



Snobisme v/s Esturgeon : 1-0

Mediapart.fr

Petit détour par le [New Scientist](#) pour relayer le cri d'alarme lancé par [Franck Courchamp](#) et [Agnès Gault](#), de l'université d'Orsay : non seulement l'esturgeon est une espèce menacée à cause de ses œufs, le caviar, mais il l'est aussi par la futilité de l'homme...

Dans une communication présentée hier à un colloque de la [Society for Conservation Biology](#), ils ont dévoilé les résultats d'une [étude comportementale](#) de consommateurs qui fait froid dans le dos. Leur terrain n'est pas celui d'un laboratoire classique, puisqu'ils sont allés ferrer le consommateur in situ. Et quoi de mieux pour le caviar que de le faire déguster dans des réceptions chic, qui rassemblent des individus des classes socio-professionnelles élevées ? Le dispositif était le suivant : s'inviter dans des cocktails parisiens huppés et proposer aux distingués invités un même excellent caviar sous deux appellations différentes : "rare" et "commun", et voir si cette fausse différence induite trompait efficacement les consommateurs. Les résultats sont tout simplement consternants : 54 % des (heureux) goûteurs exprimaient leur préférence pour le "rare" avant même de l'avoir goûté, mais pire encore, ce chiffre montait à 70% après dégustation. On ne sait lequel des deux est le plus édifiant, d'ailleurs, le snobisme *a priori*, ou l'aveuglement *a posteriori* certainement imprégné de normativité de classe ("de quoi aurais-je l'air à préférer le "commun ?"). J'en vois déjà ici qui condamnent l'incurie de la jet set, son infantilisme au regard des problèmes du monde : il est en effet assez difficile d'ignorer que l'esturgeon est une espèce menacée, et qu'aller chercher le caviar "rare", ou prétendre le préférer, n'arrangera rien au problème, loin de là.

Las... L'expérience n'est pas finie. Courchamp et Gault ont reproduit le même schéma d'expérience dans des supermarchés de la région parisienne, Les Ulis, Massy, Arcueil, et ont obtenu les mêmes résultats sur des consommateurs lambda comme vous et moi (enfin, vous, je ne sais pas, mais moi, c'est sûr...) : 52% des ménagers et menagères interviewés ont préféré le "rare" dès avant sa consommation et 72 % sont allés dans ce même sens après. Tristement -mais est-ce une surprise ?-, le snobisme semble être donc partagé par delà les classes sociales. Sans que l'on sache d'ailleurs si c'est un invariant culturel, ou le résultat d'un effet de mode qui nous fait calquer nos goûts et nos rêves sur ceux des puissants...Joie...Au delà de ces considérations existentielles, l'étude est intéressante et inquiétante pour ses conséquences : elle tend à montrer qu'avec la croissance de la demande pour les produits de luxe, dans un contexte où toute une partie du monde est en train d'accéder à un confort économique individuel, les esturgeons sont vraiment mal barrés. Les efforts faits pour proposer du caviar d'élevage semblent ici être largement battus en brèche par le fantasme des consommateurs. Ces travaux en appellent certainement d'autres : ce snobisme est-il un trait culturel français (lieu de l'étude) ou européen, occidental, ou mondial ? Les nouveaux riches chinois ou russes agirait-il de même ? Et les consommateurs lambda de ces pays aussi ? Ces questions ne sont pas anodines si l'on veut pouvoir faire de la prospective sur l'impact de ces comportements infantiles sur l'avenir de l'espèce. A sa mesure, l'étude est néanmoins un témoignage de plus, s'il en était besoin, que nous dansons sur un volcan... Ce soir, tarama pour tout le monde.

crédit photo www.csun.edu

URL source: <http://www.mediapart.fr/club/blog/thomas-heams/150708/snobisme-vs-esturgeon-1-0>

Liens:

[1] <http://environment.newscientist.com/channel/earth/dn14311-sturgeon-swimming-towards-extinction-vortex.html>

[2] <http://www.esu.u-psud.fr/epc/conservation/pages/Franck.html>

[3] <http://www.conbio.org/activities/meetings/2008/?CFID=9389112&CFTOKEN=81906945>

[4] <http://precedings.nature.com/documents/1690/version/1/files/npre20081690-1.html>