



Figure 1: Bannière d'une « Action Express pour les animaux » L214 (L214, 2021i)

Charlotte Allié St Clair

Sous la direction d'Emilie Dardenne

## Table of Contents

Introduction.....	3
1 L214 : une association animaliste utilitariste et abolitionniste.....	4
1 Philosophie de L214.....	4
1 Une approche abolitionniste incrémentale.....	4
2 L'influence de l'altruisme efficace.....	4
3 Une approche modérée de la militance animale : l'influence d'Henry Spira.....	6
2 Quelles actions pour les animaux ?.....	7
2 Corpus et méthodologie : comment l'analyse de discours vient éclairer les Actions Express L214	8
1 Notre corpus d'étude : les Actions express L214 publiées en 2020 - 2021.....	8
1 Les newsletters à destination de l'industrie agro-alimentaire.....	9
2 Une newsletter atypique à destination des décideurs politiques :.....	10
3 Les newsletters qui relaient des enquêtes :.....	11
2 Cadre théorique : analyse de discours et sémiotique.....	13
3 La figure de l'animal au sein des Actions Express.....	15
1 Comment les Actions Express parlent-elles des animaux ?.....	15
Reprendre les termes de l'industrie tout en les mettant à distance.....	15
S'appuyer sur l'éthologie pour parler des animaux.....	18
2 L'iconographie : dénoncer, encourager, montrer d'autres modes de relation.....	19
1 La fonction dénonciatrice de la photographie : dévoiler la réalité de l'élevage intensif et désigner les coupables.....	21
Dénoncer l'exploitation animale.....	21
Montrer l'échelle de l'agriculture intensive.....	21
La viande a été un animal.....	22
Désigner les coupables.....	24
2 D'autres fonctions de l'iconographie animalière : donner du baume au coeur et changer la représentation animale.....	26
Représenter les animaux autrement.....	26
Un autre rapport aux animaux est possible.....	30
.....	31
Conclusion.....	32
Tableau des illustrations.....	33
Bibliographie.....	34
Corpus.....	34
Articles de revue, ouvrages, sites internet.....	38

## Introduction

Nous nous étions inscrite aux Actions Express proposées par L214 et en avons effectué quelques unes d'entre elles pendant le confinement de 2020. Cela semblait être une excellente opportunité d'agir en faveur des animaux dans un contexte où les autres modes d'actions semblaient réduits voire impossibles. L'idée de contribuer à l'amélioration du sort des animaux de rente sans bouger de notre canapé était séduisante. Comme nous travaillions à l'époque sur un corpus qui possédait une forte dimension persuasive, nous nous étions posé la question de la manière dont L214 mobilisait ses troupes.

Nous n'avons pas oublié ce corpus lors de notre inscription à ce DU d'Etudes Animales et nous étions posé plusieurs questions à son propos. Nous nous étions demandé quelles stratégies argumentatives étaient mobilisées par l'association, qui faisait usage d'un registre émotionnel qui nous semblait étonnant (nous nous attendions à un discours moins dans les affects et davantage dans l'argumentation pure -c'est un peu naïf, nous le concédons). La lecture des articles que Christophe Traini (Traini, 2009, 2010, 2011, 2014) consacre à la dimension émotionnelle du travail militant fut éclairante sur ce point et mériterait à notre sens de faire l'objet d'un travail à part.

Cependant, nous nous posions également la question de la manière dont les animaux étaient représentés dans ce corpus, à la fois textuel et iconographique. Comment L214 présentait-elle les animaux à ses sympathisants ? Et quel discours proposait-elle quand elle s'adressait à l'industrie agro-alimentaire ? Que penser du recours qui était fait à des « animaux mignons » dans ces courriels (cf figure 2) ?



*Figure 2: " Nouvelle enquête : Interpellons le ministre de l'Agriculture Julien Denormandie » (L214, 2021ad)*

Nous présenterons L214, notre corpus ainsi que la méthodologie que nous avons employée dans le cadre de ce travail. Enfin, nous étudierons quelles représentations nous sont faites des animaux, qu'elles soient textuelles ou iconographiques.

# **1 L214 : une association animaliste utilitariste et abolitionniste**

L214 est une association française créée en 2008 par Brigitte Gothière et Sébastien Arsac (Gothière & Segura, 2019, p. 39). Elle tire son nom de l'article L214-1 du Code Rural : « *Tout animal étant un être sensible doit être placé par son propriétaire dans des conditions compatibles avec les impératifs biologiques de son espèce.* » Nous présenterons brièvement le positionnement idéologique de l'association avant de nous pencher sur la manière dont elle choisit de se mettre au service de la cause animale.

## **1 Philosophie de L214**

### **1 Une approche abolitionniste incrémentale**

A terme, elle vise la fin de l'exploitation animale. Elle adopte donc une perspective abolitionniste, à distinguer de l'approche welfariste qui prend comme but l'amélioration des conditions d'existence des animaux sans pour autant remettre en cause l'exploitation animale en tant que telle (Dardenne, 2020, p. 267, 271).

Dans la pratique, l'association adopte une position incrémentale au quotidien (également qualifiée de « néo-welfariste ») et agit sur plusieurs volets afin d'améliorer les conditions de vie de ces animaux. En guise d'illustration, détaillons la manière dont elle s'emploie à faire adopter le European Chicken Commitment (Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt et al., s.d.) par l'industrie agro-alimentaire. Il s'agit d'un texte rédigé par plusieurs associations européennes de défense des animaux qui se sont associées pour faire mieux entendre leurs revendications concernant l'amélioration des conditions d'élevage des poulets (poules pondeuses et poulets dits « de chair »). Ces associations accomplissent ensuite un travail de lobbying auprès des entreprises de l'agro-alimentaire afin de faire en sorte que ces dernières s'engagent à mettre en place des actions concrètes qui garantissent des conditions de vie jugées acceptables pour les oiseaux à l'horizon 2026. Ainsi, une entreprise qui signe ce texte devra notamment utiliser certaines races de poulets « dont l'intérêt pour le bien-être animal a été démontré », à l'exclusion de races de poulets dites à croissance rapide (qui peinent à se mouvoir (sans douleur) car leur prise de poids dépasse les capacités de leur squelette).

### **2 L'influence de l'altruisme efficace**

Peter Singer constitue l'une des références de Brigitte Gothière (Gothière & Segura, 2019, p. 43). Il est considéré comme l'un des fondateurs de la libération animale dans les années 1970 aux États-Unis (il publie son ouvrage éponyme en 1975). Il s'inscrit dans le courant philosophique utilitariste qui prend comme critère du bien le bonheur ou l'absence de peine et de souffrance. Il promeut l'altruisme efficace, c'est-à-dire « une démarche altruiste qui répond à des critères de rationalité » (Dardenne, 2020, p. 132).

Une personne s'inscrivant dans cette démarche se demandera explicitement comment agir de telle sorte à ce que son action ait le plus d'efficacité possible en fonction des moyens dont elle dispose. Ce positionnement explique au moins en partie pourquoi L214 se consacre à la défense des animaux de rente : ils sont très nombreux, souffrent énormément, et un seul changement dans les pratiques de l'industrie alimentaire aura un impact sur le bien-être d'énormément d'individus (un milliard d'animaux issus des élevages seraient tués chaque année en France (Espinosa, 2021a, p. 46)). Cela peut également expliquer pourquoi la plupart des actions de l'association sont consacrées aux poulets<sup>1</sup>. Les volailles représentent « les animaux les plus exploités dans les élevages français » (Espinosa, 2021a, p. 46). Pour ce qui concerne les poules pondeuses (46 millions en 2018 (Dardenne, 2020, p. 134)), les deux tiers d'entre elles vivent dans des élevages intensifs sans accès à l'extérieur. Les poussins mâles issus de cette variété de poule pondeuse sont tués dès leur naissance car ils ne présentent pas d'intérêt marchand (50 millions de poussins par an). Les poulets élevés pour leur chair (753 millions en 2017 (Dardenne, 2020, p. 134)) le sont à 83 % dans des élevages intensifs qui ne respectent pas les conditions du bien-être animal (BEA ci après) et sont abattus après une quarantaine de jours de vie (Espinosa, 2021a, p. 46-47).

Les newsletters de L214 utilisent des expressions qui font écho à l'altruisme efficace :

- Des millions de poulets ont besoin de votre aide... [titre de courriel]  
(L214, 2021g)
- Leurs choix ont des conséquences importantes sur des centaines de milliers d'animaux.  
(L214, 2021aq)
- LDC est le leader du poulet en France, concentrant pas moins de 40 % du marché national. Il s'agit donc d'une campagne majeure, qui nécessite notre implication et notre motivation à toutes et tous, avec persévérance, et ce jusqu'à l'obtention des avancées demandées !  
(L214, 2021an)  
(L214, 2021al)
- Merci de continuer à nous soutenir dans cette campagne importante. 500 000 produits Daunat sont consommés chaque jour en France avec une part significative de produits contenant de la viande de poulets...  
(L214, 2021ac)
- Nous pouvons néanmoins nous réjouir de ce premier engagement, car concrètement, ce sont des millions d'animaux qui verront leurs souffrances réduites dans les élevages et les abattoirs. Un premier pas vers une pleine prise en compte de leur sensibilité.  
(L214, 2021ab)

---

<sup>1</sup> Nous reprenons ici la synthèse que propose R. Espinosa sur le sujet dans son ouvrage *Comment sauver les animaux ?*

- Connaissez-vous le groupe LDC ? Il s'agit du leader du poulet en France, connu pour ses marques Le Gaulois, Maître Coq (40 % du marché de la « volaille » à elles seules) et Marie. L'enjeu est énorme. Plus que jamais, nous allons avoir besoin de vous pour les convaincre d'agir.

*LDC, c'est le géant du poulet en France. Nous avons besoin de vous pour les convaincre de s'engager à changer la vie de centaines de millions de poulets. Vous pouvez compter sur nous pour faire tout notre possible !*

(L214, 2021u)

Les newsletters mettent en avant l'efficacité de la démarche qu'elles nous engagent à initier : en faisant un petit geste, nous pouvons avoir un impact considérable sur le BEA total. Si nous nous donnons la peine d'envoyer un mail, un message sur les réseaux sociaux (RS ci-après) ou de passer un appel, nous pouvons avoir un effet bénéfique sur « des millions de poulets qui ont besoin de [notre] aide », « des centaines de milliers d'animaux », « des millions d'animaux qui verront leurs souffrances réduites » et « changer la vie de centaines de millions de poulets ». Le choix stratégique de prendre à bras le corps la question de l'industrie agro-alimentaire est également souligné. Ainsi, une campagne qui prend pour cible LDC insiste sur la place qu'occupe le groupe au sein du marché : « LDC est le leader du poulet en France, concentrant pas moins de 40 % du marché national. », « Connaissez-vous le groupe LDC ? Il s'agit du leader du poulet en France, connu pour ses marques Le Gaulois, Maître Coq (40 % du marché de la « volaille » à elles seules) et Marie. L'enjeu est énorme. », « LDC, c'est le géant du poulet en France. »

### 3 Une approche modérée de la militance animale : l'influence d'Henry Spira

Dans la cartographie qu'il consacre aux associations animalistes françaises, Romain Espinosa oppose les associations adoptant les positions idéologiques et les moyens d'actions radicaux à celles employant des positions et des moyens modérés (Espinosa, 2021b). Ces dernières considèrent le recours à la violence comme illégitime voire peu efficace pour atteindre un changement sociétal plus favorable aux animaux et adoptent une approche pacifiste. Leur mode d'action est respectueux de la loi d'après certains (Espinosa, 2021b, p. 5)<sup>2</sup> ou refuse en tout cas l'action violente (Bourgatte, 2021). Ce choix se manifeste notamment par l'élection d'un « message de sensibilisation « modéré » [...] (débats, publication de vidéos informatives) » (Bourgatte, 2021).

Cela s'articule avec une vision centrée autour de la valeur de la bienveillance :

*Pour nous, ça va être ce qui a trait aux preuves, et la manière de se positionner par rapport aux gens. Un des fondamentaux de notre mouvement, c'est aussi la bienveillance. Pour nous, il y a toute une société à conduire vers un monde plus juste. (Gothièrre & Segura, 2019, p. 49)*

<sup>2</sup> Encore que les manières dont L214 recueille ses images ne sont pas toujours légales et lui a valu des procès, ce que rappelle Michael Bourgatte quand il énumère les procès dont l'association a fait l'objet (Bourgatte, 2021).

Cette « attitude de compromis » est présentée comme l'un des éléments qui fait le succès de l'association, notamment par le biais de l'attention médiatique ainsi récoltée (Bourgatte, 2021). En cela, L214 rappelle le positionnement d'Henry Spira, un militant étasunien de la cause animale qui est une source d'inspiration revendiquée par les fondateur·ices de l'association (*Singer - 2018 - Théorie du tube de dentifrice Comment changer le .pdf*, s. d.- Note des éditeurs, version française)<sup>3</sup>. Celui-ci propose la stratégie suivante :

« garder un lien avec l'opinion publique, choisir une cible, définir un objectif atteignable, trouver des informations fiables, maintenir votre crédibilité, proposer des solutions de rechange, être prêt à parler à vos adversaires ou à leur faire face s'ils refusent le dialogue : tous ces éléments ont pour finalité la création d'une campagne qui constitue un moyen pratique de changer la donne. La question principale est toujours : « Est-ce que ça va marcher ? » (Singer, 2018, p. 131)

Nous la retrouvons avec les Actions Express, notamment celles visant à obtenir des entreprises qu'elles s'engagent à ne plus utiliser d'oeufs issus d'élevages de poules pondeuses en cage (L214, s. d., 2021a, 2021c, 2021j, 2021r, 2021t, 2021v, 2021ag, 2021ah, 2021at). Cette stratégie est cependant critiquée (« Chapitre 11 - Se fonder sur les faits pour orienter au mieux l'action », 2019). Premièrement, dans le cas précis de l'élevage de poules pondeuses, le gain en termes de BEA offert par la suppression de cages au profit de bâtiments fermés n'est pas prouvé. Ensuite, certain·es craignent que les entreprises sur lesquelles les associations font pression ne cooptent (récupèrent et/ ou neutralisent) ces dernières.

## 2 Quelles actions pour les animaux ?

Le site internet de l'association présente un découpage tripartite des actions :

1. Un volet informatif sur lequel elle publie notamment des vidéos filmées dans des abattoirs ou plus haut dans la chaîne de l'industrie agro-alimentaire. Cette pratique contribue grandement à la renommée de l'association, qui joue un rôle de lanceuse d'alerte. Elle compte pour beaucoup dans le fait d'avoir politisé et médiatisé la question animale.
2. Une partie qui encourage chacun·e à faire un pas vers l'alimentation végétale dans le but de contribuer à un changement social de grande envergure qui viserait la fin de l'exploitation animale au sein de l'industrie agro-alimentaire
3. Un dernier volet qui permet à qui le lit d'agir pour les animaux de différentes manières :
  1. en participant à des actions express : l'association envoie une newsletter aux personnes qui souhaitent agir pour les animaux de chez elleux (L214, 2021m)

<sup>3</sup> Un des éditeurs s'entretient avec Brigitte Gothière et Sébastien Arsac. A la « question posée au couple : « Quel est votre truc pour être aussi efficaces ? » Brigitte livre cette réponse intrigante : « Notre "truc", ce sont les méthodes d'Henry Spira. » »

2. en rejoignant un groupe local de bénévoles pour mener des actions sur le terrain, dans la rue (questionnaires dans la rue, happenings...)
3. en agissant seul, de chez soi (« sans quitter son canap ») ou « en enfilant ses godasses » (L214, 2020b)

Pour le premier type d'actions, l'association insiste sur le caractère raisonnable de l'engagement requis ainsi que sur ses bienfaits concrets. En effet, le bas de la page web est consacré à la mise en valeur des différents engagements obtenus par L214 (le logo d'une enseigne connue est suivi d'une phrase qualifiant l'engagement de cette dernière, par exemple : « Cora s'engage à éliminer les œufs de poule élevés en cage » (L214, 2021m). Elle inclut également une dimension communautaire : il est question de rejoindre « une équipe déterminée ».

## **2 Corpus et méthodologie : comment l'analyse de discours vient éclairer les Actions Express L214**

### **1 Notre corpus d'étude : les Actions express L214 publiées en 2020 - 2021**

Nous avons fait le choix de centrer notre dossier autour de l'étude de l'ensemble des newsletters « Actions Express » envoyées par L214 entre juin 2020 et décembre 2021. En 2021, nous comptons un total de 105 courriels reçus dans le cadre des actions express, soit un courriel tous les trois jours environ. A titre de comparaison, dans le bilan qu'elle dresse de l'année 2020, l'association se félicite d'avoir mené 78 actions express, d'avoir incité 19 entreprises à s'engager et d'avoir obtenu l'engagement de 10 d'entre elles (L214, 2021b). Le rythme s'est donc accéléré en 2021 puisque le bilan proposé présente les données suivantes : 156 Actions Express pour les animaux, soit « deux fois plus qu'en 2020 ! » (un courriel pouvant contenir plusieurs Action Express), 18 entreprises encouragées à s'engager, 8 Actions Express pour soutenir des enquêtes, 5 Actions Express à destination de décideurs politiques (L214, 2022).

Les « Actions Express » proposées par L214 visent généralement l'industrie agro-alimentaire. L'association cible un certain nombre d'entreprises plus ou moins connues du grand public (cela va de géants du fast-food tels que Burger King, Subway et Domino's Pizza, en passant par des marques comme Daunat ou Zapetti ou bien des groupes possédant plusieurs marques (Cofigéo, qui possède « les marques Zapetti, William Saurin, Raynal et Roquelaure ou encore Garbit » (L214, 2021aw)) et les encourage à adopter des mesures concrètes plus favorables aux animaux de rente. Elle sollicite les personnes qui se sont abonnées à la newsletter afin que ces dernières :

- contactent directement le standard de l'entreprise et fassent remonter leurs revendications concernant le bien-être animal

- s'expriment sur les RS (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Youtube, Google Maps, Tripadvisor...) à propos du manque d'engagement de l'entreprise sur la question du bien-être animal

## 1 Les newsletters à destination de l'industrie agro-alimentaire

Les courriels présentent généralement la structure suivante : une introduction présente l'enjeu de l'action du jour. Des chiffres étayent parfois la portée d'une telle initiative. Ainsi, les actions ciblant Cofigéo rappellent régulièrement sa place de « leader des produits préparés en conserve » (L214, 2021aj) (L214, 2021aj) (L214, 2021ai) (L214, 2021aw) (L214, 2021o). Ensuite, l'action ou les actions du jour sont déroulées étape par étape : nous apprenons quel numéro de téléphone appeler, quel réseau social utiliser, des indications nous sont données quant au savoir-être à adopter (« **Avec bienveillance et courtoisie**, expliquez à votre interlocuteur ou à votre interlocutrice votre sentiment face à **l'absence d'engagement d'Écomiam pour les poules pondeuses et les poulets.** (*charlotte, continuons à interpeller Écomiam! \* , s.d.*)). Sauf exception, l'association propose plusieurs messages type (si l'action mobilise les RS) ou un argumentaire à utiliser en cas d'appel téléphonique. Ce contenu s'organise lui-même de la manière suivante :

1. Le manque d'engagement en matière de bien-être animal de l'entreprise est remarqué et déploré :  
« Écomiam, le n° 3 français de la distribution de produits surgelés, **n'est toujours pas engagé** :
  - contre l'élevage en cage des poules pondeuses
  - contre les pires pratiques d'élevage des poulets de chair. »
2. Les conditions d'existence indignes des animaux de rente utilisés par l'entreprise sont décrites :  
« **L'élevage de poules en cage est particulièrement cruel** : entassées les unes sur les autres, les poules ne peuvent pas exprimer leurs comportements naturels, comme courir ou étendre leurs ailes. Certaines meurent dans leur cage »
3. L'opinion publique sur le sujet du bien-être animale est régulièrement mobilisée à l'aide de données chiffrées :  
« **Aujourd'hui 9 Français sur 10 se disent favorables à l'interdiction de l'élevage en cage des poules pondeuses.** »  
« **91% des Français sont d'ailleurs contre l'élevage intensif des poulets.** »
4. Le message se conclut sur une comparaison défavorable de l'entreprise avec les concurrent-es qui se sont engagées sur la question, dans une visée double. Il s'agit simultanément de blâmer l'entreprise et de montrer qu'un tel engagement est possible  
« De nombreux concurrents d'Écomiam sont déjà engagés contre ces pratiques cruelles comme Picard, Thiriet ou encore Argel. »  
(L214, 2021as)

Cette structure est répétée autant de fois qu'il y a d'actions proposées dans le courriel qui se termine sur un rappel de l'utilité de ce type d'action et/ou une expression de reconnaissance vis-à-vis du travail effectué. (« Les poules pondeuses et les poulets sont

des êtres sensibles, intelligents, capables de ressentir des émotions. **Il est primordial de convaincre Écomiam de s'engager contre les pires pratiques d'élevage de ces animaux !** Encore merci d'agir régulièrement à nos côtés, pour eux » □) (L214, 2021as). Une signature personnalisée clôt le mail : l'expression « Amitiés militantes » précède le prénom de la personne qui l'a rédigé.

## 2 Une newsletter atypique à destination des décideurs politiques :

L214 consacre la très grande majorité de ses Actions Express à l'industrie agro-alimentaire, le monde politique ayant fait l'objet de seulement cinq actions express sur 156 au total en 2021. Pouvons-nous constater des spécificités quant à la manière dont sont rédigées ces newsletters, que cela soit dans le mode d'adresse ou la manière dont est présentée la question du bien-être animal ?

Comme nous pouvions nous y attendre, le ton employé est plus formel : pas de plaisanteries ou de jeux de mots dans les titres de courriel, utilisation d'un registre soutenu quand il s'agit d'interpeller un·e député·e, un·e préfet·e ou le Président de la république (« Je vous prie d'agir au plus vite » (L214, 2021e), « Je vous prie d'agrèer, Madame, Messieurs, mes sincères salutations. » (L214, 2021n)). Les personnes ayant rédigé le courrier anticipent également la possible réticence de leur destinataire et le caractère intimidant de l'entreprise lorsqu'il s'agit de s'adresser directement à un·e représentant·e politique. Cela étant, ces recommandations ne s'éloignent pas particulièrement de celles faites pour les Actions Express visant le secteur agro-alimentaire : « 1/ Un peu d'appréhension ? C'est normal. Prenez une grande inspiration. » ; « C'est parti ? Souriez !

Prenez une grande inspiration et armez-vous de courage pour porter la voix des animaux. » ; « **Indiquez poliment que vous souhaiteriez faire part à votre député.e de votre intérêt pour la condition animale.** Présentez-vous et indiquez votre ville ou votre village : votre député.e saura que vous êtes un électeur ou une électrice de sa circonscription. Partagez clairement et calmement vos attentes [passage en gras dans le texte d'origine] » (L214, 2020c). Les rappels à la politesse, présents dans chaque mail, se font possiblement plus nombreux ou insistants (« Vous pouvez écrire votre **propre message. Il aura plus d'impact s'il est courtois :-)** [passage en gras dans le texte d'origine] » (L214, 2021n)) bien qu'adoucis par l'utilisation d'un smiley.

Les arguments qui traitent du bien-être animal sont ici accompagnés de considérations sur les effets environnementaux et sanitaires de l'élevage intensif, ce qui n'est pas le cas dans les actions à destination de l'industrie agro-alimentaire. En adaptant son argumentaire ainsi, l'association semble prendre pour acquis le fait que le souci du BEA seul n'est pas considéré comme un motif suffisant d'action par les décideur·euses politiques. Dans un souci d'efficacité, l'association énumère les effets délétères de l'élevage intensif, les manquements au BEA étant ravalés à un problème parmi d'autres :

- « Les ravages de l'élevage intensif ne sont plus à démontrer, pour les animaux, pour l'environnement, pour les riverains, et même pour les éleveurs. Entassement, enfermement, maladies : dans les élevages intensifs, les animaux vivent un enfer. Mon inquiétude se rapporte aussi à la vulnérabilité en nitrate des communes concernées par les épandages, aux risques de zoonoses et au développement de

l'antibiorésistance liés à cette forme d'élevage, à l'utilisation des pesticides sur les cultures destinées à l'alimentation des animaux, à l'impact des élevages intensifs sur le réchauffement climatique et à l'endettement faramineux des exploitants.» (L214, 2021n)

- Tout comme moi, je vous invite à interpeller le député de votre circonscription pour qu'il vote pour plus de menus végétariens dans la restauration collective. Cela est essentiel pour l'environnement et les animaux. Vous trouverez toutes les informations nécessaires sur cette plateforme d'interpellation. (L214, 2021p)
- « En plus des souffrances infligées aux animaux, ce projet est une aberration pour l'environnement, la santé publique et même l'éleveur »  
Modèle de Tweet proposé : Maltraitance animale, endettement de l'éleveur, pollution, santé publique en danger, riverains en souffrance, [@Prefet62](#) refusez ce projet d'extension d'élevage intensif de poulets à [@Pihem](#). (L214, 2021q)

Dans certaines communications, le BEA n'apparaît pas explicitement. Ce sont les préoccupations d'ordre sanitaire qui semblent dominer, comme c'est le cas dans l'exemple suivant, qui relaie la campagne « On subit les conséquences, mais qui agit sur les causes », réalisée suite à la pandémie du Covid 19. La newsletter propose notamment des modèles de post Facebook que l'association encourage à publier sur la page d'Emmanuel Macron, dont celui-ci :

75% des maladies animales émergentes peuvent contaminer les humains. La Covid-19 en est un triste exemple.

Ce type de maladie est favorisé par la déforestation, étroitement liée à l'élevage intensif, la promiscuité et la faible diversité génétique des animaux qui sont élevés de cette manière...

Pour limiter les risques de subir de nouvelles pandémies, veuillez agir sur les causes !

[agir-sur-les-causes.com](http://agir-sur-les-causes.com)  
(L214, 2021e)

Ici, c'est bien la santé humaine qui apparaît comme le principal objet de la communication, les conditions de vie des animaux d'élevage (« promiscuité », « faible diversité génétique » ayant pour conséquence des « maladies animales émergentes ») étant ravalés au rang de facteur explicatif de la crise actuelle.

### **3 Les newsletters qui relaient des enquêtes :**

La structure d'une telle newsletter est la suivante :

1. Informations sur le contenu de l'enquête : les manquements au BEA
2. Diffusion de l'enquête sur les RS
3. Incitation à contacter l'entreprise / les décideur-euses politiques en exprimant son désaccord avec la situation actuelle

Prenons un peu de temps pour étudier une newsletter en particulier. Celle-ci date d'avril 2021 et est intitulée « Nouvelle enquête : Interpellons le ministre de l'Agriculture Julien Denormandie ». L'introduction nous présente l'enquête publiée par L214 à propos d'un élevage de cochons qui se distingue par sa cruauté et les conditions de vie indignes que subissent les animaux, détaillées sur deux points (coupe de queue à vif systématique, claquage des porcelets).

Ce matin, L214 a sorti [une nouvelle enquête](#). À visage découvert, un lanceur d'alerte témoigne de l'enfer vécu par des cochons dans un élevage de l'Yonne. Les images dévoilent des actes de cruauté et des infractions à la réglementation multipliant les souffrances

(L214, 2021ad)

Le but de cette newsletter est de demander l'interdiction de ces pratiques via l'interpellation du ministre de l'agriculture, Julien De Normandie. L'action du jour consiste ainsi à envoyer un tweet au ministre et à partager l'enquête sur les RS :

- Les pratiques cruelles se perpétuent dans les élevages porcins : coupe à vif des queues, claquage des porcelets. Sans les #lanceursdalerte, aucune image: maintenant que vous les voyez, agissez ! @J\_Denormandie, mettez fin à ces méthodes barbares <https://www.l214.com/enquetes/2021/alerte-cochons-tremblats-yonne/>
- Encore une fois, un #lanceurdalerte dévoile la réalité des élevages de cochons: la queue des porcelets est coupée à vif et ceux jugés non rentables économiquement sont violemment frappés au sol. Stop! @J\_Denormandie prenez des mesures en conséquence. <https://www.l214.com/enquetes/2021/alerte-cochons-tremblats-yonne/>
- Quand le profit l'emporte, les animaux importent peu. La filière porcine ne doit plus perpétuer ces actes de barbarie. @J\_Denormandie, le claquage et la coupe des queues en routine sont hors la loi. Interdisez-les une bonne fois pour toutes! <https://www.l214.com/enquetes/2021/alerte-cochons-tremblats-yonne/>
- Un énième "cas isolé" qui ne serait pas dévoilé sans le courage des #lanceursdalerte! @J\_Denormandie, que vous les jugiez isolées ou non, ces pratiques illégales sont prédominantes dans la filière porcine: mettez-y un terme! <https://www.l214.com/enquetes/2021/alerte-cochons-tremblats-yonne/>

Le tweet semble viser deux choses de manière simultanée : 1) souligner la légitimité des lanceurs d'alerte et s'opposer à leur criminalisation 2) demander une interdiction de pratiques illégales et cruelles. Si le format du tweet encourage la concision, il est flagrant que les deux parties du message sont dotées d'un niveau d'explicitation très variable. Le deuxième point est l'objet d'une demande explicite : «ces pratiques illégales sont prédominantes dans la filière porcine: mettez-y un terme! », « le claquage et la coupe des queues en routine sont hors la loi. Interdisez-les une bonne fois pour toutes! », « @J\_Denormandie prenez des mesures en conséquence. », « @J\_Denormandie, mettez

fin à ces méthodes barbares ». Le premier, en revanche, pourrait demeurer indétectable aux yeux d'une personne qui ne connaîtrait pas le contexte d'énonciation de ces messages. Arrêtons-nous un moment sur le choix de la référence allusive à la cellule Déméter<sup>4</sup> qui vise à empêcher la diffusion d'images tournées sur le site d'exploitations agricoles : « Sans les #lanceursdalerte, aucune image », « Encore une fois, un #lanceurdalerte dévoile la réalité des élevages de cochons », « Un énième "cas isolé" qui ne serait pas dévoilé sans le courage des #lanceursdalerte! ». L'introduction ne fait nulle mention du bras de fer qui a été engagé entre le gouvernement et les associations animalistes par le biais de la mise en place de la cellule Demeter. Les personnes qui savent ce qu'il en est (le destinataire direct du Tweet, mais également son « public invisible » (Marwick & Boyd, 2011) : les lecteurs et lectrices informées qui s'intéressent à l'actualité de L214 et/ou à celle du ministère de l'agriculture) comprennent ce dont il est question sans qu'il y ait besoin de précisions supplémentaires. L'adresse tacite à cet-te interlocuteur-ice non-identifié-e est renforcée par l'utilisation de la balise #lanceurdalerte, qui peut faire l'objet d'une recherche de la part de personnes ayant décidé de s'informer sur cette question.

## 2 Cadre théorique : analyse de discours et sémiotique

Du fait du choix de notre objet d'étude, nous avons décidé de mobiliser les outils de l'analyse de discours ainsi que de la sémiotique. L'analyse de discours est une approche « fondée sur la linguistique mais qui insiste sur le lien entre le discours et le social, entre le verbal et l'institutionnel » qui « s'intéresse aux formes et aux modalités d'expression des messages médiatiques, politiques, publics, organisationnels... en rapport avec des cadres sociaux (le contexte historique, le média, le parti politique, le gouvernement, l'entreprise...) » (Bonnaïfous & Krieg-Planque, 2014, p. 223). Parce que l'analyse de discours se concentre exclusivement sur l'écrit et que notre corpus est très imagé, nous avons ponctuellement mobilisé les ressources de la sémiotique, qui s'intéresse aux signes et à la manière dont leur agencement construit des réseaux de sens.

Nous avons archivé l'ensemble des Actions Express reçues en 2021 grâce au logiciel Zotéro, qui nous permet de collecter et d'organiser notre corpus (date de publication, type de newsletter, etc.). Chaque newsletter fait l'objet d'une fiche : le contenu de la Newsletter est copié-collé de la manière la plus exhaustive possible (le contenu de tweets ou de posts Facebook étant malheureusement rapidement perdu s'il ne fait pas l'objet d'une retranscription par la personne qui rédige la newsletter et qui prend implicitement en compte le caractère très éphémère<sup>5</sup> de certaines publications et les difficultés que cela

4 Créée en 2019, cette cellule de gendarmerie vise à prévenir ce que le gouvernement qualifie « d'agri-bashing », terme flou qui recouvre autant les « actes crapuleux » que « les actions de nature idéologique », ces dernières incluant le « tournage de vidéos clandestines » (Ministère de l'Intérieur, 2019, p. 4). Les associations animalistes dénoncent de leur côté une volonté gouvernementale de « museler » les lanceur-euses d'alerte qui permettent au public de s'informer sur des questions qui le concernent (Fondation 30 Millions d'Amis, 2020) .

5 Schneider et Foot qualifient internet -mais cela s'applique a fortiori aux RS- et des problèmes d'achivage posés par ce support de la manière suivante : il s'agit « d'un mélange unique du permanent et de l'éphémère » (Schneider & Foot, 2016, p. 115) . A cela nous pouvons ajouter que 40 % du contenu internet possède une durée de vie égale ou inférieure à un an (Brügger, 2005, p. 15).

pose). Ensuite, nous avons accordé plusieurs lectures au corpus afin de former des réseaux de sens à travers le repérage de répétitions de certains motifs ou encore le relevé de certains éléments saillants. Suite à ce travail de repérage, nous avons mis au point une grille de lecture qui permettait d'organiser les éléments de textes en différentes catégories rendues visibles par l'utilisation d'un code couleur qui reprend pour partie la structure d'un courriel type :

1. information : chiffres (« Par ailleurs, Picadeli parle d'un engagement à augmenter l'espace par oiseau (« ils sont aujourd'hui entassés à 22 oiseaux par m<sup>2</sup> » (L214, 2021g), statistiques (« **De plus, en France, 9 personnes sur 10 sont opposées à l'élevage intensif (YouGov, 2019)** [en gras dans le texte d'origine]. » (L214, 2021ao)
2. propos centrés sur l'animal : identification (« poulets à croissance ultra-rapide » (L214, 2021aa) ), description de ses conditions d'existence (« *Enfermés, entassés, les poulets vivent sur leurs propres déjections, n'arrivant parfois plus à se déplacer tant leur corps est disproportionné à cause de la sélection génétique. Certains meurent avant même d'être envoyés à l'abattoir.* » (L214, 2021u), caractérisation éthologique (« *grâce aux progrès de l'éthologie que les poulets, comme les autres oiseaux, sont des êtres sensibles, capables de ressentir des émotions. Les enfermer toute leur vie, ne pas leur laisser accéder à l'air pur, ne leur permet pas de répondre à tous leurs besoins.* » (L214, 2021z)
3. référence implicite à l'altruisme efficace via la présentation/ qualification de l'enjeu de la newsletter : quantification (« *LDC, c'est le géant du poulet en France.* » (L214, 2021u),
4. jugement de valeur quant aux pratiques d'élevage (« pratiques cruelles » (L214, 2021am)
5. shaming et comparaison dépréciative de l'entreprise par rapport à ses concurrents (« De nombreuses entreprises telles que La Mie Câline, Lidl, ou encore Fleury Michon se sont déjà engagées à respecter les critères du European Chicken Commitment. Quand Subway va-t-il rattraper ce retard ? » (L214, 2021d))
6. expression d'affects : négatifs («    » (L214, 2021f) ou positifs (
7. expression de reconnaissance à destination des abonné·es Actions Express : « **Votre soutien est inestimable dans cette campagne. J'appellerai moi-même Subway aujourd'hui** [en gras dans le texte d'origine] » (L214, 2021h) J'avais très peur de ce qu'on pouvait penser de moi avec ce k-way orange, de ne pas être à la hauteur, mais je me suis concentré en pensant au sort des animaux et en me disant « il faut bien se lancer ». Je ne le regrette pas ! » (L214, 2020a)

Cette démarche n'est cependant adaptée au traitement de données iconographiques, que nous avons néanmoins catégorisées de la manière suivante en fonction de l'effet recherché sur celui ou celle qui la regarde :

1. fonction dénonciatrice : image illustrant le quotidien d'animaux d'élevage.

2. Fonction de récompense : image d'un animal en majesté ou image illustrant la possibilité pour l'humain d'entretenir des relations mutuellement bénéfiques avec les autres animaux)

A mi-chemin entre le texte et l'image, nous trouvons les emojis qui « sont donc des pictogrammes qui représentent des choses comme des parties du corps et des activités, des véhicules et des bâtiments, de la nourriture et des boissons, des animaux et des plantes mais aussi des icônes représentant des émotions, des sentiments reprenant certains types d'émoticônes » qui occupent une fonction « émotionnelle ou ornementale » (Alloing & Pierre, 2021, p. 269). Leur statut hybride a interrogé les chercheur·euses. Leur utilisation ici pourrait tout à fait être étudié dans le cadre d'un autre projet de recherche.

### **3 La figure de l'animal au sein des Actions Express**

#### **1 Comment les Actions Express parlent-elles des animaux ?**

##### **Reprendre les termes de l'industrie tout en les mettant à distance**

Commençons notre propos en relatant l'anecdote suivante : des groupes agro-alimentaires bloquent l'utilisation de certains termes sur leurs réseaux sociaux, comme « poulet » (L214, 2020f) afin de faciliter le travail de modération de leurs community managers. La situation est pour le moins paradoxale : afin de faire du *damage control*, les entreprises se retrouvent à censurer des messages qui ont trait à leur coeur de métier. Ceci montre bien que les mots ont toute leur importance dans la guerre d'image que se livrent les associations animalistes et les acteurs de l'élevage intensif.

Les Actions Express reprennent les termes utilisés par l'industrie agro-alimentaire pour désigner les animaux : il est question de « produits au poulet » (L214, 2021x). Ici, toute vision individualisante de l'animale est abolie, et le poulet devient une matière sur laquelle nous pouvons prélever ce qui nous intéresse, ce que marque l'utilisation du singulier pour désigner l'animal (« au poulet » comme on dirait « à la moutarde » : sa fonction première est d'être mangée). Le traitement que nous faisons subir aux poulets (abattage, conditionnement alimentaire) les réduit à une masse homogène. C'est cette « substitution de la viande aux animaux dont elle provient » (Burgat, 2017) qui est à l'oeuvre ici, ce à quoi contribue la terminologie utilisée. Pour reprendre les propos de Florence Burgat : « [...] la viande n'a jamais été que de la viande ; l'animal dont elle provient n'a jamais été un individu que l'on peut se représenter ; son existence est nulle et non avenue. À la limite, il n'a jamais existé. » (Burgat, 2017). La philosophe convoque également Georges Bataille pour expliquer ce phénomène :

« L'animal mangé est tué, puis cuit, c'est-à-dire qu'il est traité comme une chose séparée, comme une chose bien distincte, dont on peut disposer et faire exactement ce que l'on veut. L'homme traite l'animal comme un champ de possibilités qui lui sont subordonnées. »  
 « L'opération décrite par Georges Bataille, selon laquelle l'individu est séparé de lui-même au point de rendre possible l'inversion des priorités ontologiques (il est chose à manger avant d'être lui-même), est totalement réalisée dans ce

qu'on appelle « la viande », car l'opération n'est ni métonymique (ne portant que sur une partie) ni métaphorique (portant sur un autre objet) ; elle emporte la totalité de l'individu [...]. Cette opération contribue à faire de la viande quelque chose d'autonome. » (Burgat, 2017)

Cependant, nous remarquons également des syntagmes tels que « la viande de poulets issue des pires pratiques d'élevage » (L214, 2020e) qui rappellent au travers de la discrète marque du pluriel le fait que la viande, avant de l'être, était un animal.

D'autres expressions viennent également questionner le sort qui est fait aux animaux et s'opposent une vision technicisante de l'animal qui fait d'eux des « machines », comme le dit le père de la zootechnie, Emile Baudement. C'est le cas par exemple de « poulets dits de chair » (L214, 2021aw) et d'expressions similaires telles que « des poulets élevés pour leur chair » (L214, 2020e), « l'élevage intensif de poulets pour leur chair » (L214, 2020d). Dans ces trois syntagmes, L214 reprend le langage utilisé par l'industrie agro-alimentaire (poulets de chair) pour le mettre à distance et questionner l'apparente évidence de cette nomination. Les poulets « dits de chair » : c'est le dire de l'industrie agro-alimentaire mais que signifie réellement cette expression ? Le fait d'être constitué de chair, nous le partageons avec les poulets bien que nous nous employions à l'occulter (Morizot, 2018) et le syntagme apparaît donc à première vue redondant. Ce qu'il signifie, c'est que nous opérons sur eux une sélection génétique, les nourrissons de manière à encourager leur engraissement maximal en un minimum de temps, les supplétons, les médicamentons (afin que, malgré les conditions d'intense promiscuité vectrice de maladie dans laquelle ils vivent ne les rendent pas impropres à la consommation) et les abattons avant des les conditionner dans le but de consommer leur chair (comme nous consommerions tout autre produit, soda ou cosmétique). L'expression utilisée par l'industrie (« poulet de chair ») laisse penser que la seule fonction du poulet est de finir dans notre assiette, dans une vision téléologique et anthropocentrée de l'animal : il est de son vivant un aliment en devenir. Après tout, ne pouvons-nous pas dire que ces poulets ne sont des « poulets de chair » que s'ils finissent dans leur assiette ? Pas tout à fait : l'industrie utilisant des souches « à croissance ultra-rapide » (L214, 2021aa), ces animaux semblent avoir été rendus dans une certaine mesure inapte à une existence qui dépasserait de beaucoup l'âge auquel ils sont censés être abattus (40 jours).

Ces syntagmes mettent aussi en lumière le fait que nous réduisons activement des animaux à de la viande (« élevés pour leur chair », « élevage intensif de poulets pour leur chair ») et que ce fait ne va pas de soi, ce qui est invisibilisé par l'expression première (« poulet de chair »). En rendant visible le processus à l'oeuvre, ces expressions dévoilent les moyens employés pour transformer les animaux en viande et refusent l'évidence infra-linguistique avec laquelle cette transformation est censée avoir lieu. Un degré d'explicitation supplémentaire est franchi avec des expressions telles que celle-ci : **« Oiseaux brûlés, malades, difformes, entassés les uns contre les autres, projetés dans les airs par un « canon à poulets »... Dans cet élevage Le Gaulois (groupe LDC), les animaux sont traités comme des objets. [emphase présente dans le message d'origine]» (L214, 2021an)**. La même logique de dévoilement est utilisée ici, non sans ambiguïté. Le courriel énumère une suite de manquements au BEA constatés au sein d'un

élevage et résumé cet état des faits par la formule suivante : les « animaux [sont] traités comme des objets », ce qui est considéré comme suffisamment problématique pour ne pas faire l'objet d'un commentaire supplémentaire (émoticône triste ou jugement de valeur explicite du type « et c'est révoltant ! »). Mais, si l'association rappelle régulièrement que « 90% des Français sont opposés à l'élevage intensif. » (L214, 2021ae), il n'est pas sûr que les personnes qui s'opposent à l'exploitation intensive des animaux adoptent pour autant une perspective abolitionniste. Pourtant, souscrire à une généralisation d'une agriculture extensive et plus respectueuse des animaux n'empêche pas de les classer dans la catégorie des « biens consommables (c'est-à-dire dont l'usage implique la destruction) » (Burgat, 2017) et donc des objets.

Enfin, le travail d'explication de certaines expressions employées par l'industrie agro-alimentaire comme « poulets à croissance ultra-rapide » (L214, 2021aa) permet de prendre la mesure de l'existence concrète de tels poulets. Si l'adjectif ultra « indique qu'on est au delà de la mesure ou de la quantification habituelle pour un phénomène, une réaction, un élément désigné par le 2<sup>e</sup> élém., lequel est un terme autonome appartenant au vocab. des sc. ou des techn. » (*Trésor de la Langue Française Informatisé (TLFI)*, s. d.), une partie du travail militant accompli dans ce courriel est donner à penser (et à voir, mais nous y reviendrons) de quelle manière il s'inscrit dans la chair de ces créatures.

NOUVELLE ENQUÊTE Interpellons LDC !

**Dans une enquête présentée par Julie Depardieu, L214 révèle aujourd'hui les images terribles de poulets à croissance ultrarapide élevés pour la marque Maître CoQ.** Poulets boiteux, incapables de se déplacer pour accéder à la nourriture et à l'eau, cadavres... Pour les faire grossir toujours plus vite, Maître CoQ (groupe LDC) est prêt à faire endurer toutes les souffrances possibles à ces animaux.

[Titre de la première action :] Enquête Maître CoQ – La génétique au service de la cruauté

[Extrait d'un modèle de courriel à destination de la marque Maître CoQ :] Je viens de découvrir avec effroi l'enquête révélant des images de poulets à croissance ultra-rapide pour votre groupe. On y voit des poulets boiteux peinant à accéder à la nourriture et à l'eau, voire complètement incapables de se déplacer, des cadavres d'oiseaux morts récemment ou en décomposition... C'est horrible.

(L214, 2021aa)

Au discours abstrait de la zootechnie (« poulet à croissance ultra-rapide », « génétique »), L214 oppose les conditions de vie concrète de ces animaux (« poulets boiteux peinant à accéder à la nourriture et à l'eau, voire complètement incapables de se déplacer ») ainsi que l'effet que cela produit sur qui en est témoin (« c'est horrible », « découvrir avec effroi »).

## S'appuyer sur l'éthologie pour parler des animaux

Les Actions Express viennent proposer une autre vision de l'animal, fondée sur l'éthologie<sup>6</sup>, qui vise à les prendre en compte pour eux-mêmes. Il s'agit peut-être ici pour l'association, en se fondant sur un discours scientifique qui bénéficie d'une certaine reconnaissance, de moduler son image publique. En effet, Christophe Traïni, dans l'étude qu'il consacre à la judiciarisation du combat animaliste, considère que le recours que font les associations au droit, à sa méthodologie et son langage technique leur permettent - notamment- de renvoyer une image sérieuse et dépassionnée précieuse quand il est nécessaire de dialoguer avec des institutions. Ainsi, l'emploi d'un discours juridique « permet également aux préoccupations affectives à l'origine de l'engagement de s'exprimer sous des formes, non seulement bien plus intellectualisées, contrôlées et circonstanciées, mais encore socialement légitimes » (Traïni, 2014, p. 477). Nous avons vu que l'expression de l'émotion n'est pas absente pour autant des Actions Express mais il semblerait qu'elle soit savamment dosée : il revient au consommateur et à la consommatrice de l'exprimer directement, bien que le discours soit mis en forme par l'association.

Nous formulons l'hypothèse selon laquelle le recours au langage de l'éthologie fonctionne de manière similaire. Un même propos est repris dans deux courriels quasiment identiques à destination de Daunat :

*"Nous savons aujourd'hui grâce aux progrès de l'éthologie que les poulets, comme les autres oiseaux, sont des êtres sensibles, capables de ressentir des émotions. Les enfermer toute leur vie, ne pas leur laisser accéder à l'air pur, ne leur permet pas de répondre à tous leurs besoins." (L124, 2021) (L214, 2021ak)*

La première phrase présente une vérité incontestable, renforcée par l'emploi du présent de vérité générale : « Nous savons aujourd'hui grâce aux progrès de l'éthologie que les poulets, comme les autres oiseaux, sont des êtres sensibles, capables de ressentir des émotions ». L'association fonde donc ses demandes sur des avancées scientifiques. L'invocation des « progrès de l'éthologie » ne fonctionne par purement et simplement comme un argument d'autorité (il se trouve que que la communauté scientifique s'accorde effectivement sur la réalité de la sensibilité animale non-humaine, ce qu'elle fait savoir notamment en publiant la Déclaration de Cambridge (LOW et al., 2013)) mais la scientificité de leur argument constitue en elle-même un gage de sérieux. La formulation « *des êtres sensibles, capables de ressentir des émotions* » paraît à première vue redondante. La propriété d'un être sensible est effectivement de « ressentir des émotions ». Peut-être cette répétition est-elle dotée d'une charge persuasive. L'expression « des êtres sensibles » fait bien entendu référence à la loi L214 du Code rural. La tournure infinitive, impersonnelle « *Les enfermer toute leur vie, ne pas leur laisser accéder à l'air pur, ne leur permet pas de répondre à tous leurs besoins* » permet de passer sous silence -à ce moment précis- la question de la responsabilité. Qui enferme ces poulets et ne leur permet pas d'accéder à l'air pur ? L'énonciateur·ice et le·a destinataire le savent très bien mais il ne s'agit pas ici d'accuser mais plutôt de constater. Remarquons par ailleurs la

---

6 Éthologie :

juxtaposition d'éléments qui appartiennent au registre courant (« l'air pur ») d'une part, et, d'autre part, ceux qui font référence à des connaissances juridiques et éthologiques (« ne leur permet pas de répondre à tous leurs besoins » pourrait faire référence à cet article du Code Rural déjà mentionné « Tout animal étant un être sensible doit être placé par son propriétaire dans des conditions compatibles avec les impératifs biologiques de son espèce » (Loi n° 76-629 du 10 juillet 1976 relative à la protection de la nature - Légifrance, 1976).

## 2 L'iconographie : dénoncer, encourager, montrer d'autres modes de relation

Les courriels ne sont pas uniquement composés de texte mais aussi d'images. Une examen rapide nous montre qu'une partie d'entre elles représentent les personnes qui participent aux Actions Express, tandis que d'autres illustrent le type de travail accompli (photographies représentant un ordinateur portable ou le travail sur les RS) ou encore les animaux de rentes. Il serait intéressant d'explorer quel représentation l'association propose des personnes prenant part aux Actions Express ainsi que le travail militant ainsi accompli. Cependant, nous avons choisi dans ce devoir de nous concentrer sur la manière dont est représenté l'animal non-humain. Comment les Actions Express choisissent-elles de montrer les animaux d'élevage ?

Tableau 1: Récapitulatif - iconographie animale Actions Express 2021

	Elevage intensif		Ø élevage intensif		? élevage intensif	Total
Poulet (poule, coq, poussin)	56		51		4	101
Ø poulet	6		7		Ø	13
1 individu	17	6	31 p	7 øP	4	65
> 1 individu	3		10		Ø	13
Effet de masse	33		Ø		Ø	33
+ humain	3		10		Ø	13

La très grande majorité des animaux représentés sur les visuels des Actions Express sont des poulets (poules, poulets, coqs et poussins) : sur 114 images représentant des animaux pour les Actions Express 2021, 101 d'entre elles représentent des poulets, soit plus de 88 % du total des animaux représentés (voir tableau 1). Cela s'explique notamment par le fait qu'il s'agit de l'espèce dont l'exploitation est la plus intense et les conditions de vie les plus dures, d'où le choix de la part de l'association de se concentrer sur cet animal. Une équipe dédiée (« l'équipe plumes ») travaille d'ailleurs à l'amélioration de leurs conditions d'existence.

Nous avons catégorisé les photographies ainsi : photographies représentant un effet de masse (il est impossible de compter l'ensemble des poulets représentés sur la photographie), animal seul, + humain (un animal non-humain est en présence d'un

humain), > 1 animal (c'est-à-dire qu'il est possible de compter le nombre d'animaux présents sur la photographie). Quatre photographies posaient un défi d'identification, nous avons donc créé une troisième catégorie pour prendre compte ce problème : « ? élevage intensif ».

Sur ces photographies, l'ensemble des « photos de masse », c'est-à-dire des photographies qui montrent plus d'individus que l'on ne peut en compter, concerne des poulets. Sans surprise, 100 % d'entre elles sont prises dans un contexte d'élevage intensif. Ce qui est plus étonnant, c'est que plus de 44 % des photographies représentant des poulets sont prises dans un contexte autre que celui de l'élevage intensif. Et pour ce qui concerne les autres animaux, une majorité de photographies sont prises dans un contexte autre que celui de l'élevage intensif. Or, les Actions Express ont pour but d'améliorer les conditions de vie de ces animaux. Quelle est alors la fonction de ces autres photographies ?

Nous verrons que les images ont pour fonction de dénoncer la dure réalité de l'élevage intensif mais aussi d'encourager les personnes participant aux Actions Express et enfin de montrer qu'un autre rapport humain – animal non-humain est possible.

### **1 *La fonction dénonciatrice de la photographie : dévoiler la réalité de l'élevage intensif et désigner les coupables***

Les photographies qui ont pour objet de dévoiler la réalité de l'élevage intensif le font de deux manières : en montrant les conditions de vie des animaux de rente, d'une part, et en mettant en accusation les acteurs du secteur agroalimentaire, d'autre part.

L214 prend le contre-pied de la communication des entreprises du secteur agroalimentaire et veille à donner à voir les vraies conditions de vie des animaux de rente. Les images jouent ici un rôle clé car elles font surgir dans le réel concret la violence et la souffrance. Elles suscitent le choc et l'indignation de par « leur caractère immoral, la force des témoignages qui les accompagnent, le besoin de transparence auquel elles répondent, et le dévoilement d'une réalité souvent occultée » (Dardenne, 2020, p. 221).

#### **Dénoncer l'exploitation animale**

##### ***Montrer l'échelle de l'agriculture intensive***

Comme nous l'avons vu, plus de la moitié des images représentant des poulets les montrent dans des conditions d'élevage intensif. Sur ces photographies, 58 % d'entre elles (soit 33 photos) montrent une masse inquantifiable de poulets. L'impression de masse est encore renforcée par le choix de la plongée (figure 6) ou légère plongée (figure 3) qui met l'emphase sur la profondeur de l'image. La figure 3 nous montre une image parfaitement symétrique avec une ligne de fuite qui semble prolonger à l'infini le bâtiment dans lequel vivent des poules pondeuses en cage. Quelques individus se détachent au premier plan et nous permettent d'imaginer des milliers de congénères sur des centaines de mètres, privés d'accès à la lumière et d'expression de comportements naturels. La figure 6 ne nous permet pas de distinguer un seul individu parmi la mer blanche de poulets de chair élevés au sol. Les quatre lignes de mangeoires découpent des espaces strictement

identiques les uns aux autres qui dessinent un espace d'où a été banni le moindre accès à la singularité. Les poulets y sont traités « comme des objets » (*L214, 2021aq*) ou des machines. La figure 4 nous montre un objet peu reconnaissable de prime abord (aucune des personnes que j'ai interrogées n'a été en mesure d'identifier précisément ce dont il s'agissait) : un canon à poulets. C'est une machine qui permet d' « aspire[r] les poulets d'un côté et les expulse[r] de l'autre à toute vitesse dans les caisses de transport pour partir à l'abattoir » (*Le Point, 2021*). La machine étant nommée dans l'Action Express, l'image nous permet de visualiser ce dont il est question.



Figure 3 (L214, 2021as)



Figure 4 (L214, 2021an)



Figure 6 (L214, 2021x)



Figure 5 (L214, 2021av)

**La viande a été un animal**



Figure 7: Daunat rechigne, on s'indigne! (L214, 2021af)



Figure 8: Cyril Lignac : STOP à l'utilisation de fonds européens pour la consommation de viande de veau (L214, 2021y)

Ces deux images (figure 7 et 8) rétablissent le lien entre la viande qui finit dans nos assiettes et l'animal qui a été élevé dans des conditions d'existence indignes avant d'être mis à mort de manière précoce, stressante et douloureuse. Ceci va à rebours des campagnes de communication qui, depuis les années 1980 prennent acte du malaise qui

semble étreindre les consommateur·ices à l'idée qu'ils consomment ce qui fut un individu (Burgat, 2017, p. 388). Dans les deux cas, c'est peut-être d'ailleurs moins la mise à mort de l'animal qui est dénoncée que le caractère sordide de son existence. Le poulet déplumé laisse deviner ce à quoi a pu ressembler sa vie avant d'être transformé en ingrédient de sandwich triangle : ne pouvant exprimer les comportements naturels de son espèce, il a pu développer des stéréotypes qui l'ont conduit à s'arracher les plumes, à moins que la promiscuité qui règne dans de tels élevages n'ait poussé ses congénères à l'attaquer. De manière similaire, le veau que nous voyons couché dans une caisse de transport ou une cage d'engraissement exiguë au sol ajouré destiné évacuer ses déjections (et qui rend sans doute par là la position debout malaisée) est juxtaposé avec une assiette contenant de la viande de veau.

Cette composition iconographique fait l'économie de la phase d'abattage tout en la suggérant : sans elle, pas de transformation de l'animal en viande. Si cette mise à mort fait l'objet d'une ellipse visuelle, la personne qui la regarde, pour faire le lien entre les deux images, doit la reconstituer mentalement. Cette image prend donc le contrepied du régime de représentation dominant où : « L'effacement de l'animal, l'évitement de sa mise à mort sont aujourd'hui la norme. L'anonymat de l'animal, comme de celui qui l'a tué, est, sauf exception, total. » (Burgat, 2017, p. 358). C'est tout le travail de dévoilement de L214 qui opère ici : en rétablissant la vérité de l'élevage intensif dans toute son âpreté, l'association pointe le « grand décalage entre la communication sur les prétendues conditions de vie des animaux détenus dans des exploitations intensives, et la réalité. » (Espinosa, 2021a, p. 77). C'est à cette condition que sont réunies les conditions qui permettent de déclencher l'empathie émotionnelle (ce qui nous arrive quand nous sommes directement confrontée à la détresse d'autrui (Espinosa, 2021a, p. 141)) chez qui regarde cette photo.

Prenons l'exemple de cette image (figure 9) prise sur le site d'une association de marques de l'industrie agro-alimentaire. Ici, Herta fait le choix d'un dessin aux traits naïfs et tendres, un peu enfantins (l'herbe est verte, le cochon rose ressemble à une tirelire...). Les cochons sont représentés comme vivant à l'extérieur dans les champs et côtoyant d'autres animaux tels que des chats alors que seulement 1% des cochons ont accès au plein air (Espinosa, 2021a, p. 47). Le travailleur Herta et le cochon échangent même un sourire. La transformation de cet être souriant en tranches de jambon emballées sous vide « Le bon Paris » ou « Tendre Noix Supérieur » au sein d'une usine (qui est donc un abattoir ainsi qu'une usine de charcuterie) est elle aussi l'objet d'une ellipse. Nous voyons les cochons dans les champs et les paquets de jambon sortir de l'usine mais le processus qui a mené de l'état A (cochon) à l'état B (jambon) demeure complètement abstrait et presque magique. Il est au final assez difficile de faire le lien entre les deux états, ce qui s'inscrit dans une logique de communication adoptée par cette industrie afin de ne pas susciter de malaise moral chez les consommateur·ices.

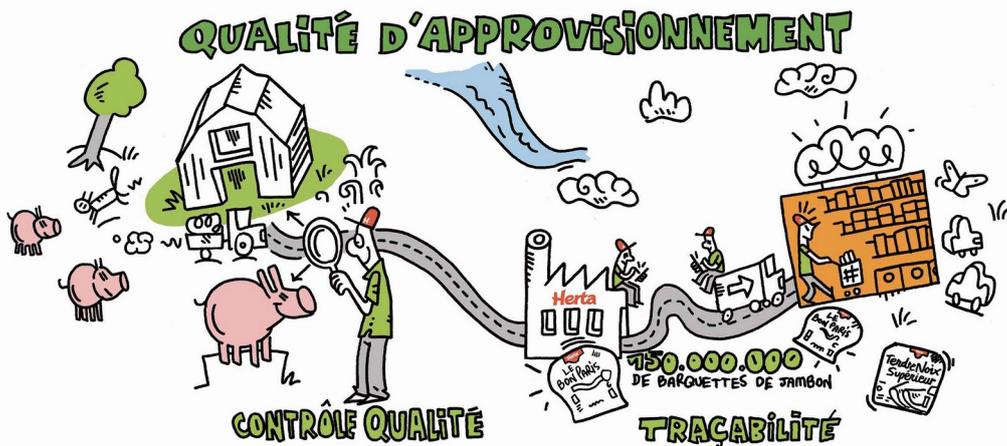


Figure 9 (Prodimarques, s. d.)

Pour contraster, voici une image prise dans un élevage de cochons fournissant la filière « préférence » Herta (figure 10). La claustration de cette truie « dans [une cage] à peine plus grande que [son] corps » (L214, 2021ap) occupe toute l'image, ce qui est encore renforcé par l'utilisation du gros plan qui nous laisse cependant deviner l'existence d'une congénère à sa gauche. Les tons de gris qui dominent l'image et les barreaux qui la structurent dépeignent un univers concentrationnaire à mille lieux des couleurs joyeuses et de l'impression de liberté qui se dégage du dessin fourni par Herta.

### Désigner les coupables



Figure 11: «  $\Delta$  Burger King : ne nous laissons pas enfumer » (L214, 2021au)

D'autres illustrations ont pour fonction de désigner les coupables : les marques sont clairement identifiées et montrées du doigt. Pour ce faire, L214 utilise les codes de la publicité et les détourne à ses propres fins. Ainsi, une illustration (cf figure 11) montre Burger King, sous les traits d'un méchant roi de conte de fées (le titre du courriel dont provient l'image désigne l'enseigne ainsi : « le roi de la cruauté »), s'en prendre à des poules ou des poulets. Les éclairs qu'il lance de ses doigts crochus pourraient faire référence au fait que les poulets sont plongés dans un bain d'eau dans lequel passe un courant électrique (ce qui les étourdit, du moins en théorie) avant d'être abattus. L'état de conscience altéré des poulets est d'ailleurs signalé visuellement (vaguelettes et tourbillons

blancs placés à proximité de la tête des poulets). Les poulets sont à moitié déplumés : s'agit-il d'une référence à la promiscuité qui règne dans les élevage et qui conduit les animaux à s'attaquer les uns les autres ou à s'arracher les plumes eux-mêmes ? Ou leur futur état (de viande) est-il signalé ainsi ? Les éléments surnaturels du conte de fée (recours à la magie noire) trouvent donc un équivalent dans la vraie vie. Le logo Burger King, ensanglanté, est superposé à la première image. Visuellement, il nous fait sortir de l'esthétique naïve et expressive de l'histoire pour enfants pour nous plonger dans un hyperréalisme qui nous fait rebasculer dans la vraie vie tout en faisant le lien entre l'histoire racontée par l'image et l'Action Express du jour. L214 reprend également les codes narratifs du conte : elle choisit de faire de l'entreprise Burger King l'opposant auquel nous devons nous opposer dans notre quête en faveur du BEA (Greimas, 1966). Le choix de la personnification (le groupe Burger King = le méchant) permet d'évacuer la complexité des montages financiers et logistiques qui caractérisent l'agro-industrie contemporaine et de désigner un coupable facilement identifiable. La mise en récit manichéenne aboutissant à une personnification de « l'ennemi » semble dotée d'une visée persuasive claire : mobiliser les troupes contre ce dernier.

Cependant, cette illustration fait figure d'exception parmi celles qui sont utilisées à cette fin. C'est en effet la seule à utiliser la personnification pour désigner les marques. Les autres illustrations utilisent plutôt le logo de la marque pour identifier cette dernière. L214 capitalise ainsi sur le travail publicitaire fourni par les entreprises afin de rendre leur logo immédiatement reconnaissable par le grand public tout en le détournant de sa fonction première (il ne s'agit plus de favoriser l'achat mais plutôt de attirer l'attention sur leurs agissements condamnables). Les marques Le Gaulois, Picadeli, Subway, Sodebo, Burger King sont l'objet d'un tel traitement.



Figure 12: La campagne Subway repart de plus belle (L214, 2021k)

La figure 12 est un visuel créé par L214 afin qu'il soit publié sur les RS de Subway dans le cadre de la campagne menée pendant dix mois pour obtenir un engagement de l'enseigne de fast-food en faveur des poulets. Ici, il s'agit de « rend[re] public le refus de Subway de

s'engager contre les pires conditions d'élevage et d'abattage des poulets ». Ce n'est pas le caractère immoral des souffrances infligées aux animaux qui est convoqué ici : sans doute est-il considéré moins porteur. Le propos du Directeur Général de Subway France, Cédric Giacinti (« on vend ce que les gens ont envie d'acheter ») est juxtaposé avec la statistique selon laquelle « 91 % des Français sont contre l'élevage intensif », qui vient le contredire. Dans les deux cas, une référence est faite à la loi du marché (les entreprises proposent une offre qui est censée répondre à une demande de la part des consommateur·ices), présentée comme légitime. D'après l'association, si Subway se souciait réellement de répondre à la demande des consommateur·ices, l'entreprise s'engagerait « contre les pires pratiques d'élevage et d'abattage des poulets » (L214, 2021). Ainsi, « L'équipe créative de L214 a décidé de mettre quelques-unes de ses paroles en exergue, pour mieux convaincre de l'importance d'un engagement ferme et complet de l'enseigne » (L214, 2021). Dans un contraste saisissant avec le reste du visuel, un poulet est empalé par la flèche qui fait partie du logo de la marque. Son sang éclabousse le logo et forme une flaque à ses pattes. Cette mise en scène de la violence désigne nettement un coupable : Subway (pour autant, qui est désigné par-là ? Le Directeur général ? Les actionnaires ? Les élevages qui fournissent la marque ? Les travailleur·euses de l'industrie de l'agro-alimentaire?). Nous pouvons dire avec Gunthert que « Le recours à des images de violences s'est imposé comme un levier attentionnel, mais aussi comme un scénario intelligible distribuant les rôles des « bons » et des « méchants » (Gunthert, 2020, p. 346). L'entreprise s'engagera en faveur des poulets moins d'un mois plus tard, après d'autres campagnes (L214, 2021ab). Ce type d'image diffère pleinement de celles qui montrent l'échelle industrielle à laquelle est commise la maltraitance animale. Les termes du débat subissent une simplification qui les rendent représentables et synthétisables en un simple visuel qui a vocation à être partagé sur les RS. Ainsi, le poulet de l'image représente l'ensemble de ses congénères qui subissent un sort semblable du fait de l'absence d'engagement de Subway. Cette mise en récit occulte cependant le fait que l'élevage, qu'il soit intensif ou extensif, ne règle pas la questions de la mise à mort et de l'exploitation animale. Toutefois, c'est peut-être moins l'abattage industriel qui est représenté ici que le calvaire que subissent les animaux d'élevage.

## **2 D'autres fonctions de l'iconographie animale : donner du baume au coeur et changer la représentation animale**

### **Représenter les animaux autrement**

Certaines images placées en fin de courriel montrent des poules, coqs et poulets en majesté, dans un environnement plaisant. La valeur esthétique des animaux (plumage soyeux, couleurs, attitude valorisante) ainsi que de l'image elle-même semble être centrale. Prenons l'exemple de ce coq Bantam : c'est le jeu de formes (les courbes du banc faisant écho à la forme arrondie de l'animal) qui est au centre de la photographie, ce qui contribue à sa dimension esthétique ; mais c'est lui qui en constitue le coeur. Il est mis en valeur grâce au choix de le photographier dans une position qui semble à première vue surprenante (le mobilier de jardin est pensé pour les hommes) mais qui lui permet d'exprimer un comportement naturel. Les gallinacées apprécient en effet pouvoir se

percher en hauteur afin de surveiller l'ensemble de leur environnement et détecter la possible présence de prédateurs. Son plumage éclatant tranche nettement avec les couleurs plus ternes du banc et de l'arrière plan, végétal ou minéral : il est le seul sujet de la photographie (sa position actuelle laisse entrevoir le choix et l'effort qu'il a fait pour s'y placer, elle est le fruit d'une décision), le reste sert de décor.



Figure 13: (L214, 2021a), dernière photographie du courriel

Nous remarquons que ces images contrastent franchement avec celles qui montrent les conditions de vie des animaux de rente au sein des élevages intensifs. Mais quelle fonction sert ce genre de photographie ? Aurait-elle une fonction purement ornementale ? Elle n'est manifestement pas utilisée dans une visée informative ou dénonciatrice. Il nous semble que c'est sa place au sein du courriel qui nous renseigne sur celle-ci : les premières images vues par la personne prenant part aux Actions Express ont une visée dénonciatrice : ce sont elles qui sont situées en haut du courriel et qui servent d'entrée en matière et de titre. Ensuite, quand elle fait défiler l'ensemble du mail, elle a accès à des images qui montrent des animaux dans des environnements beaucoup plus plaisants. Si nous prenons la place de la lectrice du courriel, nous sommes accueillie d'abord par ce que nous avons décidé de combattre (les conditions d'existence indignes des animaux de rente). Le courriel se termine en revanche par une image positive. Cette dernière servirait de récompense grâce au plaisir que nous prenons à sa contemplation (un peu comme quand on va sur un compte Instagram pour voir des photos d'oiseaux – esthétique du lisse – liv stromquist). Une telle lecture est renforcée par le fait qu'elle précède la phrase : « Merci et bravo pour ces nouvelles actions. » (L214, 2021a), comme si elle représentait une alternative picturale à cette dernière.

Mais nous estimons qu'elle sert également une autre fonction. Elle nous indiquerait simultanément le but vers lequel nous devrions tendre : *in fine*, si nous poursuivons nos actions, les vies des animaux de rente ressembleront davantage à la dernière photo qu'à la première. Pour cela, elle propose un autre régime de représentation de l'animal, qui vient apporter un contrepoids aux normes culturelles dominantes. Celles-ci distinguent nettement les animaux qui font l'objet d'une représentation qui prend en compte leur individualité (les animaux domestiques) de ceux qui sont « invisibilisé[s], objectifié[s],

fragmenté[s] » (Véron, 2015), ce qui contribue à rendre acceptable leur exploitation et consommation. Ces photographies contribuent à promouvoir d'autres représentations de l'animal et ainsi à combattre les représentations stéréotypées que fait circuler l'industrie agroalimentaire afin de légitimer l'exploitation animale (Véron, 2015).

Quelle signification accorder au choix qui est fait de représenter la plupart des animaux seuls ? La poule (le coq, le poulet, le poussin) est de loin l'animal le plus représenté dans les Actions Express. Et, sur 51 photographies de poules prises hors contexte d'élevage intensif, 31 d'entre elles montrent l'animal seul (voir tableau 1). Or, il s'agit d'une espèce grégaire qui ne vit bien qu'en groupe (*Le langage des poules*, 2017). Nous formulons l'hypothèse selon laquelle ce choix de représentation n'est pas anodin et s'inscrit dans une volonté de « ré-animalisation » de ces êtres vivants (Véron, 2015, p. 12). Dans l'article qu'elle consacre aux régimes de représentation des animaux, Ophélie Véron décrit ce processus comme étant tripartite : mise en place d'une perspective réaliste, ré-individualisation et « tentative de lutter contre l'anthropomorphisme des représentations médiatiques ordinaires » (Véron, 2015, p. 12). Le choix de représenter ces oiseaux majoritairement seuls pourrait donc s'inscrire dans cette démarche dans la mesure où la ré-individualisation de l'animal est particulièrement nette quand un il devient le seul sujet de la photographie.



Figure 15: (L214, 2021ao)



Figure 14: (L214, 2021ar)



Figure 17: (L214, 2021aq)



Figure 16: (L214, 2021af)

Les figures ci-dessus sont clairement centrées autour des animaux (le reste de l'image est flou ou peu reconnaissable (figure 15)). Les figures 15 et 16 nous montrent des animaux

libres de leurs mouvements et qui en profitent (ce qui est encore renforcé par le flou qui entoure la poule de la figure 11, qui semble courir à toute vitesse). La poule de la figure 14 se retourne pour regarder l'objectif. Avec ce regard, c'est la question de notre rapport à l'animal qui se pose. La philosophie a longtemps évincé l'animal de nos considérations authentiquement éthiques (ce que nous devrions à l'animal, c'est le respect du à notre propre humanité qui le fonde : toute considération que nous aurions pour ce dernier serait alors dérivatif). Le philosophe Emmanuel Lévinas fonde l'éthique sur notre confrontation avec le visage d'autrui :

« Le "Tu ne tueras point" est la première parole du visage. Or, c'est un ordre. Il y a, dans l'apparition du visage, un commandement, comme si un maître me parlait. Pourtant, en même temps, le visage d'autrui est dénué ; c'est le pauvre pour lequel je peux tout et à qui je dois tout. »

(Lévinas, *Éthique et infini*, Livre de poche, 1984, pp. 93-94., in Hoquet, 2015, p. 57)

Or, il fait du visage le propre de l'humain, dans lequel nous reconnaissons à la fois une individualité au même titre que la notre et une altérité irrévocable. Les animaux n'auraient pour leur part qu'une « gueule », celle de leur espèce. « Tous les veaux, vaches ou cochons se ressembleraient. Si l'animal n'a pas de visage, c'est parce qu'il est, pour nous, uniquement corps et seulement espèce. Même lorsqu'on vante sa beauté, on ne parvient pas à voir le visage derrière le corps, à extraire le regard de la matière, à isoler l'individu de l'espèce » (Devillairs, 2019, p. 56). C'est peut-être précisément ce refus de reconnaître la singularité d'un animal qui est remise en cause dans ce genre de photographies. S'initie donc une remise en cause de la mentaphobie (refus de reconnaître la conscience des animaux non humains (Dardenne, 2020, p. 270)) dont nous faisons preuve à son égard. Plus généralement, ces représentations s'inscrivent contre ce que Frans de Waal qualifie d'anthropodéni (le refus de percevoir des caractéristiques humaines chez les non-humains).

Toutefois, peut-être ne déjouent-elles pas les mécanismes de l'anthropomorphisme ordinaire. Le chercheur Thierry Hoquet y voit cependant une étape nécessaire. Anthropomorphiser les animaux, notamment en les individualisant, constitue selon lui une possible « clef nouvelle pour l'éthique animale » (Hoquet, 2015, p. 141). Il préconise l'adoption d'une méthode anthropomorphique qui consisterait en le fait de « poser l'animal comme un sujet individué et de raconter son histoire » (Hoquet, 2015, p. 143). Ne pourrions-nous pas arguer du fait que certaines représentations que propose L214 participent d'une telle démarche ? Il ne s'agirait donc plus de lutter contre notre tendance à l'anthropomorphisme comme l'indique Ophélie Véron mais plutôt de la rediriger vers une complexification de nos représentations des animaux.

Le regard échangé entre l'humain et l'animal constitue pour Jacques Derrida un moment de rencontre privilégié avec l'autre « absolu » qui permet par-là un retour sur soi et sa condition d'animal humain :

« Il a son point de vue sur moi. Le point de vue de l'autre absolu, et rien ne m'aura jamais tant donné à penser cette altérité absolue du voisin ou du prochain que dans les moments où je me vois vu nu sous le regard d'un chat. » (6. J. Derrida, *L'animal que donc je suis*, Éditions galilée, 2006, pp. 18, in Devillairs, 2019, p. 59)

L'humain se défait de ses atours sociaux et politiques sous le regard de son chat mais aussi d'une poule pour se saisir, animal singulier, sous le regard d'un autre animal lui aussi singulier.

Pour autant, toute la communication de L214 ne reprend pas ces principes. La photographie suivante (figure 18), par exemple, montre un poussin en gros plan placé à côté d'un nœud de raphia évoquant un nid stylisé abritant deux œufs de différentes couleurs. Le choix des couleurs pastel, l'arrière plan fondu (un drap rose) qui met en valeur le poussin au premier plan contribuent à l'esthétisme de l'image, qui fait penser à celles qui circulent autour des fêtes de Pâques. Nous sommes loin de l'adoption d'une perspective réaliste, d'une ré-individualisation ou d'une éviction de l'anthropomorphisme qui caractérise les représentations médiatiques ordinaires préconisées par Ophélie Véron. Ici, le but de l'image semble avant tout de proposer un support de contemplation esthétique à la personne qui a pris part à l'Action Express. Les images qui représentent des animaux hors contexte d'élevage intensif n'adoptent donc pas toutes le même regard sur l'animal.



Figure 18: (L214, 2021w)

### **Un autre rapport aux animaux est possible.**

Si la plupart des animaux sont montrés seuls, certaines images ont pour particularité de montrer une relation à l'animal qui ne serait pas fondée sur son exploitation. C'est moins l'animal ou l'humain qui est le sujet de ces photographies que la relation qu'ils ont nouée.

La figure 20 se distingue des deux suivantes en ce que l'humain sur la photographie est identifiable. Nous y voyons une jeune femme sourire à un poussin qui se promène sur sa poitrine. Peut-être amorce-t-elle le geste de le caresser. La scène se passe à la maison (la femme est assise dans un canapé, nous devinons une bibliothèque à l'arrière plan) : le poussin semble avoir pris la place d'un animal domestique et intégré le foyer. Le reste du

temps (figures 18, 19, 21, 22), nous ne voyons de l'humain que les bras et les mains qui servent à porter la poule ou le poussin dans un geste doux de proximité charnelle qui est habituellement réservé aux animaux dits domestiques (dans les figures 18 et 21, l'humain semble caresser l'oiseau). Ceci est encore renforcé avec la figure 19, où l'humain arbore un t-shirt sur lequel nous pouvons lire le slogan de l'association, « tous sensibles ». Chacun des humains présents sur la photographie a pris acte du fait que les animaux étaient des êtres doués de sensibilité et les traitent donc en conséquence, avec bienveillance et douceur.

Le lien inter-individuel est au centre de l'image : c'est la relation d'un individu à un autre qui est représentée (le choix aurait pu être fait de montrer un humain à proximité d'un groupe d'animaux, ou deux groupes, l'un humain, l'autre animal, à proximité l'un de l'autre). La reconnaissance de l'individualité animale fonde donc cette relation.



Figure 22: (L214, 2021q)



Figure 21



Figure 23: NOUVELLE ENQUÊTE Agissez contre la cruauté des œufs "code 2"

## Conclusion

Le texte des Actions Express s'emploie à questionner les termes de l'industrie agro-alimentaire et l'idéologie qui légitime l'exploitation animale. Elles utilisent quant à elles un discours inspiré par les progrès de l'éthologie, ce qui permet à l'association de recourir à une approche qui prend en compte la sensibilité des animaux tout en s'inscrivant dans une démarche scientifique, évacuant ainsi les accusations de sensiblerie dont elle pourrait faire l'objet. Il est à noter également que l'association délègue aux personnes qui prennent part à ces actions le discours le plus émotionnellement chargé.

L'iconographie possède une fonction dénonciatrice claire. Elle met l'emphase sur le caractère massif de l'exploitation animale, en particulier des poules et poulets. Elle rétablit le lien entre les produits d'origine animale que nous consommons et l'exploitation animale. En cela, elle vient déconstruire la communication savamment orchestrée des groupes agro-alimentaires. Elle propose un scénario mobilisateur qui distribue « les rôles des « bons » et des « méchants » » (Gunthert, 2020, p. 346).

Toutefois, l'iconographie animale ne possède pas une fonction purement offensive. En effet, une partie notable de l'iconographie animale n'est pas consacrée à l'élevage intensif (sur 107 photographies montrant des gallinacés, 51 d'entre elles les montrent dans un contexte hors élevage intensif et c'est le cas de sept photos sur 13 montrant d'autres animaux). Comment comprendre la place que prend cette iconographie animale qui semble sortir du cadre de la lutte pour l'amélioration des conditions de vie de ces animaux ? Nous avons vu qu'elle pouvait avoir pour fonction de récompenser les personnes qui prenaient part aux Actions Express, comme si elle signifiait quel pouvait être l'avenir de ces animaux si les militant·es faisaient preuve de suffisamment de détermination. Mais il nous semble que ces images dépassent aussi ce cadre-là, du moins pour une partie d'entre elle. En effet, l'iconographie animalière n'est pas parfaitement homogène. Nous avons interprété le rôle de certaines images comme participant à l'élaboration d'une autre vision des animaux, en montrant notamment des relations humain – animal non-humain sans exploitation. Nous avons donc vu que la manière dont les animaux étaient représentés changeaient donc du tout au tout suivant la personne destinataire de l'image. Les images sont offensives quand il s'agit de s'adresser aux industries agro-alimentaires ou à dévoiler sur les RS le vrai visage de l'exploitation animale. Quand elles ont pour public des personnes acquises à la cause L214, il s'agit alors notamment de les récompenser pour leur action.

## Tableau des illustrations

### Table of Figures

Figure 1: Bannière d'une « Action Express pour les animaux » L214 (L214, 2021i).....	1
Figure 2 (L214, 2021as).....	25
Figure 3 (L214, 2021ax).....	25
Figure 4 (L214, 2021ab).....	25
Figure 5 (L214, 2021az).....	25
Figure 6: Daunat rechigne, on s'indigne!.....	25
Figure 7: Cyril Lignac : STOP à l'utilisation de fonds européens pour la consommation de viande de veau .....	25
Figure 8 (Les engagements de : Herta, s. d.).....	27
Figure 9: Burger King.....	27
Figure 10: (L214, 2021l).....	29
Figure 11: (L214, 2021aq), dernière photographie du courriel.....	30
Figure 12: (L214, 2021aw).....	32
Figure 13: (L214, 2021at).....	32
Figure 14: (L214, 2021ai).....	32
Figure 15: (L214, 2021av).....	32
Figure 16: (L214, 2021y).....	33
Figure 17: (L214, 2021w).....	34
Figure 18: (L214, 2021t).....	34
Figure 19: (L214, 2021ba).....	34
Figure 20: (L214, 2021q).....	34
Figure 21: NOUVELLE ENQUÊTE Agissez contre la cruauté des œufs "code 2".....	34

## Bibliographie

### Corpus

- L124. (2021, juin 17). *Daunat : Le plein de barbarie* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292644?e=cdd6e694b5>
- L214. (s. d.). *France Frais doit s'engager contre l'élevage en cage*. Consulté 18 novembre 2021, à l'adresse <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292224?e=cdd6e694b5>
- L214. (2020a, juillet 21). *Nouvelle campagne importante pour demander à Lidl de s'engager pour les poulets*. <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292024?e=cdd6e694b5>
- L214. (2020b, août 5). *Comment agir pour les animaux ?* L214. <https://www.l214.com/agir/pour-les-animaux/>
- L214. (2020c, octobre 7). << *Test Prénom* >>, *appelons nos députés !* 📢. <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292152?e=cdd6e694b5>
- L214. (2020d, octobre 13). *Subway, stop cruauté* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292172?e=cdd6e694b5>
- L214. (2020e, novembre 5). *Domino's Pizza, stop à l'enfermement à vie des poulets*. . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292204?e=cdd6e694b5>
- L214. (2020f, novembre 12). *Cofigeo ne s'est toujours pas engagé* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292212?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021a, janvier 4). *#StopCages : Agissons pour que le groupe Mars s'engage mondialement !* <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292484?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021b, janvier 5). *Une nouvelle année d'actions pour les animaux* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292284?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021c, janvier 10). *#Stopcages : Il est temps que Liot s'engage* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292892?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021d, janvier 11). *STOP, Subway : Les animaux méritent mieux* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292332?e=cdd6e694b5>

- L214. (2021e, janvier 15). « *On subit les conséquences, mais qui agit sur les causes ?* ». <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292364?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021f, janvier 25). *Sodebo : Les animaux ont besoin d'avoir accès à l'extérieur. Engagez-vous !!*. <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292376?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021g, janvier 29). *Picadeli, la langue de bois ne suffit pas !* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292380?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021h, février 2). << *Test Prénom* >>, *voici deux nouvelles actions destinées à Subway si vous avez un instant pour les animaux* ♥. <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292384?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021i, février 4). *#StopCruauté : Interpellons Cofigeo et la Société Générale* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292388?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021j, février 23). *Hard Rock Cafe, #StopCages ! Agissons, << Test Prénom >>*. <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292416?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021k, février 26). *ERRATUM - La campagne Subway repart de plus belle* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292424?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021l, février 26). *La campagne Subway repart de plus belle* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292420?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021m, mars 12). *Actions Express pour les animaux*. L214. <https://www.l214.com/agir/actions-express-pour-les-animaux/>
- L214. (2021n, mars 13). *Stop à l'élevage intensif dans les Hauts-de-France*. <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292436?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021o, mars 30). *Un coup de fil pour les poulets ?* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292476?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021p, avril 5). *Loi climat : Interpellez votre député pour plus de menus végés !* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292488?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021q, avril 7). *Stopper un élevage intensif de 850 000 poulets, ça vous dit ?* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292492?e=cdd6e694b5>

- L214. (2021r, avril 12). *#Stopcages : Bistro Régent “la cruauté tout simplement”*.  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292500?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021s, avril 26). *Sodebo : Stop à l’enfermement à vie des poulets !*  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292528?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021t, avril 27). *#StopCages : Bistro Régent s’engage* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292548?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021u, mai 18). *Le Gaulois, Maître Coq et Marie doivent s’engager contre l’élevage intensif !* <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292564?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021v, mai 20). *#StopCages : La maison mère de Pizza Hut et KFC doit s’engager !* <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292576?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021w, mai 24). *Écrivons à Le Gaulois et LDC pour qu’ils s’engagent !*  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292584?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021x, juillet 6). *Une nouvelle étape pour demander à LDC de s’engager.*  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292688?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021y, juillet 8). *Cyril Lignac : STOP à l’utilisation de fonds européens pour la consommation de viande de veau* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292692?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021z, juillet 16). *Groupe Even : C’est pas le paradis pour les animaux* .  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292708?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021aa, juillet 29). *NOUVELLE ENQUÊTE Interpellons LDC !*  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292720?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021ab, août 11). *Nous avons une bonne nouvelle à vous annoncer...* .  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292780?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021ac, août 12). *Le sombre secret de Daunat (enfin) révélé* .  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292768?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021ad, août 19). *Nouvelle enquête : Interpellons le ministre de l’Agriculture Julien Denormandie.* <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292776?e=cdd6e694b5>

- L214. (2021ae, août 24). *Poulets : Saurez-vous convaincre cette entreprise de s'engager ?*  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292800?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021af, septembre 3). *Daunat rechigne, on s'indigne !* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292816?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021ag, septembre 4). *#StopCages : Pizza Hut et KFC s'engagent mondialement* .  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292828?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021ah, septembre 14). *#StopCages : Interpellons un client de Liot !*  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292844?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021ai, septembre 27). *Un timbre pour les poulets ?* <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292880?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021aj, octobre 8). *Demandons des comptes à William Saurin.* <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292904?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021ak, octobre 19). *Poulets enfermés à vie ? Non merci !* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292932?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021al, novembre 2). *Le Gaulois, La plus française des marques de poulet est aussi la plus cruelle.* <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292964?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021am, novembre 8). *Ecomiam : Les surgelés de la cruauté \** .  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-292980?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021an, novembre 18). *NOUVELLE ENQUÊTE Interpellons Le Gaulois !*  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-293008?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021ao, novembre 30). *\* Écomiam : Des clics pour les poules et les poulets !*  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-293032?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021ap, décembre 2). *Enquête : Herta ment (encore) aux consommateurs, agissons !*  
<https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-293036?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021aq, décembre 6). *<< Test Prénom >>, aidez-nous à demander à Daunat de s'engager contre l'enfermement à vie des poulets !* <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-293044?e=cdd6e694b5>

- L214. (2021ar, décembre 9). *Un peu d'aide pour soutenir les manifestants L214*. <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-293052?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021as, décembre 14). << *Test Prénom* >>, *continuons à interpeller Écomiam ! \* .* <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-293064?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021at, décembre 16). *Enquête : Les cages ne disparaîtront pas par magie, agissons !* <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-293068?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021au, décembre 21). *Burger King : Ne nous laissons pas enfumer*. <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-293096?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021av, décembre 24). *Des millions de poulets ont besoin de votre aide...* <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-293104?e=cdd6e694b5>
- L214. (2021aw, décembre 28). *Cofigeo doit agir pour les poulets* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-293100?e=cdd6e694b5>
- L214. (2022, janvier 4). *Encore une année d'actions pour les animaux* . <https://mailchi.mp/l214/cest-reparti-pour-de-nouvelles-cyberactions-293116?e=cdd6e694b5>

## Articles de revue, ouvrages, sites internet

- Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt, Anima International, Animal Equality, & Center for the Ethical Attitude Towards Nature. (s. d.). *European Chicken Commitment*. Consulté 18 janvier 2022, à l'adresse <https://welfarecommitments.com/europeletter/>
- Alloing, C., & Pierre, J. (2021). L'usage des emoji sur Twitter : Une grammaire affective entre publics et organisations ? *Communication langages*, 208209(2), 269-298.
- Bonafous, S., & Krieg-Planque, A. (2014). L'analyse du discours. In *Sciences de l'information et de la communication: Vol. 2e éd.* (p. 223-238). Presses universitaires de Grenoble. <http://www.cairn.info/sciences-de-l-information-et-de-la-communication--9782706118197-page-223.htm>
- Bourgatte, M. (2021). Montrer la mort animale sur Internet : Quand des lanceurs d'alerte utilisent la vidéo pour mobiliser. *Frontières*, 32(2). <https://doi.org/10.7202/1083223ar>

- Brügger, N. (2005). Archiving Websites. *General Considerations and Strategies*. Aarhus: Centre for Internet Research.
- Burgat, F. (2017). *L'Humanité Carnivore*.
- Chapitre 11—Se fonder sur les faits pour orienter au mieux l'action. (2019, juillet 29). *Les Cahiers antispécistes*. <https://www.cahiers-antispecistes.org/chapitre-11-se-fonder-sur-les-faits-pour-orienter-au-mieux-laction/>
- charlotte, continuons à interpeller Écomiam ! \* . (s. d.).
- Dardenne, É. (2020). *Introduction aux études animales*. Presses universitaires de France.
- Devillairs, L. (2019). Le visage de l'animal. *Etudes*, 12, 55-63.
- Espinosa, R. (2021a). *Comment sauver les animaux? : Une économie de la condition animale*. Presses Universitaires de France.
- Espinosa, R. (2021b). Divisés dans l'unité : Une discussion empirique de la diversité des stratégies de communication et d'action des organisations de défense des animaux. *Traits-d'Union*.
- Fondation 30 Millions d'Amis. (2020, janvier 29). *Cellule Demeter : 130 chercheurs s'alarment de la tentative du gouvernement de museler les lanceurs d'alerte*. <https://www.30millionsdamis.fr/actualites/article/18373-cellule-demeter-130-chercheurs-salarment-de-la-tentative-du-gouvernement-de-museler-les-lan/>
- Gothièrre, B., & Segura, E. (2019). La cause des animaux. *Cites*, 79(3), 39-54.
- Greimas, A. J. (1966). Éléments pour une théorie de l'interprétation du récit mythique. *Communications*, 8(1), 28-59.
- Gunthert, A. (2020). Violences publiques. *Questions de communication*, 38(2), 333-350.
- Hoquet, T. (2015). Des animaux individués aux animaux sans visage, et retour. *Vacarme*, 70(1), 138-149.
- Le langage des poules : | Poulailleur bio*. (2017, janvier 10). <https://poulailleur-bio.fr/le-langage-des-poules/>
- Le Point. (2021, novembre 18). Un canon à poulets dans un élevage Le Gaulois filmé par L214. *Le Point*. [https://www.lepoint.fr/societe/un-canon-a-poulets-dans-un-elevage-le-gaulois-filme-par-l214--18-11-2021-2452717\\_23.php](https://www.lepoint.fr/societe/un-canon-a-poulets-dans-un-elevage-le-gaulois-filme-par-l214--18-11-2021-2452717_23.php)

Loi n° 76-629 du 10 juillet 1976 relative à la protection de la nature—Légifrance, Pub. L. No. L214, Loi n° 76-629 Code Rural (1976).

<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000006068553/>

LOW, P., PANKSEPP, J., REISS, D., EDELMAN, D., & VAN SWINDEREN, B. (2013). The Cambridge Declaration on Consciousness. 2012. *Recuperado em*, 20.

Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately : Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, 13(1), 114-133.

Ministère de l'Intérieur. (2019). *Dossier de Presse—Présentation de « DEMETER », la cellule nationale de suivi des atteintes au monde agricole.*

Morizot, B. (2018). *Sur la piste animale*. Éditions Actes Sud.

Prodimarques. (s. d.). *Les engagements de : Herta*. Les Grandes marques s'engagent. Consulté 28 mai 2022, à l'adresse <http://www.lesgrandesmarquessengagent.com/reponses/?mid=14>

Schneider, S. M., & Foot, K. A. (2016). The Web as an Object of Study: *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444804039912>

Singer, P. (2018). *Théorie du tube de dentifrice : Comment changer le monde selon Henry Spira*. GOUTTE D'OR.

*Singer—2018—Théorie du tube de dentifrice Comment changer le .pdf*. (s. d.).

Traïni, C. (2009). Emotions... Mobilisation!. Mobilisation! *Lectures, Les livres*.

Traïni, C. (2010). DES SENTIMENTS AUX ÉMOTIONS (ET VICE-VERSA) Comment devient-on militant de la cause animale ? *Revue Francaise de Science Politique*, 60(2), 335-358.

Traïni, C. (2011). LES ÉMOTIONS DE LA CAUSE ANIMALE Histoires affectives et travail militant. *Politix*, 93(1), 69-92.

Traïni, C. (2014). Les protecteurs des animaux et le droit. Refoulement ou formalisation des émotions ? *Droit et societe*, 87(2), 465-482.

*Trésor de la Langue Française Informatisé (TLFI)*. (s. d.). Consulté 22 mai 2022, à l'adresse <http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?62;s=1838336820;r=1;nat=;sol=57;>

Véron, O. (2015). *L'animal que l'on [ne] mange [pas] : Représentations médiatiques et artistiques*. [https://www.academia.edu/16235443/L\\_animal\\_que\\_l\\_on\\_ne\\_mange\\_pas\\_repr%C3%A9sentations\\_m%C3%A9diatiques\\_et\\_artistiques](https://www.academia.edu/16235443/L_animal_que_l_on_ne_mange_pas_repr%C3%A9sentations_m%C3%A9diatiques_et_artistiques)