 2 juillet 2010.
- Guardian (2005a, 26 octobre). « National TV Awards winners » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/media/2005/oct/26/broadcasting>>. Consulté le 10 mars 2011.
- Guardian (2005b, 9 mars). « The Oliver effect » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/society/2005/mar/09/publichealth.schoolmeals>>. Consulté le 2 juin 2009.
- Guardian (2005c, 1^{er} juin). « Full text: Ruth Kelly's speech on school meals » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/education/2005/jun/01/schools.uk3>>. Consulté le 9 juin 2009.
- Guardian (2005d, 22 juin). « Ban unhealthy school vending machines – doctors » *Guardian*. En ligne:

<<http://www.guardian.co.uk/society/2005/jun/22/schools.politics>>. Consulté le 3 septembre 2009.

- Guthman, Julie (2009). « On globalization, neoliberalism, obesity, local food and education » *Politics and Culture*, issue 2 Special issue on Food (&) Sovereignty. En ligne : <<http://aspen.conncoll.edu/politicsandculture/arts.cfm?id=81>>. Consulté le 24 janvier 2010.
- Guthman, Julie (2008). « Bringing good food to others: investigating the subjects of alternative food practice » *Cultural Geographies*, 15(4) : 413-447.
- Guthman, Julie (2007). « Can't Stomach It. How Michael Pollan et al. Made Me Want to Eat Cheetos » *Gastronomica. The Journal of Food and Culture*, 7(2): 75-79.
- Guthman, Julie (2003). « The Trouble with “Organic Lite” in California: A Rejoinder to the “Conventionalisation” Debate » *Sociologia Ruralis*, 44 (3): 301-16.
- Hachey, Isabelle (2009, 19 avril). « Lait maternel. Pour en finir avec l'aliment miracle » *La Presse*. p. Actuel2.
- Halweil, Brian (2004). *Eat Here. Reclaiming Homegrown Pleasures in a Global Supermarket*. New York; London: W.W. Norton & Company.
- Hamel, Marthe; Blanchet, Luc et Catherine Martin (dir. publ.) (2001). *6, 12, 17 Nous serons bien mieux ! Les déterminants de la santé et du bien-être des enfants d'âge scolaire*. Québec: Publications du Québec.
- Harris, Marvin (1985). *Good to Eat. Riddles of Food and Culture*. New York: Simon & Schuster.
- Harvey, Réginald (2008, 17 septembre). « Un « ouragan » nommé listeria. L'industrie des fromages fins est fortement ébranlée par la crise » *Le Devoir*, p.D2.
- Hassanein, Neva (2003). « Practicing food democracy: a pragmatic politics of transformation » *Journal of Rural Studies*, 19: 77-86.
- Hattenstone, Simon (2005, 24 septembre). « Never before has a boy wanted more » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/books/2005/sep/24/houseandgarden.features>>. Consulté le 29 juin 2009.

- Henley, Jon (2005, 7 septembre). « Snack attack » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/education/2005/sep/07/schoolsworldwide.world>>. Consulté le 4 juin 2009.
- Hennion, Antoine (2004). « Pragmatics of taste » in Jacobs, Mark et Nancy Hanrahan (dir. publ.). *The Blackwell Companion to the Sociology of Culture* Oxford UK/Malden MA: Blackwell. pp. 131-144.
- Hermes, Joke (2005). *Re-Reading Popular Culture*. Washington: Blackwell Publishing.
- Hibberd, James (2010, 3 septembre). « ABC renews "Jamie Oliver's Food Revolution" » *Reuters*. En ligne: <<http://www.reuters.com/article/2010/09/03/us-jamieoliver-idUSTRE6820RV20100903>>. Consulté le 17 mars 2011.
- Hill, Amelia (2005, 20 février). « Only Jamie can do dinners at 37p » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/media/2005/feb/20/channel4.food>>. Consulté le 31 juillet 2009.
- Hill, Annette (2007). *Restyling Factual TV. Audiences and news, documentary and reality genres*. Londres; New York: Routledge.
- Hills, Matt (2006). « Not just another powerless elite? When media fans become subcultural celebrities » in Holmes, Sue et Sean Redmond (dir. publ.). *Framing Celebrity. New Directions in Celebrity Culture*. London; New York: Routledge. pp. 101-118.
- Hills, Matt (2002). *Fan Cultures*. London: Routledge.
- Hinrichs, Clare (2003). « The practice and politics of food system localization » *Journal of Rural Studies*, 19: 33-45.
- Hinrichs, Clare (2000). « Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market » *Journal of Rural Studies*, 16: 295-303.
- Hinrichs, C. et X. Kremer (2002). « Social inclusion in a midwest local food system project » *Journal of Poverty*, 6 (1): 65-90.
- Holloway, Lewis & Moya Kneafsey (2000). « Reading the Space of the Farmers' Market: A preliminary Investigation from the UK » *Sociologia Ruralis*, 40 (3): 285-299.

- Hollows, Joanne et Steve Jones (2010). « 'At least he's doing something': Moral entrepreneurship and individual responsibility in Jamie's Ministry of Food » *European Journal of Cultural Studies*, 13(3): 307–322
- Holston, James (dir. publ.) (1999). *Cities and Citizenship*. Durham: Duke University Press.
- Holt, G. et V. Amilien (2007a). « Introduction: from local food to localised food », S2, Mars 2007, from local food to localised food/De produits locaux à produits localisés. En ligne: <<http://aof.revues.org/document405.html>>. Consulté le 6 août 2008.
- Honey, Kim (2009, 10 avril). « Student-run cafe. An alternative to the school cafeteria » *The Star*. En ligne: <<http://www.thestar.com/living/article/616572>>. Consulté le 4 juin 2009.
- Hontebeyrie, Isabelle (2008a). « Des conseils pour votre cuisine » *Délicieusement québécois* : 22.
- Hontebeyrie, Isabelle (2008b). « Le Web gourmand » *Délicieusement québécois* : 20.
- Hubert, Annie (dir. publ.) (2004). *Corps de femmes sous influence. Questionner les normes*. Les Cahiers de l'Ocha N°10, Paris.
- Hull, Gloria T.; Scott, Patricia B. et Barbara Smith (dir. publ.) (1982). *All the women are White, all the Blacks are men, but some of us are brave: Black women's studies*. Old Westbury, New York: Feminist Press.
- INSPQ - Institut National de Santé Publique du Québec (2008). *Les facteurs influençant la dissémination et l'adoption de l'approche École en santé. Rapport de recherche*. En ligne: <http://www.inspq.qc.ca/pdf/publications/872_Rapport_EcoleSante.pdf>. Consulté le 19 juin 2009.
- Irwin, Heather (2004). « Fessin' Up to the 'F' Word. Proud confessions of a foodie » *Metroactive*. En ligne: <<http://www.metroactive.com/papers/sonoma/07.28.04/foodies-0431.html>>. Consulté le 6 juillet 2009.
- Isin, Engin F. (2004). « The Neurotic Citizen » *Citizenship Studies*, 8(3) : 217-235.
- Isin, Engin F. et Brian S. Turner (2002). « Introduction » in Isin, Engin F. et Brian S. Turner (dir. publ.). *Handbook of Citizenship Studies*. London; Thousand Oaks; New Delhi, Sage Publications. pp.1-10.

Isin, Engin F. et Patricia K. Wood (1999). *Citizenship and Identity*. London; New York: Sage.

Jacob, Dianne (2006, novembre). « The New Wave of Food Blogs ». *Dianne Jacob*. En ligne: <<http://www.diannej.com/blog1.html>>. Consulté le 5 juillet 2009.

Jackson, Peter (2010). « Food stories: consumption in an age of anxiety » *Cultural Geographies*, 17(2): 147-165.

Jamie's Ministry of Food (sans date). « About Jamie's Ministry of Food ». En ligne: <<http://www.jamiesministryoffood.com/content/jo/about.html>>. Consulté le 5 août 2009.

JamieOliver.com (2008, 5 octobre). « Forum : Foundation ». En ligne : <<https://www.jamieoliver.com/forum/viewtopic.php?pid=271768>>. Consulté le 30 avril 2011.

Jamie Oliver's Food Revolution (sans date). «About» En ligne: <<http://www.jamieoliver.com/us/foundation/jamies-food-revolution/about>>. Consulté le 28 avril 2011.

Jamie's School Dinners (2005a, 23 février). « Episode 1 » Série télévisée diffusée sur *Channel 4*. Grande-Bretagne : Fremantle Home Entertainment.

Jamie's School Dinners (2005b, 2 mars). « Episode 2 » Série télévisée diffusée sur *Channel 4*. Grande-Bretagne : Fremantle Home Entertainment.

Jamie's School Dinners (2005c, 9 mars). « Episode 3 » Série télévisée diffusée sur *Channel 4*. Grande-Bretagne : Fremantle Home Entertainment.

Jamie's School Dinners (2005d, 16 mars). « Episode 4 » Série télévisée diffusée sur *Channel 4*. Grande-Bretagne : Fremantle Home Entertainment.

Je cultive ma citoyenneté, sans date : « Je cultive ma citoyenneté c'est... ». En ligne: <http://www.jecultive.ca/elevs_fr/je_cultive_ma_citoyennete_cest.php>. Consulté le 12 février 2011.

Jenkins, Henry (1998). « The innocent child and other modern myths » in Jenkins, Henry (dir. publ.). *The Children's Culture Reader*. En ligne: <<http://web.mit.edu/cms/People/henry3/innocentchild.html>>. Consulté le 11 septembre 2009.

- Jenkins, Henry (1992). *Textual Poachers. Television, Fans and Participatory Culture*. New York; London, Routledge: 9-49.
- Jeunes Pousses (2007). « Mission et Vision ». En ligne: <<http://www.jeunespousses.ca/organisme/mission/>>. Consulté le 16 septembre 2009.
- Jha, Alok (2010, 22 juin). « Coffee may protect against head and neck cancers » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/science/2010/jun/22/coffee-head-neck-cancers>>. Consulté le 29 mars 2011.
- Johnson, William (2007, 4 septembre). « It's back to the 'nous' in Parti Québécois land » *The Globe and Mail*. En ligne: <<http://www.vigile.net/It-s-back-to-the-nous-in-Parti>>. Consulté le 2 août 2010.
- Johnston, Josée et Shyon Baumann (2010). *Foodies. Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*. New York; London : Routledge.
- Journet, Paul (2011, 22 janvier). « Sait-on débattre au Québec ? » *La Presse*. En ligne: <http://www.cyberpresse.ca/actualites/quebec-canada/national/201101/22/01-4362746-sait-on-debattre-au-quebec.php?utm_categorieinterne=trafficdrivers&utm_contenuinterne=cyberpresse_B13b_national_4572_section_POS4>. Consulté le 4 mars 2011.
- Jousset, Guillaume (2008). « Une cuisine inspirée » *Délicieusement québécois* : 10.
- Judd, Judith (1997, 15 avril). « Election '97: Blair pledges 21-point plan for education » *The Independent*. En ligne: <<http://www.independent.co.uk/news/election-97-blair-pledges-21point-plan-for-education-1267253.html>>. Consulté le 10 juin 2009.
- Kampai! À votre santé (sans date). « Concept ». En ligne : <<http://kumpai.radio-canada.ca/kumpai/concept/>>. Consulté le 13 avril 2011.
- Kanter, James (2009, 23 août). « Firm Brings Farming to the Masses » *The New York Times*. En ligne: <http://www.nytimes.com/2009/08/24/business/energy-environment/24iht-green.html?ref=urban_agriculture>. Consulté le 5 juillet 2010.
- Katz, S.H. (1982). « Food, Behavior and Biocultural Evolution» in Barker, Lewis M. (dir. publ.). *The Psychobiology of Human Food Selection*. Westport, Conn.: AVI. pp.171-188.

- Kaufman, Frederick (2005, octobre). « Debbie does salad: The Food Network at the frontiers of pornography » *Harper's Magazine*. En ligne: <<http://www.harpers.org/archive/2005/10/0080776>>. Consulté le 8 juillet 2009.
- Kesmodel, David & Julie Jargon (2008, 23 septembre). « Labels Will Say if Your Beef Was orn in the USA » *Wall Street Journal*. En ligne: <<http://online.wsj.com/article/SB122212214681364875.html>>. Consulté le 15 octobre 2009.
- Ketchum, Cheri (2005). *Lost In the Public Imagination: The Dismissal of Political Consumerism in News and Entertainment Food Media*. [Thèse de doctorat] San Diego, University of California.
- Khan, Urmee (2009a, 1^{er} février). « Jamie Oliver's school dinners improve exam results, report finds » *Telegraph*. En ligne: <<http://www.telegraph.co.uk/education/educationnews/4423132/Jamie-Olivers-school-dinners-improve-exam-results-report-finds.html>>. Consulté le 16 juin 2009.
- Khan, Urmee (2009b, 1^{er} février). « Jamie Oliver pig expose boosts sales of pork joints » *Telegraph*. En ligne: <<http://www.telegraph.co.uk/foodanddrink/foodanddrinknews/4422320/Jamie-Oliver-pig-expose-boosts-sales-of-pork-joints.html>>. Consulté le 30 juin 2009.
- Kingsolver, Barbara (2007). *Animal, Vegetable, Miracle: A Year of Food Life*. New York: Harper Collins.
- Kneafsey, Moya (2010). « The region in food – important or irrelevant? » *Journal of Regions, Economy and Society*, 3: 177-190.
- Kneafsey, Moya et al. (2008). *Reconnecting Consumers, Producers and Food. Exploring alternatives*. New York: Berg Publishers.
- Kohan, Eddie Gehman (2010, 6 février). « A Flood Of Debate Over First Lady's Child Obesity Campaign, From Worries About Eating Disorders To Civil Rights Issues » *Obama Foodorama*. En ligne : <<http://obamafoodorama.blogspot.com/2010/02/flood-of-criticism-for-first-ladys.html>>. Consulté le 14 avril 2010.
- Koster, Olinka (2008, 7 septembre). « Battle of the frying pans: TV chef Clarissa Dickson Wright attacks 'force for spin' Jamie Oliver » *Daily Mail*. En ligne: <<http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-1053242/Battle-frying-pans-TV->

chef-Clarissa-Dickson-Wright-attacks-force-spin-Jamie-Oliver.html>. Consulté le 29 juin 2009.

L'après-midi porte conseil (2010, 3 juin). « Rayons : golfe du Mexique, agriculture urbaine et pollution de l'air ». En ligne: <http://www.radio-canada.ca/audio-video/pop.shtml#urlMedia=http://www.radio-canada.ca/Medianet/2010/CBF/LapresmidiPorteConseil201006031305_1.asx>. Consulté le 6 juillet 2010.

La Presse (2010, 17 décembre). « Les vertus de l'alpha-carotène » *La Presse*. p. VIVRE4.

La Presse Canadienne (2009, 8 septembre). « Québec lance la 2e année du programme « Mettez le Québec dans votre assiette » ». En ligne : <<http://www.cyberpresse.ca/vivre/cuisine/en-vrac/200909/08/01-899733-mettez-le-quebec-dans-votre-assiette.php>>. Consulté le 12 avril 2010.

La Presse Canadienne (2007, 26 août). « L'obésité pourrait perturber l'économie américaine, selon le candidat républicain à la présidentielle Huckabee ». En ligne : <http://www.radioactif.com/nouvelles/nouvelle-obesite_pourrait_perturber_economie-28197-12.html>. Consulté le 11 avril 2011.

La semaine verte (2011, 8 janvier). « L'alimentation : sujet de plus en plus populaire ». [Émission radiophonique]. En ligne : <<http://www.radio-canada.ca/audio-video/pop.shtml#urlMedia=http://www.radio-canada.ca/Medianet/2011/CBF/LaSemaineVerte201101080607.asx>>. Consulté le 12 avril 2011.

La semaine verte (2009, 5 avril). « Mesures et démesures ». En ligne: <http://www.radio-canada.ca/actualite/semaine_verte/reportage.aspx?idDocument=78070&idItemMenu=26>. Consulté le 7 juin 2010.

Labour Party (2001). *Ambitions for Britain. 2001 Labour Party General Elections Manifesto*. En ligne: <<http://www.labour-party.org.uk/manifestos/2001/2001-labour-manifesto.shtml>>. Consulté le 11 juin 2009.

Labour Party (1997). *New Labour Because Britain Deserves Better*. En ligne: <<http://www.labour-party.org.uk/manifestos/1997/1997-labour-manifesto.shtml>>. Consulté le 12 juin 2009.

Landry, Karine (2007, 22 septembre). « L'obésité serait-elle contagieuse ? » *L'Acadie Nouvelle*. p.T5.

- Lang, Tim. (1999). « Food policy for the 21st century: can it be both radical and reasonable? » in Koc, Mustafa et al (dir. publ.) *For Hunger-proof Cities: Sustainable Urban Food Systems*. Ottawa: International Development Research Centre. pp. 216–224.
- Lappé, Marc et Britt Bailey (1998). *Against the Grain: Biotechnology and the Corporate Takeover of Your Food*. Monroe, Me: Common Courage Press.
- Larner, Wendy (2000). « Neo-liberalism, Policy, Ideology, Governmentality », *Studies in Political Economy*, 63: 5-25.
- Latta, Alex (2008). « The Ecological Citizen » in Isin, Engin F. (dir. publ.). *Recasting the Social in Citizenship*. Toronto: University of Toronto Press, pp.239-260.
- Laudan, Rachel (2004). « Slow Food: The French Terroir Strategy, and Culinary Modernism. An essay review » *Food, Culture & Society* 7(2): 134-144.
- Lavin, Chad (2009). « Pollanated Politics, or, The Neoliberal's Dilemma » *Politics and Culture, 2 Special issue on Food (&) Sovereignty*. En ligne: <<http://aspen.conncoll.edu/politicsandculture/arts.cfm?id=81>>. Consulté le 24 janvier 2010.
- Lawrence, Felicity et Helen Pidd (2005, 10 mars). « It's time to junk the junk food » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/education/2005/mar/10/schoolmeals.schools>>. Consulté le 22 juin 2009.
- Layton, Lyndsey (2010, 30 mars). « FDA pressured to combat rising 'food fraud' » *The Washington Post*. En ligne: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/03/29/AR2010032903824_2.html?hpid=topnews&sid=ST2010032903826>. Consulté le 31 mars 2010.
- Lazzarato, Maurizio (2006). « Biopolitique / bioéconomie : une politique de la multiplicité » in Conference Proceedings : Genealogies of Biopolitics. En ligne: <www.radicalempricism.org/biotextes/francais_index.html>. Consulté le 20 février 2006.
- Le Soleil (2011, 8 janvier). « Trois fois plus de vitamine D pour les moins de 50 ans » *Le Soleil*. En ligne:< <http://www.cyberpresse.ca/le-soleil/actualites/sante/201101/07/01-4358198-trois-fois-plus-de-vitamine-d-pour-les-moins-de-50-ans.php>>. Consulté le 29 mars 2011.

- Lee, Jesse (2009, 20 mars). « Spring Gardening » *The White House*. En ligne : <<http://www.whitehouse.gov/blog/09/03/20/Spring-Gardening/>>. Consulté le 14 avril 2011.
- Lefigaro.fr (2008, 23 février). « La gastronomie française au patrimoine de l'humanité ? ». En ligne: <<http://www.lefigaro.fr/economie/2008/02/23/04001-20080223ARTFIG00496-la-gastronomie-francaise-au-patrimoine-de-l-humanite-.php>>. Consulté le 5 mars 2008.
- Leigh Brown, Patricia (2008, 9 novembre). « Bake Sales Fall Victim to Push for Healthier Foods » *The New York Times*. En ligne: <http://www.nytimes.com/2008/11/10/us/10bake.html?_r=1&ei=5070&emc=eta1>. Consulté le 24 septembre 2009.
- Lemasson, Jean-Pierre (2004, 12 octobre). « Libre opinion: L'explosion gourmande du Québec » *Le Devoir*, p.A7.
- Lemke, Thomas (2000). « Foucault, Governmentality, and Critique », *Paper presented at the Rethinking Marxism Conference*, University of Amherst (MA), September 21-24, 2000.
- Lempert, Phil (2009, 16 novembre). « Welcome Koodies! » *Supermarket Guru*. En ligne: <<http://www.supermarketguru.com/index.cfm/go/sg.viewArticle/articleId/853>>. Consulté le 17 mars 2011.
- L'Épicerie* (24 février 2010). « Des étiquettes trompeuses (suivi)? » *Télévision de Radio-Canada*. En ligne : <http://www.radio-canada.ca/emissions/l_epicerie/2009-2010/Reportage.asp?idDoc=104557>. Consulté le 23 mars 2011.
- Les Ateliers Cinq Épices (2009a). « Nos réalisations ». *Arrondissement.com*. En ligne : <<http://www.arrondissement.com/blogue/ateliers-cinq-epices?topic=59>>. Consulté le 19 avril 2011.
- Les Ateliers Cinq Épices (2009b). « Notre approche » *Arrondissement.com*. En ligne: <<http://www.arrondissement.com/blogue/ateliers-cinq-epices>>. Consulté le 17 septembre 2009.
- Leschin-Hoar, Clare (2010, 31 mars). « Freezer Burn – Seafood Buyers Get Scammed » *SlashFood*. En ligne: <<http://www.slashfood.com/2010/03/31/seafood-buyers-get-scammed/>>. Consulté le 14 juin 2010.

- Let's Move (sans date-a). « About Let's Move ». [Enregistrement vidéo]. En ligne: <<http://www.letsmove.gov/about>>. Consulté le 14 avril 2011.
- Let's Move (sans date-b). « Let's Move ! Accomplishments ». [Enregistrement vidéo]. En ligne: <<http://www.letsmove.gov/lets-move-accomplishments>>. Consulté le 14 avril 2011.
- Let's Move (sans date-c). « Learn The Facts ». [Enregistrement vidéo]. En ligne : <<http://www.letsmove.gov/learn-facts/epidemic-childhood-obesity>>. Consulté le 11 avril 2011.
- Let's Move (2011, 8 février). « First Lady Michelle Obama Talks About the First Year of Let's Move! ». [Enregistrement vidéo]. En ligne : <http://www.youtube.com/watch?v=RYCyfmFwr5s&feature=player_embedded>. Consulté le 14 avril 2011.
- Lévesque, Kathleen (2007, 22 février). « Mario Dumont attache le grelot des accommodements raisonnables » *Le Devoir*. En ligne: <<http://www.ledevoir.com/politique/quebec/132076/mario-dumont-attache-le-grelot-des-accommodements-raisonnables>>. Consulté le 2 août 2010.
- Lévesque, Lia (2007, 14 septembre). « Québec lance sa politique-cadre sur la malbouffe dans les écoles » *La Presse Canadienne*.
- Lévi-Strauss, Claude (1964). *Le Cru et le Cuit*. Paris: Plon.
- Linklater, Andrew (2002). «Cosmopolitan Citizenship» in Isin, Engin F. et Bryan S. Turner (dir. publ.). *Handbook of Citizenship Studies*. London; New Delhi: Sage Publications.
- Linklater, Richard (2006). *Fast Food Nation* [enregistrement vidéo]. Los Angeles, Californie : Tartan Films. 1 DVD (156 min.).
- Lister, Ruth (2007a). « Why Citizenship: Where, When and How Children ? » *Theoretical Inquiries in Law*, 8(2): 693-718.
- Lister, Ruth (2007b). « Inclusive Citizenship: Realizing the Potential » *Citizenship Studies*, 11(1) : 49-61.
- Lister, Ruth (2006). « Children (but not women) first: New Labour, child welfare and gender » *Critical Social Policy*, 26(2) : 315-335.

- Lister, Ruth (2002). « Sexual Citizenship » in Isin, Engin F. et Bryan S. Turner (dir. publ.). *Handbook of Citizenship Studies*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications. pp. 191-207.
- Lockie, Steward (2001). « Food, place and identity: consuming Australia's "Beef Capital" » *Journal of Sociology*, 37(3): 239-255.
- Lortie, Marie-Claude (2011a, 22 février). « Parle-t-on trop de cuisine? » *La Presse*. En ligne : <<http://www.cyberpresse.ca/chroniqueurs/marie-claude-lortie/201102/22/01-4372687-parle-t-on-trop-de-cuisine.php>>. Consulté le 23 février 2011.
- Lortie, Marie-Claude (2011b, 23 février). « Parle-t-on trop de cuisine ? » *Le blogue de Marie-Claude Lortie*. En ligne : <<http://blogues.cyberpresse.ca/lortie/2011/02/page/2/>>. Consulté le 12 avril 2011.
- Lortie, Marie-Claude (2011c, 18 avril). « Des légumes dans Ville-Marie » *La Presse*. En ligne : <<http://www.cyberpresse.ca/chroniqueurs/marie-claude-lortie/201104/18/01-4390855-des-legumes-dans-ville-marie.php>>. Consulté le 30 avril 2011.
- Lortie, Marie-Claude (2010a, 11 juin). « Poules de rue » *La Presse*. p.VIVRE2.
- Lortie, Marie-Claude (2010b, 29 mai). « Le gros bon sens est-il au régime? » *La Presse*. En ligne: <http://www.cyberpresse.ca/chroniqueurs/marie-claude-lortie/201005/29/01-4284965-le-gros-bon-sens-est-il-au-regime.php?utm_categorieinterne=traffidriviers&utm_contenuinterne=cyberpresse_vous_suggere_4284950_article_POS1>. Consulté le 9 août 2010.
- Lortie, Marie-Claude (2007, 14 septembre). « L'école et l'alimentation » *La Presse*. p.A12
- Lupton, Deborah (1996). *Food, the Body and the Self*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications.
- Lynch, Michael (1999). « Archives in formation: privileged spaces, popular archives and paper trails » *History of the Human Sciences* 12(2): 65-87.
- McCracken, R.D. (1971). « Lactase Deficiency: an Example of Dietary Evolution » *Current Anthropology*, 12: 479-517.
- McLaughlin, Katy (2009, 2 octobre). « Rock-Star Chefs » *Wall Street Journal*. En ligne: <<http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704471504574445030348967804.html?KEYWORDS=%22rock-star+chefs%22>>. Consulté le 15 mars 2011.

- McLean, Rachel & Stahl, Bernd Carsten (2007). « Cooking up Critical Research: Some Thoughts on Theory, Practice and Success Criteria ». En ligne: <http://www.cse.dmu.ac.uk/~bstahl/publications/2007_cooking_critical_research_cms5.pdf>. Consulté le 22 juin 2009.
- McWilliams, James (2009, 2 octobre). « Do Farmers' Markets Really Strengthen Local Communities? » *Freakonomics*. En ligne: <<http://freakonomics.blogs.nytimes.com/2009s/10/02/are-farmers-markets-that-good-for-us/>>. Consulté le 5 octobre 2009.
- MacVean, Mary et Duke Helfand (2009, 8 mai). « 'Eco-kosher' Jews have an appetite for ethical eating » *Los Angeles Times*. En ligne: <<http://www.latimes.com/news/local/la-me-kosher-jewish8-2009may08,0,6255961.story>>. Consulté le 12 mai 2009.
- MAPAQ (2011). « Présentation de la campagne *Aliments du Québec, toujours le bon choix!* ». En ligne: <http://www.toujourslebonchoix.gouv.qc.ca/centredepresse/Presentation_Campagne_HR.pdf>. Consulté le 27 avril 2011.
- MAPAQ – Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (2009). *Mettez le Québec dans votre assiette!* [publicité imprimée]. Telle que transmise par Marie-Michèle Genest de Transformation alimentaire Québec, l'organisme en charge de la campagne *Mettez le Québec dans votre assiette!*
- MAPAQ – Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (2008a). *Un vent de changement en agriculture et en agroalimentaire. Bilan des actions menées à la suite du dépôt du rapport de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois (CAAAQ), juin 2008*. En ligne: <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/NR/rdonlyres/1BFBC567-F2F6-4F50-B3A1-8BF6B0CDF31E/0/Bilan_MiseOeuvre_BR.pdf>. Consulté le 10 mai 2010.
- MAPAQ - Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (2008b). « Vision gouvernementale d'avenir pour l'agriculture et l'agroalimentaire québécois - La fierté d'en vivre, le plaisir de s'en nourrir ». En ligne: <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/NR/rdonlyres/8E1C6D10-71D3-412B-98B2-5A83C87EFF9A/0/Vision_gouvernementale.pdf>. Consulté le 7 juillet 2008
- MAPAQ - Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (2008c, 6 juin). « En action pour donner suite au rapport Pronovost - Le ministre Laurent Lessard lance la campagne de promotion «Mettez le Québec dans votre assiette!». En ligne:

<http://www.mapaq.gouv.qc.ca/Fr/Centre_Presse/Communiqués/2008/08143.htm>. Consulté le 3 juin 2010.

- MAPAQ – Ministère de l’Agriculture, des Pêcheries et de l’Alimentation (2007). *Le Québec dans votre assiette! Stratégie d’accroissement des achats de produits alimentaires québécois sur le marché intérieur*. En ligne: <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/NR/rdonlyres/8F197F1D-7925-40EE-9C0F-D75EEA0C6AC1/0/Strategie_produitsquebecois.pdf>. Consulté le 10 décembre 2008.
- Marché de solidarité régionale des AmiEs de la Terre (2007). « Présentation » En ligne: <<http://www.atestrie.com>>. Consulté le 21 mai 2010.
- Massé, Raymond (1999). « La santé mentale comme nouvelle moralité » in P. Fortin (dir. publ.) *La réforme de la santé au Québec. Questions éthiques*. Saint-Laurent, Fides. pp. 156-174
- Massey, Doreen (1999). *Power-geometries and the Politics of Space-time*. University of Hiedelberg, Hiedelberg.
- Massumi, Brian (2009). « National Enterprise Emergency: Steps Toward an Ecology of Powers » *Theory, Culture & Society*, 26(6) : 153-185.
- Massumi, Brian (2007) « Potential Politics and the Primacy of Preemption » *Theory & Event*, 10(2). En ligne : <http://muse.jhu.edu/journals/theory_and_event/v010/10.2massumi.html>. Consulté le 11 juillet 2008.
- Massumi, Brian (2005). « The Future Birth of the Affective Fact » Présenté dans le cadre de la conférence *Genealogies of Biopolitics*, Montréal. En ligne : <http://www.radicalempricism.org/biotextes/francais_index.html>. Consulté le 20 février 2006.
- Massumi, Brian (2002). *Parables for the Virtual. Movement, Affect, Sensation*. Durham; London, Duke University Press.
- Mauss, Marcel (1967). *The gift: forms and functions of exchange in archaic societies*. New York: Norton.
- McGuire, Bruce H. (2002). « Chapter 1: Review of literature » in *Who are consumers of functional foods and dietary supplements? Results from a nationwide survey* [thèse de doctorat]. Kansas State University. pp. 1-32.

Mehl, Dominique (1996). *La télévision de l'intimité*. Paris: Seuil.

Melton Lisa (2006) «The antioxidant myth: a medical fairy tale» *New Scientist*, No 2563.

Mettez le Québec dans votre assiette! (2009a). « Mettez le Québec dans votre assiette! » [Publicité télévisée] obtenue par Mme Marie-Michèle Genest, conseillère en promotion chez Transformation alimentaire Québec.

Mettez le Québec dans votre assiette! (2009b). « Mettez le Québec dans votre assiette! ». [Publicité hivernale imprimée] obtenue par Mme Marie-Michèle Genest, conseillère en promotion chez Transformation alimentaire Québec.

Mettez le Québec dans votre assiette! (2008a). « Mettez le Québec dans votre assiette! » [Publicité télévisée] obtenue par Mme Marie-Michèle Genest, conseillère en promotion chez Transformation alimentaire Québec.

Mettez le Québec dans votre assiette! (2008b). « Mettez le Québec dans votre assiette! » [Publicité automnale imprimée] obtenue par Mme Marie-Michèle Genest, conseillère en promotion chez Transformation alimentaire Québec

Mettez le Québec dans votre assiette! (sans date-a). « Une source de prospérité ». En ligne: <<http://www.assiette.gouv.qc.ca/pourquoi/prosperite.html>>. Consulté le 28 octobre 2010.

Mettez le Québec dans votre assiette! (sans date-b). « Un geste pour l'environnement ». En ligne: <<http://www.assiette.gouv.qc.ca/pourquoi/environnement.html>>. Consulté le 28 octobre 2010.

Mettez le Québec dans votre assiette! (sans date-c). « Incroyablement bon! ». En ligne: <http://www.assiette.gouv.qc.ca/saviezVous/sirop_erable.html>. Consulté le 28 octobre 2010.

Mettez le Québec dans votre assiette! (sans date-d). « Comment reconnaître les aliments de chez nous? ». En ligne: <http://www.assiette.gouv.qc.ca/comment/ou_acheter.html>. Consulté le 28 octobre 2010.

Mettez le Québec dans votre assiette! (sans date-e). « De la saveur toute l'année durant ». En ligne: <<http://www.assiette.gouv.qc.ca/calendrier/automne.html>>. Consulté le 28 octobre 2010.

- Mettez le Québec dans votre assiette!* (sans date-f). « Accueil ». En ligne: <<http://www.assiette.gouv.qc.ca/index.html>>. Consulté le 10 avril 2010.
- Mettez le Québec dans votre assiette!* (sans date g). « Un monde de saveurs ». En ligne: <<http://www.assiette.gouv.qc.ca/mondeSaveur/panais.html>>. Consulté le 28 octobre 2010.
- Mettez le Québec dans votre assiette!* (sans date h). « Un objet de fierté ». En ligne: <<http://www.assiette.gouv.qc.ca/pourquoi/fierte.html>>. Consulté le 28 octobre 2010.
- Metz, Christine (2008, 2 septembre). « Farmers trying to keep up with local demand » *LJWorld.com/Green*. En ligne: <http://www2.ljworld.com/news/2008/sep/02/farmers_trying_keep_local_demand/>. Consulté le 22 avril 2010.
- Metzl, Jonathan M. et Anna Kirkland (dir. publ.) (2010). *Against Health. How Health Became the New Morality*. New York; London: New York University Press.
- Meunier, Nathan (2009, 9 janvier). « The Joy of Video game Cooking » *The Escapist*. En ligne: <http://www.escapistmagazine.com/articles/view/issues/issue_183/5632-The-Joy-of-Video-game-Cooking>. Consulté le 15 septembre 2009.
- Micheletti, M., A. Follesdal, et al. (2004). « Introduction » in M. Micheletti, A. Follesdal and D. Stolle. *Politics, Products, and Markets: exploring political consumerism past and present*. New Brunswick, N.J.; London, Transaction Publishers: ix-xxvi.
- Micheletti, Michele (2003). *Political Virtue and Shopping. Individuals, Consumerism, and Collective Action*. New York: Palgrave Macmillan.
- Middleton, Christopher (2006, 8 avril). « Monsterella pizza the order of the day for TV's unlikeliest superchef » *Telegraph*. En ligne: <<http://www.telegraph.co.uk/foodanddrink/3325118/Monsterella-pizza-the-order-of-the-day-for-TVs-unlikeliest-superchef.html>>. Consulté le 18 septembre 2009.
- Milbank, Dana (2009, 18 septembre). « Hi-Ho, the Derry-O » *The Washington Post*. En ligne : <<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/09/17/AR2009091703679.html?hpid=opinionsbox1>>. Consulté le 21 septembre 2009.
- Miller, Peter & Nikolas Rose (1990). « Governing Economic Life » *Economy and Society*, 19: 1-31.

- Miller, Toby (2007). *Cultural Citizenship. Cosmopolitanism, Consumerism, and television in a Neoliberal Age*. Philadelphie: Temple University Press.
- Miller, Toby (2002). « Cultural citizenship » in Isin, Engin F. et Bryan S. Turner (dir. publ.). *Handbook of Citizenship Studies*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications. pp. 231-243.
- Miller, Toby (1993). *The Well-Tempered Self*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Milner, Henry (2010). *The Internet Generation: Engaged Citizens or Political Dropouts*. Medford, Mass. : Tufts University Press.
- Ministère de la santé et des services sociaux du Québec (2006). *Investir pour l'avenir. Plan d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes liés au poids*. En ligne: <<http://publications.msss.gouv.qc.ca/acrobat/f/documentation/2006/06-289-01.pdf>>. Consulté le 18 juin 2009.
- Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport du Québec - MELS (2007). *Pour un virage en santé. Politique-cadre pour une saine alimentation et un mode de vie physiquement actif*. Gouvernement du Québec. En ligne: <<http://www.mels.gouv.qc.ca/sections/viragesante/pdf/virageSante.pdf>>. Consulté le 16 septembre 2009.
- Montpetit, Carolin (2011, 8 janvier). « L'obésité, ennemi du XXI^e siècle » *Le Devoir*. p.A1
- Morin, Annie (2009a, 23 décembre). « Local sur le tard » *Le Soleil*. p.2.
- Morin, Annie (2009b, 4 décembre). « Congrès de l'UPA. Béchard veut le Québec sur nos tablettes » *Le Soleil*. p.5.
- Morin, Annie (2008, 23 octobre). « Manger dans les poubelles pour dénoncer la surconsommation » *Le Soleil*. En ligne: <<http://www.cyberpresse.ca/le-soleil/affaires/consommation/200810/23/01-32034-manger-dans-les-poubelles-pour-denoncer-la-surconsommation.php>>. Consulté le 21 mai 2010.
- Morin, Annie (2007, 22 septembre). « Le thé bon pour le cerveau » *Le Soleil*. p.24.
- Moss, Michael (2009, 15 mai). « Food Companies Are Placing the Onus for Safety on Consumers » *The New York Times*. En ligne:

<http://www.nytimes.com/2009/05/15/business/15ingredients.html?_r=1>. Consulté le 11 juin 2010.

- Mouffe, Chantal (1995). « Feminism, citizenship, and radical democratic politics » in Nicholson, Linda et Steven Seidman (dir. publ.). *Social Postmodernism. Beyond Identity Politics*. Cambridge: Cambridge University Press. pp.315-331.
- Mudry, Jessica J. (2010). « The Poison is in the Dose » *Food, Culture and Society: an Interdisciplinary Journal of Multidisciplinary Research*, 13(1): 91-114.
- Mudry, Jessica J. (2009). *Measured Meals. Nutrition in America*. Albany, NY, State University of New York Press.
- Municipalité d'Hérouxville (2007). *Normes de vie*. En ligne: <<http://municipalite.herouxville.qc.ca/normes.pdf>>. Consulté le 4 août 2010.
- Murcott, Anne (1982). « On the social significance of the “cooked dinner” » *South Wales Social Science Information*, 21(4/5): 677-696.
- Murdock, Amélie (2008). « L'authentique Anne Desjardins » *Délicieusement québécois* : 8-9.
- Myers, B. R. (2011, mars). « The Moral Crusade Against Foodies » *The Atlantic Monthly*. En ligne : <<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2011/03/the-moral-crusade-against-foodies/8370/>>. Consulté le 7 mars 2011.
- Nault, André (2008, 4 août). « La base de notre société serait-elle l'agriculture ? » *La Tribune*. p.10.
- Nabhan, Gary Paul (2001). *Coming Home to Eat: The Pleasures and Politics of Local Foods*. New York: W. W. Norton & Company.
- Nadeau, Jessica (2007, 19 mars). « De la soupe aux pois sans jambon » *Le Journal de Montréal*. En ligne: <<http://fr.canoe.ca/infos/societe/archives/2007/03/20070319-081702.html>>. Consulté le 2 août 2010.
- National Health and Medical Research Council - Australia* (1997). *Acting on Australia's weight: A strategic plan for the prevention of overweight and obesity*. Australian Government Publishing Service: Canberra.
- Nelson, Michael et al. (2004). *School Meals in Secondary Schools in England*. Research Report RR557. London: King's College.

- Nestle, Marion et W. Alex McIntosh (2010). « Writing the Food Studies Movement » *Food, Culture & Society*, 13(2) : 160-179.
- Nestle, Marion (2007). *Food Politics: How the Food Industry Influences Nutrition and Health*, édition révisée. Berkeley, CA : University of California Press.
- New York Magazine (2010, 23 mai). « The Everything Guide to Urban Honey » En ligne: <<http://nymag.com/guides/everything/urban-honey/>>. Consulté le 6 juillet 2010.
- Novae (2010, 22 avril). « Entreprises et chefs-cuisiniers s'associent à Equiterre » *Novae.ca*. En ligne: <<http://novae.ca/print/actualites/2010-04/entreprises-et-chefs-cuisiniers-sassocient-equiterre>>. Consulté le 22 avril 2010.
- Obama, Michelle (2010, 14 mars). « Michelle on a Mission » *Newsweek*. En ligne : <<http://www.newsweek.com/id/234885/output/print>>. Consulté le 14 avril 2011.
- OCHA (2008). « Appellation d'origine protégée (AOP) : Un même signe de reconnaissance pour toute l'Union Européenne ». En ligne: <<http://www.lemangeur-ocha.com/fileadmin/images/dossiers/DP-AOP-complet.pdf>>. Consulté le 14 août 2010.
- Office québécois de la langue française (2011). « Foodie ». En ligne: <http://www.granddictionnaire.com/btml/fra/r_motclef/index800_1.asp>. Consulté le 10 mars 2011.
- Oliver, Jamie (2008, 17 octobre). *Ministry of Food. Jamie's Manifesto*. En ligne: <http://www.jamiesministryoffood.com/content/jo/news/jamies-manifesto/story/0/text_files/file0/jamies-manifesto-171008.pdf>. Consulté le 10 août 2009.
- Oliver, Jamie (2006, 7 septembre). *My Manifesto for School Dinners*. En ligne: <http://www.jamieoliver.com/media/jo_sd_manifesto.pdf?phpMyAdmin=06af156b76166043e2845ee292db12ee>. Consulté le 19 juin 2009.
- Oliver, Jamie (sans date-a). « School Dinners ». En ligne: <<http://www.jamieoliver.com/school-dinners>>. Consulté le 16 juillet 2009.
- Oliver, Jamie (sans date-b). « Jamie's Food Revolution ». En ligne: <<http://www.jamieoliver.com/tv/jamie-s-food-revolution>>. Consulté le 17 mars 2011.

- Oliver, Jamie (sans date-c). « About Recipease ». En ligne: <<http://www.jamieoliver.com/recipease/about-recipease.html>>. Consulté le 1^{er} juillet 2009.
- Oliver, Jamie (sans date-d). « Jamie's Ministry of Food ». En ligne: <<http://www.jamieoliver.com/books/ministry-of-food-book>>. Consulté le 16 mars 2011.
- O'Malley, Pat (2000). « Uncertain Subjects: Risks, Liberalism and Contract » *Economy and Society*, 29(4): 460-484.
- O'Malley, Pat (1996). « Risk and Responsibility » in Barry, Andrew; Osborne, Thomas & Nikolas Rose (dir. publ.). *Foucault and Political Reason: Liberalism, Neo-liberalism and Rationalities of Government*. Chicago: University of Chicago Press, pp. 189-208.
- O'Malley, Pat & Darren Palmer (1996). « Post-Keynesian Policing » *Economy and Society*, 25(2): 137-155.
- O'Neill, Brendan (2006, 17 mai). « The Junk Food Smugglers » *BBC News*. En ligne: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/4987966.stm>. Consulté le 11 septembre 2009.
- Ontario Ministry of Education (2004). *Policy/Program Memorandum No. 135. Healthy foods and beverages in elementary school vending machines*. En ligne: <<http://www.edu.gov.on.ca/extra/eng/ppm/135.html#back4>>. Consulté le 4 juin 2009.
- Osborne, Thomas (1999). « The ordinariness of the archive » *History of the Human Sciences*, 12(2): 51-64.
- Ouellette, Laurie et James Hay (2008). *Better Living Through Reality TV. Television and Post-Welfare Citizenship*. Malden, MA: Blackwekl Publishing.
- OUPblog (2007). « Oxford Word Of The Year: Locavore ». En ligne: <<http://blog.oup.com/2007/11/locavore>>. Consulté le 5 février 2008.
- Pace, Gina (2006, 1er mars). « Obesity Bigger Threat Than Terrorism? » *CBSNews*. En ligne : <<http://www.cbsnews.com/stories/2006/03/01/health/main1361849.shtml>>. Consulté le 11 avril 2011.

- Paré, Isabelle (2007, 15 au 21 septembre). « De la politique à l'assiette » *L'agenda. Le Guide de la Télévision et des Sorties*. Le Devoir. p.3.
- Parkins, Wendy and Geoffrey Craig (2009). « Culture and the Politics of Alternative Food Networks» *Food, Culture and Society: an Interdisciplinary Journal of Multidisciplinary Research*, 12(1): 77-103.
- Parti libéral du Canada (2010). *Le Canada rural, ça compte. Faits saillants du plan libéral pour la première politique alimentaire nationale du Canada*. En ligne: <http://www.liberal.ca/pdf/docs/foodpolicy_f.pdf>. Consulté le 2 juillet 2010.
- Parti libéral du Canada (sans date). « Le Canada rural, ça compte ». En ligne: <<http://www.liberal.ca/lecanadaruralcacompte>>. Consulté le 2 juillet 2010.
- Patel, Raj (2007). *Stuffed and Starved: Markets, Power and the Hidden Battle for the World's Food System*. London : Portobello Books.
- Pearce, Fred (2006). *The Last Generation: How Nature Will Take Her Revenge for Climate Change*. London : Eden Project Books.
- Pélouas, Anne (2011, 3 janvier). « Les antioxydants pourraient prendre un coup de vieux » *Le Monde*, p.16.
- Petersen, Alan et Deborah Lupton (1996). *The New Public Health. Health and Self in the Age of Risk*. London; Thousand Oaks: Sage.
- Philo, Chris (2000). «Foucault's geography» in Crang, Mike et Nigel Thrift (dir. publ.). *Thinking Space*. London; New York: Routledge. pp,205-238.
- Pidd, Helen (2008, 6 novembre). « Obesity crisis fuelled by lack of cooking skills, Oliver warns » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/2008/nov/06/oliver-health>>. Consulté le 10 août 2009.
- Pilcher, Jeffrey (1998). *¡Que Vivan Los Tamales! Food and the Making of Mexican Identity*. Albuquerque: U. New Mexico Press.
- Plummer, Ken (2003). *Intimate Citizenship. Private Decisions and Public Dialogues*. Seattle; London: University of Washington Press.
- Plummer, Ken (2001). « The Square of Intimate Citizenship : Some Preliminary Proposals » *Citizenship Studies*, 5(3) : 237-253.

- Pollan, Michael (2010). « The Food Movement, Rising » *The New York Review of Books*. En ligne: <<http://www.nybooks.com/articles/archives/2010/jun/10/food-movement-rising/?pagination=false>>. Consulté le 26 mai 2010.
- Pollan, Michael (2009a). «Out of the Kitchen, Onto the Couch» *New York Times*. En ligne: <http://www.nytimes.com/2009/08/02/magazine/02cooking-t.html?_r=1&ref=juliachild>. Consulté le 16 mars 2011.
- Pollan, Michael (2009b). *The Omnivore's Dilemma for Kids: The Secrets Behind What You Eat*. New York : Dial.
- Pollan, Michael (2009c). *Food Rules. An Eater's Manual*. New York : Penguin Press.
- Pollan, Michael (2008a). *In Defense of Food. An Eater's Manifesto*. New York : Penguin Press.
- Pollan, Michael (2008b, 12 octobre). « Farmer in Chief » *The New York Times*. En ligne: <http://www.nytimes.com/2008/10/12/magazine/12policy-t.html?_r=1&oref=slogin>. Consulté le 21 octobre 2008.
- Pollan, Michael (2007, 28 janvier). « Unhappy Meals » *New York Times Magazine*. En ligne: <<http://www.nytimes.com/2007/01/28/magazine/28nutritionism.t.html?ei=5090&en=a18a7f35515014c7&ex=1327640400&pagewanted=all>>. Consulté le 9 août 2010
- Pollan, Michael (2006). *The Omnivore's Dilemma: A Natural History of Four Meals*. New York : Penguin Press.
- Pollan, Michael (2002, 31 mars). « Power Steer » *The New York Times Magazine*. En ligne: <[http://www.nytimes.com/2002/03/31/magazine/power-steer.html?scp=1&sq=pollan%20+%20"power%20steer"&st=cse](http://www.nytimes.com/2002/03/31/magazine/power-steer.html?scp=1&sq=pollan%20+%20)>. Consulté le 18 août 2010.
- Popke, J. (2006). «Geography and ethics: everyday mediations through care and consumption» *Progress in Human Geography*, 30(4): 504-512.
- Poulain, Jean-Pierre (2007). «Les mutations des pratiques alimentaires. Géographie des consommations alimentaires : l'alimentation sur le lieu de travail ». En ligne: <http://www.lemangeur-ocha.com/uploads/tx_smilecontenusocha/03_geographie_consommation.pdf>. Consulté le 10 octobre 2007.

- Poulter, Sean (2006, 13 septembre). « Sainsbury's gives Jamie Oliver a ticking off over school lunches » *Mail Online*. En ligne: <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-405045/Sainsburys-gives-Jamie-Oliver-ticking-school-lunches.html>>. Consulté le 1^{er} août 2009.
- Pratte, André (2007, 4 septembre). « Le camp du « nous » » *La Presse*. En ligne: <<http://www.vigile.net/Le-camp-du-nous>>. Consulté le 2 août 2010.
- Press Association (2005a). « Jamie Oliver's campaign 'makes adults eat more healthily' » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/media/2005/apr/11/marketingandpr.society>>. Consulté le 3 juin 2009.
- Press Association (2005b, 3 octobre). « Pupils to be given healthy food lessons » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/society/2005/oct/03/health.uknews>>. Consulté le 3 juin 2009.
- PRI – Public Radio International (2010, 22 juin). « Fake organic foods proliferate from China » En ligne: <<http://www.pri.org/science/environment/fake-organic-foods-proliferate-from-china2055.html>>. Consulté le 28 juin 2010.
- Probyn, Elspeth (2008). « How Do Children Taste? Young People and the Production and Consumption of Food » in Horschelman, K. (dir publ.) *Contested Bodies of Children and Youth*. London: Palgrave. pp.84-96.
- Probyn, Elspeth (2000). *Carnal Appetites. Food/Sex/Identities*. London; New York, Routledge.
- Probyn, Elspeth (1998). « Mc-Identities. Food and the Familian Citizen » *Theory, Culture & Society*, 15(2) : 155-173.
- Probyn, Elspeth (1996). *Outside Belongings*. London; New York: Routledge.
- Producteurs laitiers du Canada (2011). *Le grand livre des petits chefs*. Montréal : Les Producteurs laitiers du Canada.
- Prokhovnik, Raia (1998). « Public and Private Citizenship: From Gender Invisibility to Feminist Inclusiveness » *Feminist Review*, 60 : 84-104.
- Pronovost, Jean (2008). « Notes d'allocation » lors de la présentation du rapport. En ligne: <<http://www.caaq.gouv.qc.ca/userfiles/File/Dossiers%2012%20fevrier/Allocation%20M.%20Pronovost.pdf>>. Consulté le 1^{er} juillet 2010.

- Putnam, Robert (2000). *Bowling Alone: the Collapse and Revival of American Community*. New York; Toronto : Simon & Schuster Paperbacks.
- Racette, Geneviève (2008a). « Guide qualité. Le cru en toute confiance » *Délicieusement québécois* : 21.
- Racette, Geneviève (2008b). « Consommer les produits du Québec. Guide 101 » *Délicieusement québécois* : 6-7.
- Radio-Canada (2011, 31 janvier). « Grossesse: un manque d'oméga-3 affecterait l'embryon ». En ligne: <<http://www.radio-canada.ca/nouvelles/sante/2011/01/31/001-grossesse-carence-omega3.shtml>>. Consulté le 7 avril 2011.
- Radio-Canada (2010, 9 juin). « Élever des poules dans sa cour ». En ligne: <<http://www.radio-canada.ca/regions/colombie-britannique/2010/06/09/002-cour-poules-Vancouver.shtml>>. Consulté le 6 juillet 2010.
- Radio-Canada (2006, 7 novembre). « YMCA du Parc. Derrière des vitres givrées ». En ligne: <<http://www.radio-canada.ca/regions/montreal/2006/11/07/006-ymca-parc.shtml>>. Consulté le 2 août 2010.
- Raedle, Joe (2011, 15 février). « Foodies Can Eclipse (and Save) the Green Movement » *Times*. En ligne : <<http://www.time.com/time/health/article/0,8599,2049255,00.html>>. Consulté le 14 avril 2011.
- Rafal, Serge (2008). *L'alimentation antioxydante*. Paris: Marabout
- Rabinow, Paul (1996). *Artificiality and Enlightenment: From Sociobiology to Biosociality. Essays on the Anthropology of Reason*. Princeton, NJ, Princeton University Press.
- Rapport Perrault. (2005). *L'amélioration des saines habitudes de vie chez les jeunes*. En ligne: <http://www.briller.gouv.qc.ca/documentation/pdf/rapport_perrault.pdf>. Consulté le 24 mars 2006.
- RelaxNews (2011a, 17 janvier). « Manger des fruits à la peau sombre rendrait plus sexy » *La Presse*. En ligne: <<http://www.cyberpresse.ca/vivre/mode/beaute/201101/17/01-4360847-manger-des-fruits-a-la-peau-sombre-rendrait-plus-sexy.php>>. Consulté le 29 mars 2011.

- RelaxNews (2011b, 11 février). « Le chocolat noir meilleur pour la santé que le jus de fruit ? » *La Presse*. En ligne: <<http://www.cyberpresse.ca/vivre/sante/nutrition/201102/11/01-4369385-le-chocolat-noir-meilleur-pour-la-sante-que-le-jus-de-fruit.php>>. Consulté le 29 mars 2011.
- Rendez-vous québécois pour la souveraineté alimentaire (2007). *D'abord nourrir notre monde – Pour un contrat social renouvelé sur la base de la souveraineté alimentaire*. En ligne: <<http://www.nourrirnotremonde.org/declaration>>. Consulté le 10 juin 2010.
- Return to School Dinners* (2006). [Émission télévisée] diffusée sur *Channel 4*. Grande-Bretagne : Fremantle Home Entertainment.
- Rey, Olivier (2008). « De la transmission des savoirs à l'approche par compétences » *Dossier d'actualité de la VST*, no 34. En ligne: <http://www.inrp.fr/vst/LettreVST/34_avril2008.htm>. Consulté le 11 juin 2008.
- Richardbeliveau.org* (sans date). « Biographie ». En ligne : <<http://www.richardbeliveau.org/fr/richard-beliveau/biographie.html>>. Consulté le 13 avril 2011.
- Richardson, Diane (2000). « Constructing sexual citizenship: theorizing sexual rights » *Critical Social Policy*, 20(1): 105-135
- Ritoux, Nicolas (2008, 1^{er} février). « Petite histoire de la télé culinaire » *La Presse*. p.E2.
- Roberfroid, Marcel B. (2002). « Aliments fonctionnels : définitions, concepts et stratégies » in Roberfroid, Marcel (dir. publ.). *Aliments fonctionnels*. Paris : Éditions Tec & Doc. pp.1-17.
- Robillard, Alexandre (2008, 5 juin). « L'ADQ dénonce l'octroi d'un contrat de publicité à une firme ontarienne. Une campagne d'achat local au bénéfice... du voisin » *Le Devoir*. p.A2.
- Robinson, Fiona (1999). *Globalizing Care. Ethics, Feminist Theory, and International Relations*. Boulder (Colorado): Westview Press.

- Roche, Maurice (2002). «The Olympics and Global Citizenship» *Citizenship Studies*, 6(2): 165–181.
- Rochon, Hélène (sans date). *Suivi des chantiers de la CAAAQ. Mettez le Québec dans votre assiette!* En ligne: <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/NR/rdonlyres/B187F040-C2CC-4363-BF6F-CF0B49E7ABB4/0/GTA340306_helene_rochon_mettez_quebec_internet.pdf>. Consulté le 24 mai 2010.
- Roos, Gun; Laura Terragni et Hanne Torjusen (2007). «The local in the global – creating ethical relations between producers and consumers » *Anthropology of Food*, S2. En ligne: <<http://aof.revues.org/document489.html>>. Consulté le 2 juillet 2007.
- Roosevelt, Margot (2006, 11 juin). « The Lure of the 100-Mile Diet » *Time*. En ligne : <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1200783,00.html>>. Consulté le 20 octobre 2008.
- Rosati, Pavia (2011, 10 mars). « Shut Up, Locavores » *Gourmet Live*. En ligne : <<http://live.gourmet.com/2011/03/app-exclusive-shut-up-locavores/>>. Consulté le 12 avril 2011.
- Rose, Nikolas (2001). « Biopolitics in the Twenty First Century – Notes for a research agenda » *Distinktion*, 3: 25-44.
- Rose, Nikolas (1999a). *Powers of Freedom: Reframing Political Thought*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Rose, Nikolas (1999b). « Inventiveness in politics » *Economy and Society*, 28(3) : 467-493.
- Rose, Nikolas (1996a). *Inventing Our Selves: Psychology, Power, and Personhood*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Rose, Nikolas (1996b). «The Death of the Social? Re-figuring the Territory of Government » *Economy and Society*, 25(3): 327-356.
- Rose, Nikolas (1996c). «Governing “advanced” liberal democracies» in Barry, Andrew, Thomas Osborne et Nikolas Rose (dir. publ.). *Foucault and Political Reason: Liberalism, Neo-liberalism and Rationalities of Government*. Chicago: University of Chicago Press. pp. 37-64.
- Rose, Nikolas (1993). «Government, authority and expertise in advanced liberalism» *Economy and Society*, 22(3): 283-299.

- Rose, Nikolas (1990). *Governing the Soul: The Shaping of the Private Self*. London: Routledge.
- Ross, Tim (2005, 28 septembre). « Schools will ban junk food, says Kelly » *The Independent*. En ligne <<http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/schools-will-ban-junk-food-says-kelly-508721.html>>. Consulté le 3 juin 2009.
- Roy, Caroline (2007, 19 mars). « Pas de chicane dans ma cabane » *Le Journal de Montréal*. En ligne: <<http://www.canoe.com/infos/societe/archives/2007/03/20070319-053000.html>>. Consulté le 2 août 2011.
- Ruby, française (2010, 21 décembre). «Le rôle des antioxydants remis en question ?» *Passeportsanté.net*. En ligne: <http://www.passeportsante.net/fr/Actualites/Nouvelles/Fiche.aspx?doc=role-antioxydant-remis-en-question_20101221>. Consulté le 29 mars 2011.
- Ruby, Françoise (2006). « Qu'est-ce qu'un aliment fonctionnel ? » *PasseportSanté.net*. En ligne : <http://www.passeportsante.net/fr/Actualites/Dossiers/ArticleComplementaire.aspx?doc=aliments_fonctionnels_definition_do>. Consulté le 2 décembre 2006.
- Sample, Ian (2007, 31 juillet). « Coffee and plenty of exercise could cut risk of skin cancer» *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/science/2007/jul/31/internationalnews.internationalnews?INTCMP=ILCNETTXT3487>>. Consulté le 29 mars 2011.
- Sans auteur (2008a). « Sept recettes à la mijoteuse» *Délicieusement québécois*: 17-19.
- Sans auteur (2008b). «À table, Québec !» *Délicieusement québécois*: 14.
- Santich, Barbara (2008). « Origin Labelling of Food» *The Research Centre for the History of Food and Drink Newsletter*, 47: 6-8.
- Saulny, Susan (2008, 10 juillet). « Cutting Out the Middlemen, Shoppers Buy Slices of Farms» *New York Times*. En ligne: <<http://www.nytimes.com/2008/07/10/us/10farms.html>>. Consulté le 21 octobre 2008.
- Sauvé, Lucie (2000). « L'éducation relative à l'environnement entre modernité et postmodernité. Les propositions du développement durable et de l'avenir viable » in Jarnet, A. et al. (dir. publ.). *The Future of Environmental Education in a*

Postmodern World? Whitehorse : Canadian Journal of Environmental Education, p57-71.

Sawyer, Miranda (2002, 14 avril). « Dish of the day » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/theobserver/2002/apr/14/features.magazine47>>. Consulté le 29 juin 2009.

Schlosser, Eric (2001). *Fast Food Nation: the dark side of the all-American meal*. Boston: Houghton Mifflin.

School Food Trust (sans date-a). « About the Trust ». En ligne: <<http://www.schoolfoodtrust.org.uk/content.asp?ContentId=232>>. Consulté le 16 juin 2009.

School Food Trust (sans date-b). « About the Million Meals campaign ». En ligne: <<http://millionmeals.schoolfoodtrust.org.uk/ask-each-other/people.php?PageAction=SignOutNow&>>. Consulté le 4 septembre 2009.

School Food Trust (2006, 19 mai). « Press release: Setting the standard for school food » *School Food Trust*. En ligne: <http://www.schoolfoodtrust.org.uk/news_item.asp?newsCatId=2&NewsId=37>. Consulté le 3 juin 2009.

School Meals Review Panel (2005, 28 septembre). *Turning the Tables: Transforming School Food. Main Report*. En ligne: <http://www.schoolfoodtrust.org.uk/UploadDocs/Library/Documents/SMRP_Report_FINAL.pdf>. Consulté le 7 septembre 2009.

Schuck, Peter H. (2002). « Liberal Citizenship » in Isin, Engin F. et Bryan S. Turner (dir. publ.). *Handbook of Citizenship Studies*. London; New Delhi: Sage Publications. pp.131-144.

Scottish Government (2003). *Hungry for Success : A Whole School Approach to School Meals in Scotland*. En ligne: <<http://www.scotland.gov.uk/Resource/Doc/47032/0023961.pdf>>. Consulté le 4 juin 2009.

Scrinis, Gyorgy (2008). «On the Ideology of Nutritionism » *Gastronomica. The Journal of Food and Culture*, 8(1): 39-48.

Scrinis, Gregory (2002). « Sorry Marge » *Meanjin*, 61(4) : 108-116.

- Secrétariat d'État à la santé et aux handicapés – France (2000). *Pour une politique nutritionnelle de santé publique en France : enjeux et recommandations*. En ligne: <<http://www.sante.gouv.fr/htm/actu/nutri2000/sommaire.htm>>. Consulté le 17 juin 2009.
- Sedgwick, Eve Kosofsky. (2008). « Introduction : Axiomatique » in *Épistémologie du placard*. Paris: Amsterdam, pp. 23-81.
- Seidman, Robert (2011, 9 mars). « 'Jamie Oliver's Food Revolution' Returns for Second Season on Tuesday, April 12 at 8pm » *TV by the Numbers*. En ligne: <<http://tvbythenumbers.zap2it.com/2011/03/09/jamie-oliver%E2%80%99s-food-revolution-returns-for-second-season-on-tuesday-april-12-at-8pm/85160>>. Consulté le 17 mars 2011.
- Serres, A. (2006). « « L'archéologie du savoir »: la dimension critique » in Chevalier, Yves et Catherine Loneux (dir. publ.). *Foucault à l'œuvre*. Cordil-Wodon : Éditions Modulaires Européennes & InterCommunications. pp 139-161.
- Seven Generations Ahead (sans date). « Buy Local Campaign » En ligne: <http://www.sevengenerationsahead.org/buy_local_campaign.html>. Consulté le 14 juin 2010.
- Sevenhuijsen, Selma (1998). *Citizenship and the ethics of care*. New York: Routledge.
- Shapiro, Samantha M. (2008, 12 octobre). « The Food Issue. Kosher Wars » *The New York Times*. En ligne: <<http://www.nytimes.com/2008/10/12/magazine/12kosher-t.html?fta=y>>. Consulté le 14 juin 2010.
- Sheenan, Jason (2010, 6 août). « Comment of the Day: Suck It, Foodies » *Seattle Weekly*. En ligne : <http://blogs.seattleweekly.com/voracious/2010/08/comment_of_the_day_suck_it_foo.php>. Consulté le 12 avril 2011.
- Shields, Rob (2008). «Hope and Fear in Biotechnology: The Space-Times of Regulatory Affect» *Space and Culture*, 11(2): 125-141
- Simms, David (2005, 20 septembre). « Sainsbury's asks customers to 'Try something new today' » *ABCMoney.co.uk*. En ligne: <<http://www.abcmoney.co.uk/news/202005953.htm>>. Consulté le 2 août 2009.

- Simons, Maarten et Jan Masschelein (2008). « Our “will to learn” and the assemblage of a learning apparatus » in Fejes, Andreas et Katherine Nicoll (dir. publ.). *Foucault and Lifelong Learning. Governing the Subject*. London; New York : Routledge. pp.48-60.
- Singer, Natasha (2010, 12 août). « Eat an Apple (Doctor’s Orders) » *New York Times*. En ligne: <http://www.nytimes.com/2010/08/13/business/13veggies.html?_r=1&scp=1&sq=apple%20doctor&st=cse>. Consulté le 3 avril 2011.
- Sirois, Caroline (2008). «Un panier insolite» *Délicieusement québécois*: 11.
- Slack, Jennifer D. (1996). « The Theory and method of articulation in cultural studies » in D. Morley et K.-H. Chen. *Stuart Hall: Critical Dialogues in cultural Studies*. London, Routledge: 112-127.
- Slocum, Rachel (2007). « Whiteness, space and alternative food practice » *Geoforum*, 38(3) : 520-533.
- Slow Food (2006a). «Nos missions» En ligne: <http://www.slowfood.com/about_us/fra/mission.lasso>. Consulté le 27 mai 2010.
- Slow Food (2006b). « Notre philosophie». En ligne: <http://www.slowfood.com/about_us/fra/philosophy.lasso>. Consulté le 27 mai 2010
- Smart, Barry (1994). « Digesting the modern diet: gastro-porn, fast food and panic eating » in Tester, K. (dir. publ.). *The Flâneur*. London: Routledge.
- Smith, A. and J. B. Mackinnon (2007). *The 100-Mile Diet: A Year of Local Eating*. Toronto: Random House Canada.
- Smith, A. and J. B. Mackinnon (2005). «"Living on the 100-Mile Diet". First of a series.» *The Tyee*. En ligne: <<http://thetyee.ca/Series/2005/06/28/100Mile/>>. Consulté le 20 octobre 2008.
- Solidarité rurale du Québec (2002). *De nature à culture : les produits du terroir*. Nicolet : Solidarité rurale du Québec, coll. Études rurales.
- SmittenKitchen (2007, 21 mars). « Bulgur salad with chickpeas and red peppers » En ligne: <<http://smittenkitchen.com/2007/03/goodbye-little-white-containers/>>. Consulté le 15 mars 2011.

- Soil Association (2003). *Food for Life. Healthy, Local, Organic School Meals*. En ligne: <[http://www.soilassociation.org/web/sa/saweb.nsf/9f788a2d1160a9e580256a71002a3d2b/65a3b4988446e96280256db400380e4c/\\$FILE/Healthy%20local%20organic%20school%20meals.pdf](http://www.soilassociation.org/web/sa/saweb.nsf/9f788a2d1160a9e580256a71002a3d2b/65a3b4988446e96280256db400380e4c/$FILE/Healthy%20local%20organic%20school%20meals.pdf)>. Consulté le 3 juin 2009.
- Solidarité rurale du Québec (2001). *Les produits du terroir québécois. Une façon de développer le Québec rural*. Mémoire présenté au Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec dans le cadre de la consultation publique sur la politique québécoise de la transformation alimentaire. En ligne: <http://www.solidarite-rurale.qc.ca/documents/617/produits_terroir.pdf>. Consulté le 25 mai 2010.
- Spartos, Carla (2009, 22 avril). « Gourmonsters » *New York Post*. En ligne: <http://www.nypost.com/p/lifestyle/food/gourmonsters_cxhcg4uLQ5IOiP5YKWel_oJ>. Consulté le 21 février 2011.
- Spillers, Hortense J. (1984). « Interstices: A Small Drama of Words » in Vance, Carole S. (dir publ.). *Pleasure and Danger: Exploring Female Sexuality*. Boston; London; Melbourne; Henley : Routledge & Kegan Paul. pp.73-100.
- Spurlock, Morgan (2004). *Super Size Me: a Film of Epic Portions*. [Enregistrement vidéo]. Montréal : Alliance Atlantis. 1 DVD (100 min.).
- Stacey, Caroline (2008, 3 janvier). « School dinners in London: the Jamie Oliver effect » *Time Out*. En ligne: <<http://www.timeout.com/london/restaurants/features/4048.html>>. Consulté le 2 juin 2009.
- Starr, Penny (2010, 13 décembre). « Michelle Obama on Deciding What Kids Eat: 'We Can't Just Leave it Up to The Parents' » *CNSNews.com*. En ligne: <<http://www.cnsnews.com/news/article/michelle-obama-45-billion-child-nutritio>>. Consulté le 14 avril 2011.
- Sterne, Jonathan (2006). « Communication as Techné » in G. J. Shepherd, J. St. John et T. G. Striphas. *Communication as... : Perspectives on Theory*. Thousand Oaks; London, Sage Publications: 91-98.
- Straziuso, Jason et Tom Odula (2011, 20 avril). « Le coût de la vie explose en Afrique » *La Presse*. En ligne : <<http://www.cyberpresse.ca/international/afrique/201104/20/01-4391815-le-cout-de-la-vie-explose-en->

- afrique.php?utm_categorieinterne=trafficdrivers&utm_contenuinterne=cyberpresse_B9_international_29810_accueil_POS1>. Consulté le 28 avril 2011.
- Sweney, Mark (2006, 17 novembre). « Total ban for junk food ads around kids' shows » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/society/2006/nov/17/health.food>>. Consulté le 14 septembre 2009.
- The Caroline Walker Trust (1992). *National Guidelines for School Meals. Report of an Expert Working Group*. London: The Caroline Walker Trust.
- The Gazette (2007, 4 septembre). « There is no 'we' in Marois's 'nous' » *The Gazette*. En ligne: <<http://www.vigile.net/There-is-no-we-in-Marois-s-nous>>. Consulté le 2 août 2010.
- The Star (2006, 16 septembre). « Celebrity chef Jamie blasts mums serving junk food at school gates ». En ligne: <<http://www.thestar.co.uk/news/Celebrity-chef-Jamie-blasts-mums.1772927.jp>>. Consulté le 30 juin 2009.
- Thompson, Jonathan et Sam Care (2005, 3 avril). « Sales of Turkey Twizzlers soar as Britain's canteen culture remains a Jamie-free zone » *The Independent*. En ligne: <<http://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/health-news/sales-of-turkey-twizzlers-soar-as-britains-canteen-culture-remains-a-jamiefree-zone-758212.html>>. Consulté le 25 juin 2009.
- Tronto, Joan (1993). *Moral boundaries: a political argument for an ethic of care*. New York: Routledge.
- Trubek, Amy B. (2008). *The Taste of Place. A Cultural Journey into Terroir*. Berkeley; Los Angeles; London, University of California Press.
- Turcotte, Claude (2007, 1^{er} septembre). « Coop fédérée. Vers un nouveau contrat social. Une base intéressante pour l'établissement d'une nouvelle politique agricole et alimentaire québécoise » *Le Devoir*, p.C1.
- Turlin, Jean-Louis (2007, 3 novembre). « Le Québec a peur de perdre son âme » *Le Figaro*, p.18.
- Turner, Brian S. (2001). «The erosion of citizenship » *British Journal of Sociology*, 52(2): 189-209.
- Tyler, Imogen (2008). « “Chav Mum Chav Scum” Class disgust in contemporary Britain » *Feminist Media Studies*, 8(1): 17-34.

- Union des producteurs agricoles (2008, 24 novembre). « Fondation d'une nouvelle coalition - un pas de plus vers la souveraineté alimentaire » Communiqué de presse. En ligne: <<http://www.nourrirnotremonde.org/presse#communiqué - Coalition>>. Consulté le 27 mars 2009.
- United States Department of Agriculture (2009, 15 septembre). « USDA Launches 'Know Your Farmer, Know Your Food' Initiative to Connect Consumers with Local Producers to Create New Economic Opportunities for Communities ». En ligne: <<http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome?contentidonly=true&contentid=2009/09/0440.xml>>. Consulté le 19 mai 2010.
- USDA (sans date). « Our Mission » . En ligne: <http://www.usda.gov/wps/portal/usda/knowyourfarmer?navtype=KYF&navid=KYF_MISSION>. Consulté le 17 novembre 2010.
- Van Veenhuizen, René (2006). « Introduction » in van Veenhuizen, René (dir. publ.). *Cities Farming for the Future - Urban Agriculture for Green and Productive Cities*. Published by RUAF Foundation, IDRC and IIRR. En ligne: <<http://www.ruaf.org/sites/default/files/Chapter%201.pdf>>. Consulté le 5 juillet 2010.
- Van Zoonen, Liesbet (2005). *Entertaining the citizen. When Politics and Popular Culture Converge*. Lanham (USA): Rowman & Littlefield Publishers.
- Vance, Carole S. (1984). « Pleasure and Danger: Toward a Politics of Sexuality » in Vance, Carole S. (dir. publ.). *Pleasure and Danger: exploring female sexuality*. Boston; London; Melbourne; Henley: Routledge & Kegan Paul, pp.1-27.
- Via Campesina (1996). « The Right to Produce and Access to Land » Position of the Via Campesina on Food Sovereignty presented at the World Food Summit, 13–17 novembre, Rome. En ligne: <<http://www.voiceoftheturtle.org/library/1996%20Declaration%20of%20Food%20Sovereignty.pdf>>. Consulté le 17 octobre 2008.
- Vigneault, Karine (2009). « Terroirs as spaces of intergenerational justice: Building Communities for the “Food Citizen” » *Politics & Culture, vol. 2, numéro spécial sur Food (&) Sovereignty* :106-120.
- Villedieu, Yanick (2006a, 1er mai). « Le régime anticancer » *L'actualité*. En ligne : <<http://www.lactualite.com/sante/le-regime-anticancer>>. Consulté le 13 avril 2011

- Villedieu, Yanick (2006b, 30 novembre). « Sa guerre a un goût d'espoir » *L'actualité*. En ligne : <http://www.lactualite.com/20061130_135328_6048>. Consulté le 13 avril 2011.
- Waddington, Paul (2005, 22 juin). « The buzz about town » *The Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/2005/jun/22/foodanddrink.shopping>>. Consulté le 6 juillet 2010.
- Wainwright, Martin (2006, 20 septembre). « The battle of Rawmarsh » *Guardian*. En ligne: <<http://www.guardian.co.uk/education/2006/sep/20/schoolmeals.schools>>. Consulté le 27 août 2009.
- Wallop, Harry (2009, 24 avril). « Jamie Oliver trumps Gordon Ramsay in Rich List » *Telegraph*. En ligne: <<http://www.telegraph.co.uk/foodanddrink/foodanddrinknews/5215111/Jamie-Oliver-trumps-Gordon-Ramsay-in-Rich-List.html>>. Consulté le 24 juin 2009.
- Waridel, Laure (2010, 19 juin). « Lettre d'une maman aux conservateurs » *Le Devoir*, p. C5.
- Warner, Michael (2002). *Publics and Counterpublics*. New York: Zone Books.
- Weeks, Carly (2008, 5 juin). « Raw tomatoes cause salmonella outbreak » *The Globe and Mail*. En ligne: <<http://www.theglobeandmail.com/life/article690355.ece>>. Consulté le 10 juin 2010.
- Weeks, Jeffrey (1998). « The Sexual citizen » *Theory, Culture & Society*, 15(3-4): 35-52.
- Weston, Nicole (2006, 10 février). « What is a foodie, anyway? » *Slashfood*. En ligne: <<http://www.slashfood.com/2006/02/10/what-is-a-foodie-anyway/>>. Consulté le 4 juillet 2009.
- White, Melanie et Alan Hunt (2000). « Citizenship: care of the self, character and personality » *Citizenship Studies*, 4(2): 93-116.
- Wiley, Stephen B. Crofts (2005). «Spatial Materialism. Grossberg's Deleuzean cultural studie» *Cultural Studies*, 19(1): 63-99.
- Wilkins, Lucy (2005, 18 mars). « Food for thought » *BBC News*. En ligne: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/4358415.stm>. Consulté le 16 juin 2009.

- Winter, Michael (2003). « Embeddedness, the new food economy and defensive localism » *Journal of Rural Studies*, 19: 23–32.
- Winterman, Denise (2006, 16 mars). « Please sir, we want more » *BBC News Magazine*. En ligne: <http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/uk_news/magazine/4812968.stm>. Consulté le 28 juillet 2009.
- World Health Organization (2003). *Skills for Health. Skills-based health education including life skills: An important component of a Child-Friendly/Health-Promoting School*. The World Health Organization's Information Series on School Health, document 9. En ligne: <<http://www.unicef.org/lifeskills/files/SkillsForHealth230503.pdf>>. Consulté le 11 juin 2009.
- World Health Organization (1998). *Consultation on Obesity Report. Obesity: Preventing and Managing a Global Epidemic*. WHO: Genève.
- Yonan, Joe (2008, 3 décembre). « For Those Remotely Into Cooking. There's Fun With New Food Video Games » *Washington Post*. En ligne: <<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/12/02/AR2008120200696.html>>. Consulté le 15 septembre 2009.
- Yuval-Davis, Nira (1999). « The multi-layered citizen: citizenship at the age of "glocalization" » *International Feminist Journal of Politics*, 1(1): 119–136.
- Zimmerman, Anne (2009, 21 septembre). « Tasting dirt. The continuity of terroir, first-hand » *Culinate*. En ligne: <http://www.culinate.com/articles/features/laura_parker_taste_of_place>. Consulté le 25 septembre 2009.
- Zimonjic, Peter (2005, 28 mai). « Naked Chef does slow boil over school meals » *CanWest News*. En ligne: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=846506741&sid=1&Fmt=3&clientId=48948&RQT=309&VName=PQD>>. Consulté le 28 mars 2008.
- Zins, Beuchesne et associés (2005). *Évaluation des potentiels de développement dans la distribution de produits locaux*. Rapport présenté au CLD de Québec. En ligne: <http://www.clddequebec.qc.ca/app/DocRepository/1/Centre_documentation/Etudes/Eva_potentiel_global.pdf>. Consulté le 21 octobre 2008.

