

ANALYSE DES DYNAMIQUES MANAGERIALES FACE A LA CONTESTATION SOCIALE : ELEMENTS STATISTIQUES DU CAS « NI GAUCHO, NI REGENT »

[Alexandre DELANOË](#) ([LAPSAC, Laboratoire d'Analyse des Problèmes Sociaux et de l'Action Collective, Bordeaux 2, France](#); [IRIT, Toulouse, France](#))
alexandre.delanoe@u-bordeaux2.fr

Mots clefs:

sociologie, rumeur, veille lexicale, strategies de communication, crise, media, principe de précaution, bases de données Lexis-Nexis et Factiva.

Keyword:

sociology, rumor, media watch, communication strategy, crisis, media, precautionary principle, data bases Lexis-Nexis and Factiva.

Résumé

Nous avons présenté ce cas, une application du principe de précaution, à l'occasion du VSST 2004. Les deux entreprises (Bayer et BASF) se voient interdire la commercialisation de leurs produits soupçonnés de tuer les abeilles. Pour réaliser un diagnostic de l'écho médiatique, nous avons prélevé dans la base de données Lexis Nexis l'ensemble des articles concernant cette affaire. L'analyse statistique lexicale opérée à l'aide de Tétralogie révélait un mouvement sémantique (comme une rumeur) utile pour la veille médiatique. Or notre corpus se révélait incomplet car il lui manquait une certaine presse quotidienne régionale. Pour cette communication, nous proposons de compléter les manques du corpus à l'aide de la base de données Factiva afin de rectifier, de confirmer ou d'infirmer les observations que nous avons faites. Nous serons ainsi en mesure d'analyser les dynamiques managériales face à la contestation sociale.

Abstract

We had presented this case, an application of precautionary principle, at VSST 2004. Thus, the two companies (Bayer and BASF) are seen prohibiting the sell of their products suspected of killing bees. To carry out a diagnostic of the media echo, we had taken in the data base Lexis Nexis articles concerning this discuss. The lexical statistical analysis carried out using Tétralogie revealed a useful semantic evolution (like rumor) for a media watch. However our corpus appeared incomplete because it missed a certain regional daily press. For this communication, we propose to supplement the lacks of the corpus using the data base Factiva in order to rectify, to confirm or to cancel observations which we had throw light on. Then, we will be able to analyze managerial dynamics faced with this social dispute.

1 Introduction

1.1 Le principe général de la communication

A l'occasion du VSST 2004, nous avons rédigé un article sur la crise médiatique du Gaucho et du Régent [1]. Pour comprendre le phénomène d'un point de vue sociologique nous avons prélevé tous les articles concernant notre sujet d'étude dans la base de données Lexis-Nexis du 01/01/1990 au 06/01/2005, à partir de l'équation de recherche suivante: *(gaucho or regent) and (Bayer or BASF or insecticide or pesticide or abeille or apiculture or apiculteur) not foot*.

Le corpus fut ensuite analysé avec Tétralogie. Nous avons observé un déroulement statistique et lexical du phénomène de crise. Effectivement, au fur et à mesure que la crise se développe, à la manière d'une rumeur [2], la quantité d'article augmente par période, la taille lexicale des articles diminue pour se concentrer sur une terminologie spécifique; et dans notre cas essentiellement négative. Cette « découverte » peut être particulièrement utile pour la veille sociétale car elle met en valeur la nécessité d'observer les signaux faibles socio-politiques aux répercussions économiques. En outre ce mouvement montre comment l'information se répète et se transforme en s'amplifiant à chaque itération. Mais avant de tirer toutes les conclusions d'une telle observation, notre mode opératoire est-il critiquable?

Notre étude comportait un biais non négligeable. Ouest-France n'était effectivement pas représenté dans ce corpus. Ainsi, nous proposons par une extraction dans la base de données Factiva de compléter notre base. Les conclusions observées lors du premier article sont-elles toujours vraies si nous complétons le corpus avec les journaux manquants ?

A cette question, nous faisons trois hypothèses :

- les résultats sont identiques, la découverte est réelle.
- les résultats sont différents, la découverte est fausse.
- les résultats sont à nuancer, la découverte est vraie pour une certaine presse.

Nous allons répondre à notre question de recherche et en tirer les conclusions pratiques pour une veille économique et sociale.

1.2 Retour sur la crise du Gaucho et du Régent

Cette communication présente l'étude d'un fait social, la crise du Gaucho et du Régent, sujet qui a largement rayonné dans les médias français. Le gaucho et le régent sont deux produits chimiques accusés d'avoir un excès de toxicité au détriment de l'abeille qui en perdrait son sens de l'orientation, ce qui expliquerait une mortalité en hausse dans les ruchers, des récoltes de miel en baisse pour les apiculteurs. Ces derniers dénoncent un développement non durable dont les prémises négatives sont perceptibles par la mort des abeilles. L'accusation se porte sur les deux produits concurrents, le Gaucho et le Régent, deux innovations chimiques qui se partagent le marché.

Les industriels, les entreprises Bayer et BASF, découvrent que leur action économique ne se limite pas seulement à leurs clients. Ils ont des usagers indirects, les apiculteurs, et une image à défendre dans l'opinion publique. Ce risque image, plus qu'une simple dégradation de *l'image de marque*, atteint *la réputation*.de

l'entreprise. Le capital moral atteint, le principe de précaution limite les activités économiques. Ce cas présente les difficultés du management d'entreprise face à une contestation liée au développement durable. C'est un cas pratique de mise en application d'un outil politique : le principe de précaution qui est aujourd'hui présent dans la charte de l'environnement, qui a valeur constitutionnelle, depuis le 1er juin 2004.

Nous avons analysé la presse quotidienne nationale et régionale évaluant ainsi les différentes étapes de la crise d'une manière quantitative (par le biais de statistiques lexicales dans un corpus de texte libre) et qualitative (par la lecture de tous les articles et la rencontre des acteurs principaux principalement industriels). Lors de nos entretiens avec le management de l'une des entreprises accusées, trois types de risques apparaissent: le risque de gestion financier et logistique, les risques commerciaux ou les risques de conflit social interne à l'organisation qui nécessitent une régulation par la négociation ou la gestion des ressources humaines. Mais aujourd'hui, les industriels assistent à l'émergence du risque de conflit social externe à l'organisation. Ces disputes peuvent interdire la vente d'un produit même si celui-ci est un succès commercial. Les critiques de l'efficacité économique par la dénonciation de l'irresponsabilité managériale remet en cause une logique managériale qui était bien huilée dans le sens gestionnaire et « traditionnel » du terme.

Pour cette communication, nous avons interrogé des managers industriels, des apiculteurs et nous nous sommes intéressés au traitement médiatique de l'évènement car cette problématique complexe et scientifique fait intervenir l'opinion publique non pas seulement dans une société du risque [3] mais aussi dans une démocratie de défiance [4]. Nous allons essayer de nous positionner non pas dans le référentiel « apiculteur », situation privilégiée d'une sociologie de la victime mais celui des industriels pour comprendre l'importance de l'évolution actuelle du management d'entreprise. Leur produit est un succès commercial : issu d'une innovation technologique mais Hervé Gaymard, ministre de l'agriculture en exercice en 2004, suspend sa commercialisation par mesure de précaution. Si la preuve objective de la corrélation entre usage de pesticide et la mort de l'abeille n'a pas été apportée (pour les industriels), en revanche, l'opinion publique a tranché, de quelle manière ? Quelle a été la réaction industrielle ? Quelle a été l'évolution de la perception médiatique dans le cadre d'une fabrique de l'opinion [5] ? Quelles sont les dynamiques managériales aujourd'hui ?

2 Historique

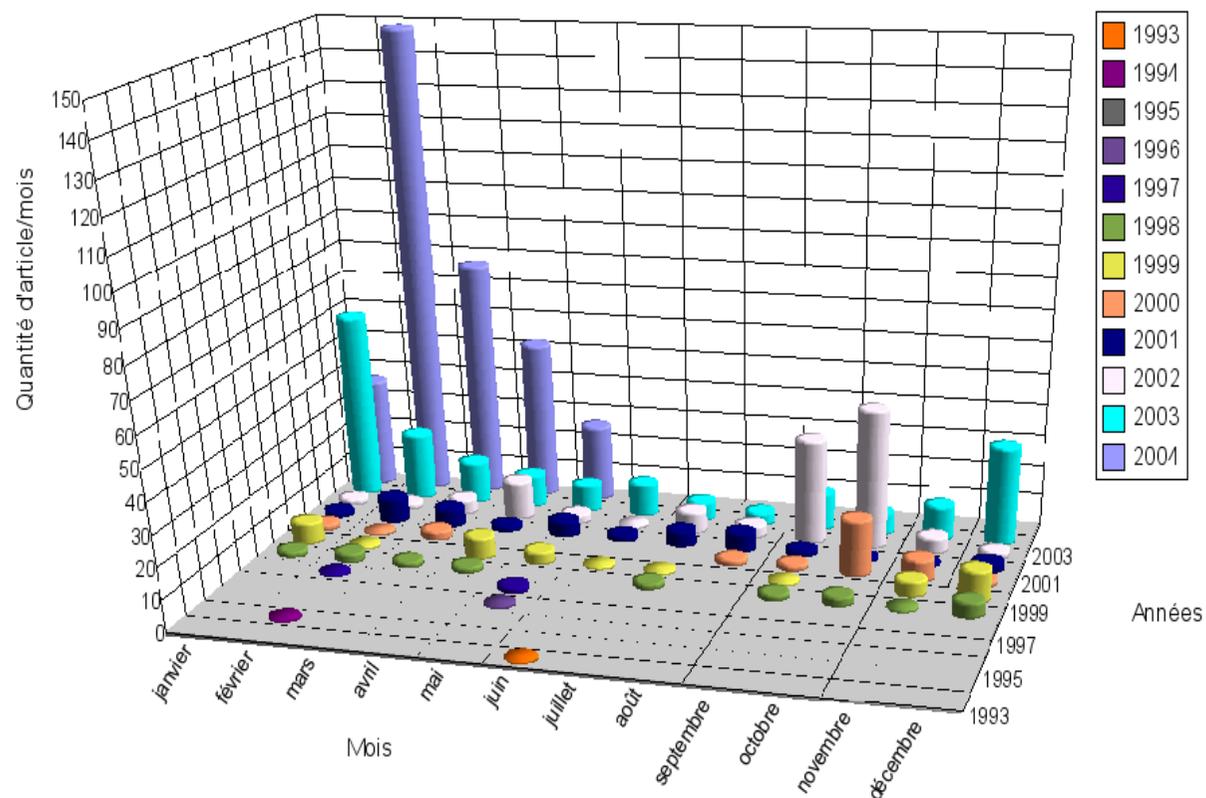


Figure 1: Evolution mensuelle de la quantité d'article parue dans la presse quotidienne.

2.1 Méthodologie

Pour étudier ce fait social nous avons recueilli dans deux bases de données, Lexis-Nexis et Factiva, c'est-à-dire des agrégateurs de presse qui rassemblent l'ensemble des articles des journaux : les informations en temps réel, la presse quotidienne, les hebdomadaires et les mensuels. Pour orienter le moteur de recherche dans le sens de notre regard, nous choisissons des termes précis pour sélectionner un ensemble de textes qui nous intéressent:

*(gaucho or regent) and (Bayer or BASF or insecticide or pesticide or abeille or apiculture or apiculteur) not foot**.

Nous excluons les articles qui évoquent le football car les deux termes de la recherche font correspondre toutes les rencontres sportives de Ronaldinho Gaucho et du Bayer Leverkusen. Nous avons ainsi recueilli 1000 articles en provenance de l'ensemble de la presse francophone.

2.2 Stratégie apicole : 3 syndicats divisés unis contre une même cause

Le monde apicole n'est pas unifié et ne parle pas d'une seule voix. Effectivement, initialement, au sein de la profession, trois syndicats apicoles paraissent divisés. 2 vivent de leurs revues auprès des amateurs apiculteurs. UNAF (30 000 adhérents), SNA (22 000 adhérents), 1 seul est en réalité un syndicat de professionnels apiculteurs, le SPMF qui regroupe près de 500 producteurs. Ainsi, nous ne pouvons affirmer en toute rigueur que les apiculteurs ont une stratégie unique, ce serait un abus de langage et ce ne serait pas représenter la réalité. Car pour la représenter, nous notons plusieurs facteurs se combinant et se ramifiant, à la manière d'un jeu de go. C'est une prise de territoire au niveau local, qui se diffuse, progressivement, sur le plan national.

2.3 Un capital sympathie fort pour les abeilles faible pour l'agrochimie

L'abeille n'a pas toujours été dotée de ce capital de sympathie. Les petites revues professionnelles du XIX^e siècle font mention de récits de procès qui sont faits aux apiculteurs en raison des dégâts que font les abeilles dans les récoltes, ou encore des mesures d'exclusion prises par les maires qui vont parfois jusqu'à interdire l'apiculture sur le territoire de leur commune. La publication de la vie des abeilles par le prix Nobel de littérature M. Maeterlinck va en partie modifier l'image de cet insecte singulier dans l'esprit du grand public. Le dessin animé Maya l'abeille devient possible. L'abeille, le sang des fleurs [6], devient le symbole d'un équilibre précaire. L'apiculture devient la haute couture de l'agriculture. À l'opposé, l'industrie allemande, productrice du zyklon B. subit la critique de la société industrielle, du profit économique à outrance au mépris du développement durable et de principes éthiques collectivement établis.

Les événements sont repris par la presse locale avec une source principale sur internet : un autodidacte crée son propre site internet multilingue et collaboratif rapportant méthodiquement tous les faits concernant cette affaire. Un véritable dossier de presse est ainsi disponible sur Internet: beekeeping.com, source permettant le renseignement des amateurs, du public mais aussi des journalistes. D'autre part, une preuve visuelle intervient dans la controverse. Une vidéo, un témoin gênant, est accessible sur Internet. On y voit des abeilles perdant leur sens de l'orientation puis mourir devant l'œil de la caméra. Ces images contribuent à faire connaître largement la cause apicole au cours de retransmissions publiques.

Dans le cercle restreint des personnalités scientifiques de renom, Einstein reste un nom non négligeable. Sa phrase, véritable argument d'autorité, sera reprise comme un leitmotiv (22 fois) au fur et à mesure de la crise: "Einstein disait: si l'Abeille disparaissait de la surface du Globe, l'Homme n'aurait plus que quatre années à vivre : plus de pollinisation, plus d'herbe, plus d'animaux, plus d'hommes..." P. de Villiers se porte partie civile auprès du juge Guary à Saint Gaudens et révèle des pièces du dossier en publiant un livre dont le titre reprend la phrase du célèbre génie « Lorsque les abeilles meurent, les jours de l'homme sont comptés » [7]. A partir de ce moment, le problème de la mortalité de l'abeille devient un problème de *santé publique*. Le soupçon se porte sur l'ensemble de la chaîne alimentaire: l'abeille meurt à cause d'un artifice technologique dont la rémanence dans le sol explique des résidus dans notre alimentation et notamment dans le lait.

2.4 Elections régionales/ députés européens, reprise de cette thématique comme levier médiatique.

2.4.1 Les acteurs politiques entrent en jeu

J. Bové occupe le ministère de l'agriculture et médiatise les documents rédhitoires . A. Santini, en campagne électorale régionale, fait un tabac en gratiant ses adversaires de deux surnoms : "le Régent" (pour Copé) et "le Gaucho" (pour Huchon) du nom des deux pesticides... Ségolène Royal lancera un SOS pour l'eau : les rivières, les nappes et le littoral, tout en demandant une éradication des OGM et des stocks de pesticides, tandis que les Verts et Noël Mamère débattent vivement des problèmes de la vie quotidienne dont... le Gaucho et le Régent.

Continuellement la même information c'est-à-dire les mêmes faits sont constamment repris par les différents journaux, chacun utilisant son propre champ sémantique qu'il soit économique, technique ou politique (une analyse factorielle d'un croisement termes utilisés/ noms des journaux fait apparaître les différents usages sémantiques). La revendication apicole est claire à affirmer et est commune au-delà des clivages lexicaux: elle tient en deux propositions corrélées négativement : dépopulation des abeilles et utilisation croissante du Gaucho et du Régent impliquent intoxication par les insecticides .

3 Stratégie Industrielle : anti-manuel du management industriel.

De son côté la stratégie industrielle évolue de l'ignorance vers les réponses médiatisées en passant par la production de nouvelles preuves scientifiques.

3.1 Ignorance

Initialement, cette affaire est considérée comme mineure de la part des industriels. L'éloignement géographique entre la maison mère en Allemagne et les nécessités locales se double d'une distance culturelle par manque de sensibilité pour un thème qui peut émerger dans l'opinion publique. De plus, la déresponsabilisation par département, par centre de profit au sein de la structure économique, aboutit à une négligence collective envers une difficulté économique apicole. Par exemple, la lettre d'un apiculteur reprenant point par point ses interrogations fut acheminée de la maison mère nationale française à la maison mère mondiale en Allemagne sans que le moindre réponse ne soit formulée. Dès lors, les apiculteurs commencent à s'organiser, à se structurer autour des trois principaux syndicats apicoles le SPMF (Syndicat des Producteurs du Miel Français), l'UNAF (Union Nationale des Apiculteurs Français), le SNA(Syndicat National d'Apiculture).

Les deux derniers syndicats possèdent leur propre revue et commencent à faire état de leur argumentation accusant les pesticides.

3.2 La première rencontre, la réunion, un nouveau produit, dérapage

En 1997, les industriels rencontrent les apiculteurs et présentent leur argumentation. Trois types de stratégies peuvent être observées. Tout d'abord la stratégie du moindre mal est mise en avant. Si dans les années 80, 12kg de produits chimiques étaient nécessaires pour la culture d'un hectare, en revanche, l'innovation technologique permet désormais de n'utiliser que 79 grammes; ce qui laisse à penser une moindre pollution des nappes phréatiques. Mais la mort des abeilles constatée par les apiculteurs reste un signe d'alerte précoce qu'il s'agit d'expliquer autrement que par un ``moindre mal". Ensuite, la stratégie de l'évitement est opérée par les industriels. Selon les études scientifiques produites par leurs propres soins, normalement, la molécule ne devrait pas être présente dans le pollen car il ne remonte uniquement que jusqu'à la tige. Cet argument manque sa cible, puisque l'abeille meurt toujours. Les interlocuteurs industriels présentent alors la stratégie de l'alternative. Ils proposent un nouveau produit moins dosé appelé le Bolivar. Mais ce nouveau nom ne semble pas judicieux, les apiculteurs rétorquent « et pourquoi pas l'appeler Fidel Castro? » Les industriels perdent patience et commettent l'irréparable en manquant de respect pour leurs interlocuteurs. Le représentant

de l'entreprise propose de fournir aux apiculteurs des panonceaux indiquant « champs traité au Gaucho/Régent » pour que les abeilles retrouvent ainsi leur sens de l'orientation. Au terme de l'échec de cette réunion, les industriels (Bayer en l'occurrence) tenteront de sponsoriser le Vendée Globe, bien sûr P. De Villiers s'y opposera avec l'une des ses formules choc : « ils nous labourent la terre, maintenant ils veulent nous labourer la mer. »

3.3 Production de preuves scientifiques (réfutées).

Des expériences consistent à comparer la production de miel entre un champ témoin non traité et un champ traité. Mais la récolte de miel étant trop faible entre le champ témoin et le champ testé, le choix des ruches et des champs est remis en cause. Ainsi, les protocoles de l'expérience sont réfutés pour remettre en cause les observations, les analyses et les conclusions des preuves apportées par les industriels. En outre, un budget sera alloué pour une jeune ingénieure agronome qui ne constate pas de dépopulation dans le sud-Ouest mais seulement auprès de l'entourage des acteurs clefs contre le gaucho et le régent (P. Vermandère et F. Aletru). Dans le Sud-Ouest, les apiculteurs qui avaient des difficultés étaient surtout confrontés à des épandages de divers mélanges « pas très raisonnés ». Les conclusions scientifiques ayant des implications politiques n'ont pas permis le consensus et tendent à renforcer les clivages.

Les industriels utilisent des arguments pour prouver le discours contradictoire des apiculteurs comme l'effondrement des populations d'abeille qui diffèrent selon les régions alors que les produits incriminés sont présents sur les deux territoires. Cependant, personne n'est réellement en mesure de comptabiliser de manière officielle et légitime la population d'abeille sur chaque territoire. La preuve scientifique s'introduit dans l'espace public, les experts comme le CNRS, l'INRA et la commission de toxicité deviennent des acteurs clefs dans l'évolution de l'argumentation de chacune des parties. Les arguments scientifiques sont repris pour valider la thèse de chacun des deux camps. La preuve publique devient nécessaire [8] [9].

3.4 Communication qui suppose que les circuits de l'information sont les mêmes dans une organisation et la société.

Les managers font le choix de la communication et décident de répondre point par point à l'argumentation des apiculteurs. Mais à quels interlocuteurs médiatiques s'adressent-ils ? Ils font un pari audacieux : ils pensent que les flux d'information circulent des principaux médias nationaux vers les médias locaux. Ainsi, leur stratégie de communication consiste à fournir des communiqués de presse à l'AFP (Agence France Presse) en espérant que l'information soit reprise et se diffuse comme un jeu de dominos. Ainsi, ils font l'hypothèse que l'information dans la société médiatique se diffuse de la même manière que dans leur organisation ; du haut vers le bas en suivant une hiérarchie des rôles et des pouvoirs précise (isomorphisme). Quel bilan de cette stratégie ? Nous devons aller plus loin dans l'analyse.

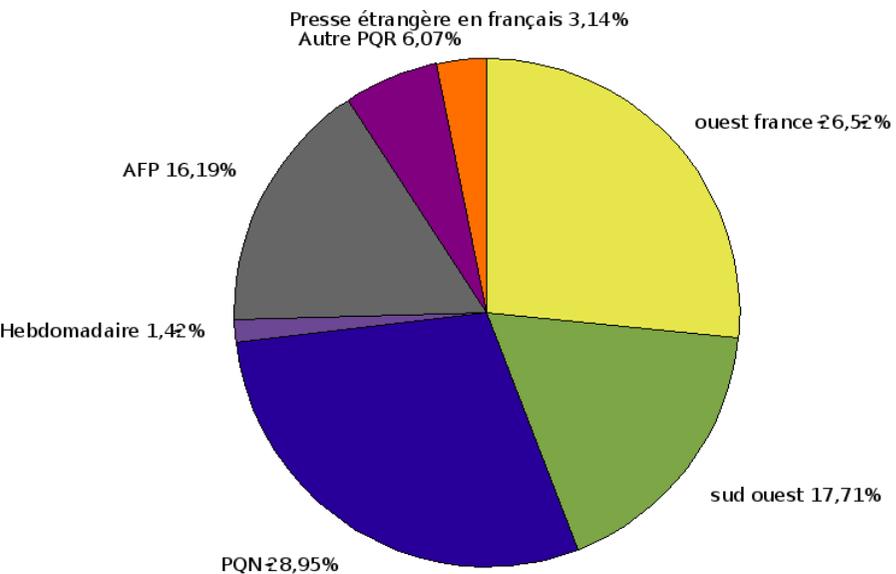


Figure 2: Répartition des parts de voix par type de presse.

VENDEE	167
HAUTE-GARONNE	96
LOT-ET-GARONNE	39
DEUX-SEVRES	39
GERS	37
CHARENTE-MARITIME	36
INDRE	31
SEINE-MARITIME	24
GIRONDE	23
CHARENTE	20
LOIRE-ATLANTIQUE	19
DORDOGNE	19

Figure 3: Départements concernés par le corpus (nombre d'itération du département dans le corpus)

	A	B	C	D	E
sud_oue	34	54	52	35	10
ouest_f	176	87	42	8	1
agence	26	122	29	6	
le_mond	25	12	11	11	11
le_fig	12	10	8	11	11
la_trib	20	11	15	2	1
le_tele	18	18	5	1	
liberat	15	4	3	2	
groupe	27	14	8	2	2
news_pr	5	8	8		1
l_human		11	2	5	3
la_nouv	8	3	8	1	
le_poin	1	3			4
le_temp			2	1	3
prline			1	2	1
l_expre		1	1		2
la_pres	1	2			
xinhua	1	1			
le_tempi					2
nouvell	1				1
nouvel					2

Figure 4: Taille des articles (nombre de mots)/ journal.

Comme le montre la figure 2, la presse régionale participe principalement à l'écho médiatique avec près de 50% des articles publiés sur le sujet. Effectivement, la problématique concerne les apiculteurs disséminés sur tout le territoire français comme le montre la figure 2. Nous avons comptabilisé les itérations des noms des départements dans notre corpus. Evidemment, la vendée arrive en tête avec la personnalité de Ph. De Villiers qui organise également des projections du film « un témoin gênant ». Les rubriques des articles confirment la tendance avec la « vie des régions » ou des faits divers locaux qui animent les rubriques des quotidiens départementaux. Le traitement médiatique nécessite une étude précise, et c'est l'intérêt de notre figure 4. Nous avons comptabilisé la taille des articles en fonction de 5 segments. Le segment A représente la quantité d'article contenant moins de 200 mots. Le segment B représente la quantité d'article de taille comprise entre 200 et 400 mots; segment C entre 400 et 600 mots; segment D entre 600 et 800 mots et le segment E comptabilise le nombre d'articles ayant plus de 800 mots. Ainsi arrivons nous à la validation ou non de nos hypothèses de départ. Si nous enlevons de notre calcul les articles de l'AFP alors, les conclusions de cet article sont sensiblement les mêmes que le précédent. Or l'AFP indique une taille d'article supérieure à la moyenne globale. A ceci nous devons faire trois remarques.

1. Tout d'abord, nous devons signaler que les bases de données Lexis-Nexis et Factiva présentent toutes les deux les articles de l'AFP. Or, en comparant nos résultats, nous observons que la quantité d'articles (à équation de recherche équivalente) proposée par Factiva est supérieure. Ainsi, nous nous attendions à une différence liée à l'inclusion de Ouest France dans le corpus mais ne nous attendions pas à cette observation. Cette remarque pose la question de la dépendance de la veille à ces agrégateurs de presse. Même si chaque organisme commercial vante la couverture la plus large possible, une veille rigoureuse

- nécessite un budget d'achat de données assez conséquent pour doubler les sources.
- Concernant la taille des articles, nos observations sont confirmées pour la presse régionale, et notamment Ouest France. Mais elles diffèrent pour l'Agence France presse. La nature de l'organisme de presse est certainement à mettre en cause. Effectivement, pour l'AFP, la taille accordée à l'article ne dépend pas de la place physique en termes de surface imprimable disponible dans le quotidien. D'autre part, des normes journalistiques sont prévues à cet effet. Mais cette différence n'explique pas tout.
 - Nos interlocuteurs ont revendiqué leur stratégie de communication par organismes de presse interposés. La stratégie consistait à fournir des communiqués de presse à l'AFP en espérant que l'information soit reprise par les autres journaux de manière itérative. Cette part non négligeable peut expliquer la taille et la « qualité » de l'information retransmise par cet organisme.

Pour réaliser l'étude lexicale de notre corpus, nous avons procédé au choix d'une terminologie négative par nos interlocuteurs industriels. Nous leur avons demandé quels termes ils ne souhaitaient pas lire dans la presse. Ainsi, nous avons établi un dictionnaire de termes subjectivement négatifs. Cette fois-ci le corpus a été actualisé mais nous ne pouvons demander la participations des industriels. C'est pourquoi, nous avons réalisé un autre dictionnaire composé des termes du premier. Précisément, nous avons établi un dictionnaire de multi-termes sur l'ensemble du nouveau corpus. Nous avons réalisé un premier tri statistique en ne prélevant que les termes signifiants, c'est-à-dire, nous avons supprimé les chiffres, nombres et les mots vides. A partir de ce premier dictionnaire, nous avons sélectionné les multi-termes qui comprenaient au moins un mot du dictionnaire négatif que nous avons réalisé précédemment. Après un nettoyage pour enlever toute terminologie hors de

propos, nous avons réalisé les croisements suivants: taille des articles / multi-termes, date de parution / multi-termes.

Articles courts	Articles longs
accuse-tuer-abeille	institut-national-recherche-agronomique
philippe-villiers	mortalite-importante
henri-clement	contact-presse
insecticide-regent--	autorise-particulier
directeur-general-l'alimentation	coordination-nationale
roselyne-bachelot	jean-marc-bonmatin
accuse-apiculteur-decimer-abeilles	cnrs
accuse-decimer-abeille	societe-bayer-cropscience-france
saint-gauden-haute-garonne	semence-enrobee-disposent
charente-poitou	enrobage-semences
expert-toxicologie	culture-tournesol
vente-produit-toxique	herve-garnier
commissaire-gouvernement	interdire-commercialisation
l'union-nationale-l'apiculture-francaise	bernard-fau
ministere-l'agriculture	societe-basf
conseil-detat	substance-active-gaучо
base-fipronil	emmanuel-bustrean
conséquence-sante-humaine	imidaclopride-fipronil
insecticide-fipronil	tue-abeille
concerne-gaучо	firme-basf
insecticide-gaучо-regent	andre-santini
herve-gaymard-annonce	cnr-inra
fdsea	materiaux-construction
detre-responsable-surmortalite-abeilles	matiere-active-produit
decimer-colonies-abeilles	conference-presse

En réalisant cette statistique lexicale sur les 1000 articles, nous observons que les articles courts relaient les effets d'annonces et font appel aux arguments d'autorité comme les « experts en toxicologie ». Les articles courts évoquent « les insecticides », mais nous lisons une « substance active » dans les articles longs. Les articles courts annoncent que les abeilles sont « décimées » par un produit « toxique » tandis que les articles longs cherchent ce qui « tue » l'abeille en faisant appel à différentes autorités scientifiques « INRA », « CNRS » et en détaillant l'usage agricole de l'enrobage pour les cultures du tournesol. Dans les articles longs, toutes les précisions du débat apparaissent dans leur complexité. Enfin, le directeur Emmanuel Bustran de la « firme BASF » est convoqué et écouté. Ces articles répercutent l'argumentation industrielle. Pour l'anecdote, nous remarquerons que la faute d'orthographe au nom Bustran est réitérée par la plupart des articles...

Ainsi, contrairement à ce que pensent les managers dans les entreprises industrielles l'information ne se diffuse pas nécessairement de l'AFP vers les autres médias mais plutôt (à notre sens) des médias régionaux vers les médias nationaux. *Et d'autre part, au fur et à mesure de la crise, la taille des articles diminue, avec une concentration de la terminologie médiatique sur des termes négatifs.* D'une complexité scientifique, de plusieurs causes, de plusieurs facteurs, une seule émerge : la dénonciation d'une victime émissaire [10]. *Le principe de précaution renverse la charge de la preuve : ce n'est pas à l'accusateur de prouver la culpabilité mais à l'accusé de prouver qu'il est innocent.*

Figure 5: multi-termes récurrents en fonction de la taille des articles.

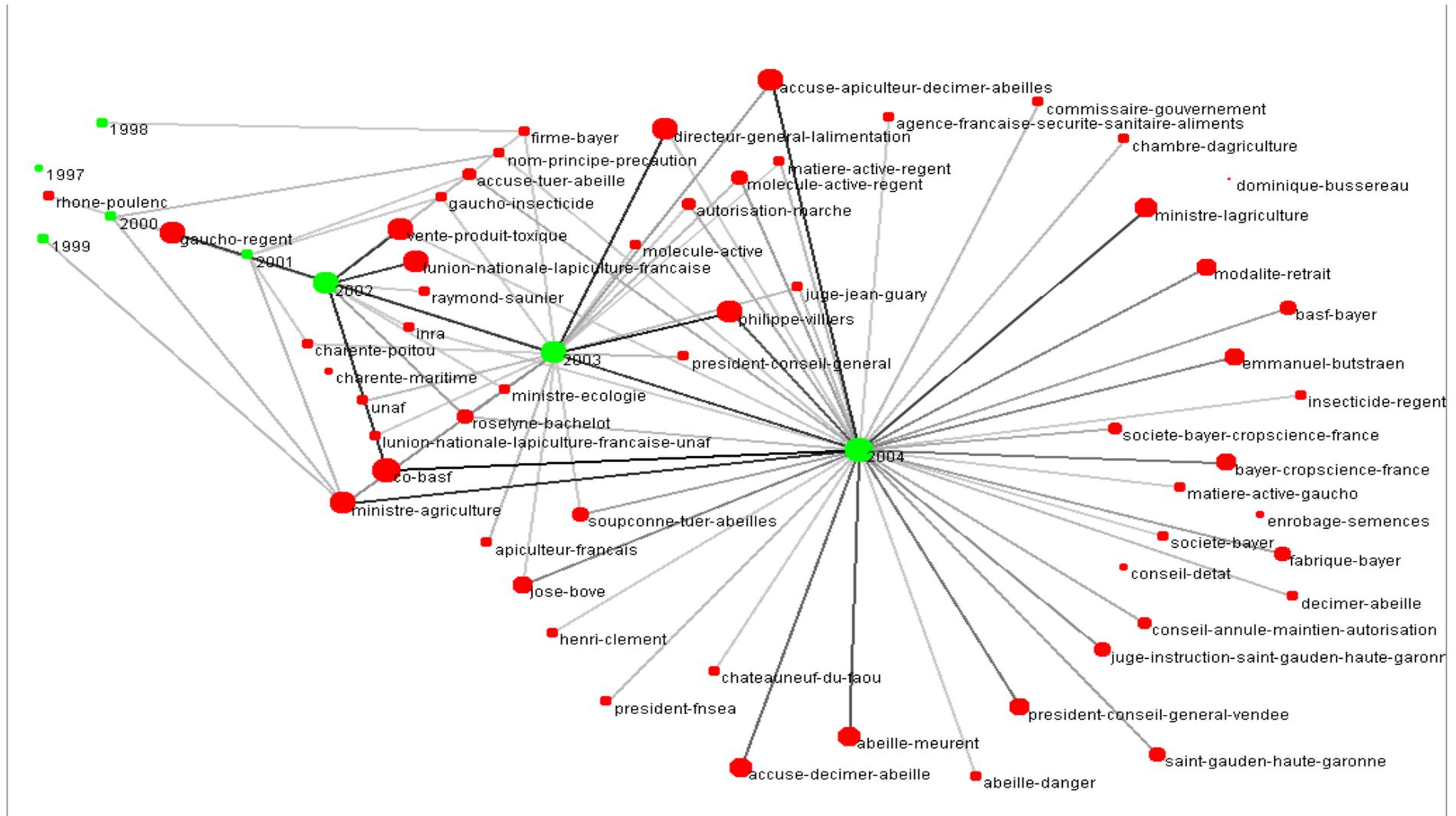


Figure 6: Eclatement de la terminologie négative sur la période 2004 (Visugraph – Tetralogie)

Nous observons ainsi comment les signaux faibles des années précédentes se répercutent et s'amplifient d'années en années, confirmant ainsi la thèse de Gloria Awad décrivant les étapes du sensationnel dans le journalisme de masse [11].

4 Aujourd'hui ?

Au terme de notre analyse, nous pouvons affirmer que les résultats sont identiques pour la presse régionale, faux pour l'AFP (Agence France Presse), donc nos résultats restent à nuancer en fonction du support médiatique. Ainsi, nous pensons que la clef de la découverte est celle du support. En effet, il s'agit de comprendre comment les acteurs se réapproprient les instruments médiatiques pour faire entendre leur voix. Nous mettons ainsi en valeur les deux types de stratégies communicationnelles. Cette nuance du support confirme notre analyse de la stratégie managériale lors de cette crise : les industriels ont fait le pari d'une diffusion de l'information de l'AFP vers les autres médias. Or c'est le sens inverse de l'information qui est en réalité effective : des médias régionaux producteurs de sens vers les médias nationaux qui font écho de la situation de crise. Cette perception culturelle et organisationnelle du risque a déjà été mise en exergue par les travaux de feu l'anthropologue Mary Douglas [12].

D'autre part, dans cette article nous abordons la notion de l'externalité négative de la pollution. Par exemple, si le pommiculteur augmente sa production de pommes alors les abeilles auront plus de fleurs à butiner. Mécaniquement, la hausse de la production de pommes favorise une augmentation de la production de miel; nous parlons d'externalité positive. Dans le cas contraire, celui qui nous intéresse, l'externalité négative est indiquée dans le cas de la pollution : la hausse de la production agricole par l'usage de pesticides peut contribuer à une baisse de la production apicole. Ainsi, dans cette chaîne d'interdépendance économique, les industriels ont des clients mais aussi et surtout des usagers. La crise fait apparaître cette proximité.

Toutefois, aujourd'hui, de nouvelles raisons comme le virus permettraient d'expliquer la mortalité excessive de l'abeille [13]. En citant cette source, nous ne souhaitons pas disculper les industriels mais nous pensons que le mouvement médiatique opéré peut nuire à la recherche de solutions consensuelles. Si, nous reconnaissons que des forums hybrides [14] constitués d'experts et de profanes est nécessaire, nous voyons ici comment un discours peut s'emballer pour désigner une victime unique, un transfert de bouc émissaire, de l'abeille vers les pesticides. L'isomorphisme observé entre la stratégie de communication des industriels et les flux effectifs de l'information journalistique peut expliquer pourquoi les managers ont tardé à enrichir ce que nous pouvons appeler la démocratie déléгатive des apports d'une démocratie dialogique. En tardant à reconnaître la difficulté apicole, ces derniers se sont structurés et ont affirmé leur identité en multipliant les points d'impacts événementiels à la manière d'une machine de guerre médiatique dont la stratégie est comparable à celle du jeu de go [15]. Les clivages renforcés, le consensus devint impossible.

Ainsi, la stratégie de communication des industriels évolue d'une stratégie directe par l'organisation d'événements (colloques) spécifiquement liés à ce conflit pour renouer un dialogue avec les apiculteurs par l'intermédiaire des médias de masse, les blogs, journaux, ou articles sur l'éthique de la profession. Si des ouvrages paraissent pour dénoncer « l'imposture écologique » [16], la stratégie se double d'une tactique indirecte pour gagner en proximité avec ce qu'ils appellent « la société civile »; par exemple en fournissant du matériel pour les clubs de foot en travaillant au niveau local, en gagnant en proximité territoriale, en étant près des acteurs locaux. Ainsi, paradoxalement, au terme de la crise, il devient utile, économiquement parlant, d'être vertueux pour une harmonie sociale efficace. La technologie peut être facteur de progrès si et seulement si elle oeuvre pour un développement durable. Former les managers de demain à la lumière de cette expérience regrettable devient un des objectifs des organismes de formation car la mésentente sociale est un jeu à somme négative d'un point de vue socio-politique et économique.

5 BIBLIOGRAPHIE

- [1] DELANOE, A. *Quand les abeilles meurent, les articles sont comptés. Généalogie et analyse sémantique d'une crise médiatique*. VSST, 2004.
- [2] ALLPORT, G.W., P. L. *Les bases psychologiques des rumeurs*. Psychologie sociale de A.Lévy. 1965.
- [3] BECK, U. *La société du risque*. Flammarion, Paris. 2001
- [4] ROSANVALLON, *La contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance*. Seuil, Paris, 2006.
- [5] CHAMPAGNE, P. *Faire l'opinion, le nouveau jeu politique*. Les éditions de Minuit, Paris. 1990
- [6] TETART, G. *Le sang des fleurs, une anthropologie de l'abeille et du miel*. Odile Jacob, Paris, 2004.
- [7] DE VILLIERS, Ph.. *Quand les abeilles meurent, les jours de l'homme sont comptés*, Un scandale d'État. Albin Michel S.A., 2004.
- [8] *Les scientifiques et la preuve publique*. Les Echos. 1er septembre 2004.
- [9] LATOUR, B. *Politiques de la nature*. La Découverte. 1999.
- [10] GIRARD, R. *Le bouc émissaire*. Grasset & Fasquelle, Paris. 1982
- [11] AWAD, G. *Du sensationnel. Place de l'évènement dans le journalisme de masse*. L'Harmattan, Paris. 1995
- [12] DOUGLAS, M. et WILDAVSKY, A. *Risk and Culture, An Essay on the Selection of Technological and Environmental Dangers*. University of California Press. 1982
- [13] MAGGIE FOX, *Les abeilles peut-être victimes d'un virus selon une étude*, Le Monde, 6/9/2007.
- [14] CALLON, M. et LASCOUMES, P. et BARTHE, Y., *Agir dans un monde incertain, essai sur la démocratie technique*, Seuil, 2001.
- [15] DELEUZE, G. et GUATTARI, F. *Mille Plateaux, Capitalisme et schizophrénie2*. Les éditions de minuit, Paris. p.436 et suivantes. 1980.
- [16] RIVIERE-WEKSTEIN, G. *Abeilles, l'imposture écologique*. Le publieur, 2006.