

CHAPITRE V

L'alimentation et ses représentations

« L'homme est probablement consommateur de symboles autant que de nutriments. »

Jean TRÉMOLIÈRES, 1971.

Pour devenir un aliment, un produit naturel doit pouvoir être l'objet de projections de sens de la part des mangeurs. Il doit pouvoir devenir signifiant, s'inscrire dans un réseau de communications, dans une constellation imaginaire, dans une vision du monde.

« L'aliment doit non seulement être un objet nutritionnel, écrivait Jean Trémolières, mais aussi faire plaisir et posséder une signification symbolique. Un aliment est une denrée comportant des nutriments, donc nourrissante, susceptible de satisfaire l'appétit, donc appétente et habituellement consommée dans la société considérée, donc coutumière. » (Trémolières, 1968.)

Après avoir analysé les pratiques alimentaires des Français, nous allons nous intéresser maintenant à leurs représentations, c'est-à-dire à leur façon de concevoir les liens entre alimentation et santé, alimentation et esthétique corporelle, alimentation et plaisir, et aux hiérarchisations des aliments qui en découlent. L'étude des représentations de l'alimentation ne se justifie pas par la nécessité de prendre en compte quelque irrationalité supposée des mangeurs, mais par le fait qu'elles sont au cœur du processus par lequel un produit contenant des principes nutritifs est reconnu comme un aliment et par lequel l'acte alimentaire prend sens et devient possible.

Cette partie s'appuie sur une série de questions du type : « *Quels sont les aliments...* » suivies de propositions de liens positifs, par exemple « *les meilleurs pour la santé?* », ou de liens négatifs, par exemple « *dont il faut limiter la consommation pour être en bonne santé?* ».

Il ne s'agira pas ici de repérer les « bons » aliments et les « mauvais » aliments – tendance commune aux différents « illuminés du régime », selon l'expression de Petr Skrabanek (1994) – quelle que soit leur origine, mais plus simplement de montrer les niveaux qui forment la complexité du raisonnement alimentaire profane.

Nous commencerons par une approche en termes d'« *aliments essentiels* » qui permet d'étudier les représentations générales, globales, et de comprendre comment les mangeurs hiérarchisent les aliments. Comme cette méthode a déjà été utilisée en France par Jean Trémolières et son équipe pour une enquête INSERM dans les années 1960, nous pourrons opérer des comparaisons et tenter de saisir des mutations.

Dans un second temps, nous nous intéresserons à la perception des liens entre l'alimentation et la santé, l'alimentation et le poids. Ils seront étudiés sur le mode positif et négatif :

- *pour la santé* : les aliments *les meilleurs pour la santé* et les aliments *dont il faut limiter la consommation pour être en bonne santé* ;
- *pour le poids* : les aliments *qui font le plus grossir* et les aliments *dont il faut limiter la consommation pour ne pas grossir*.

Dans une troisième partie, nous nous intéresserons aux représentations liées à l'univers culinaire. Elles porteront sur les univers de sens mobilisés pour définir l'alimentation quotidienne et la pratique culinaire à partir de deux questions formulées ainsi : « *Quel genre de cuisine mange-t-on chez vous ?* » et « *Quels sont les mots qui, pour vous, vont le mieux avec "Faire la cuisine" ?* ».

LES ALIMENTS ESSENTIELS : ÉVOLUTION 1966/1998/2000

Nous avons repris une question mise au point par Kurt Lewin, lors de sa célèbre recherche sur les habitudes alimentaires des Américains (Lewin, 1943). Cette question ouverte se formule de la façon suivante : « *Quels sont pour vous les aliments essentiels ? Citez-en trois.* » En 1966, Jean Trémolières l'avait lui aussi utilisée dans une enquête sur l'alimentation des Français, lancée au moment de la création de son laboratoire de recherche en nutrition humaine¹. Cette question invite en somme la personne interrogée à porter un jugement de valeur très synthétique sur l'*utilité* des différents aliments pour le bien-être de la famille, sans lui demander les raisons particulières de cette utilité. « Cette démarche, précise Jean Trémolières, rompt avec les logiques analytiques des études de motivation qui cherchent à décomposer les raisons d'un choix et les différents mécanismes du choix des aliments et *qui donnent des résultats décevants.* » (Trémolières, 1970, 86.) Il s'agit d'appréhender globalement comment les représentations, plus ou moins positives, des qualités et vertus des aliments et de leurs effets supposés sur l'organisme s'agrègent sur les grandes catégories d'aliments (viandes, légumes, produits laitiers, poissons...). Ces représentations mettent en place une hiérarchisation des aliments et participent à la construction des choix alimentaires. L'expression « aliment essentiel » ne renvoie bien évidemment pas à une définition précise qui relèverait de la science nutritionnelle mais à des représentations sociales. Celles-ci, bien qu'influencées par la

1. Nous désignerons sous le nom d'« *Étude Trémolières* » une série de travaux réalisés, sous la direction de Jean Trémolières, dans le laboratoire de nutrition humaine de l'hôpital Bichat, à la fin des années 1960, et notamment : une enquête sur « les facteurs de choix des aliments » conduite par Jean Claudian, Yvonne Serville et François Trémolières en 1966 et publiée dans le *Bulletin de l'INSERM* (Claudian, Serville et Trémolières, 1969), une recherche sur le symbolisme des aliments et la signification du repas familial réalisée par Yvonne Serville et Claire Trémolières (Serville et Trémolières, 1967), et les travaux méthodologiques conduits par Jean Trémolières lui-même (Trémolières, 1970).

vulgarisation du discours médical sur l'alimentation, ne sauraient s'y réduire ; la porte y est grande ouverte aux valeurs et aux symboles et au poids de l'histoire des usages sociaux dont sont porteurs les aliments. « Il est évident que cette notion d'aliment essentiel est fort complexe. En français, précise encore Trémolières dans un article de synthèse, cette expression évoque surtout l'aliment indispensable, l'aliment dont on ne peut pas se passer. » (Trémolières, 1970).

Nous avons nous-même déjà eu l'occasion de tester son intérêt dans le cadre de l'étude OCHA sur l'alimentation des jeunes seniors². Nous avons pu mettre en évidence, en comparant nos résultats à ceux de l'enquête INSERM-Trémolières, une profonde transformation dans la hiérarchie des aliments essentiels et un basculement d'un modèle énergétique à un modèle « micronutriments » avec la mise en avant des fruits et légumes, des produits laitiers et de la viande. Cette question s'était révélée très discriminante pour étudier les différences hommes/femmes, mettant en avant un attachement des hommes au modèle énergétique et une conception plus nutritionnelle chez les femmes. Mais l'apport le plus surprenant avait sans doute été la mise en évidence d'une forte différenciation régionale (Poulain, 1998 ; Poulain et Tibère, 1999). Si l'intérêt de cette question a été clairement démontré, elle n'avait cependant jamais été utilisée sur un échantillon représentatif de la population nationale.

En fréquences brutes, la viande (viande sans autre précision) arrive en première position, citée par 61 % des personnes interrogées. Elle est suivie par les légumes avec 57 %, puis le pain avec 28 %, les laitages 23 %, les fruits 22 % et enfin les poissons avec 18 %.

Les différentes réponses ont été regroupées en sept grandes catégories d'aliments : « matières grasses », « produits laitiers », « viandes », « fruits et légumes », « produits de la mer », « féculents » et « autres aliments ». Cette fois, les légumes arrivent en tête des « aliments essentiels », cités par 70 % des individus. En seconde position se trouve la viande, citée par 65 % des individus. Les produits laitiers occupent la troisième position avec 51 %, suivis par les féculents (pain, pâtes, riz, pommes de terre) qui recueillent 48 %. Avec 18 %, les poissons et produits de la mer tiennent le cinquième rang. Les matières grasses ne sont que peu représentées (4 %).

Tableau 1 • Les aliments essentiels regroupés en catégories

	% POPULATION
Fruits et légumes	70
Viandes	65
Produits laitiers	51
Féculents	48
Produits de la mer	18
Autres aliments	6
Matières grasses	4

En % des individus

2. Voir J.-P. Poulain, 1998, *Les Jeunes Seniors et leur alimentation*, Cahiers de l'OCHA, n° 9, Paris ; J.-P. Poulain et L. Tibère, 1999, « Les représentations nutritionnelles des 50/60 ans, 1966-1998 », *Cahiers de Nutrition et de Diététique*, vol. 35-1, 40-46 et J.-P. Poulain, 1999, « Les styles nutritionnels des jeunes seniors, 1966-1998 », *Diététique et Médecine*, 43-53.

Si l'on compare ces résultats avec l'enquête de 1988 sur les jeunes seniors et leur alimentation (Poulain, 1988), plusieurs remarques s'imposent. Premièrement, la hiérarchie des aliments considérés comme « essentiels » est la même. Les légumes sont en première place suivis de la viande, des produits laitiers, des féculents et des produits de la mer. Mais, à l'exception des fruits et légumes, qui sont cités par 70 % des personnes interrogées, les fréquences de citations varient.

Le recul de la viande (- 3 %) peut s'expliquer par l'impact du durcissement de la crise de la « maladie de la vache folle » qui pourrait conduire la population française à considérer que la viande est un peu moins importante pour eux. Les produits laitiers recueillent 2 % de citations en plus. Se lit ici la prise de conscience de l'importance de l'apport en calcium considéré comme le premier souci des Français (INCA, 1999). Les différentes campagnes de prévention contre l'ostéoporose ne sont sans doute pas étrangères à cette progression.

L'écart le plus important s'affiche pour les féculents, avec + 8 %. Il traduit l'importance de la dimension énergétique de l'alimentation pour les plus jeunes et, plus largement, pour l'ensemble de la population française, mais aussi un processus de revalorisation de cette catégorie nutritionnelle par le discours médical. Enfin, les produits de la mer jouissent d'un prestige moins grand que pour les *jeunes seniors* (- 8 %).

Tableau II • Aliments essentiels, comparaison « Les Jeunes Seniors... », 1998 et « Manger aujourd'hui », 2000

	« LES JEUNES SENIORS... » OCHA 1998	« MANGER AUJOURD'HUI » DGAL/CIDIL/OCHA 2000	ÉCARTS
1 Fruits et légumes	70 %	70 %	0
2 Viandes	68 %	65 %	- 3
3 Produits laitiers	49 %	51 %	+ 2
4 Féculents	40 %	48 %	+ 8
5 Produits de la mer	26 %	18 %	- 8
<i>Échantillon</i>	<i>Population française de 50 à 60 ans</i>	<i>Population française de 18 à 65 ans</i>	

En % des individus

Par rapport à l'enquête INSERM-Trémolières, on constate une profonde transformation de la hiérarchie des aliments essentiels. En 1966, les féculents (pain, pâtes, riz et pommes de terre) tenaient la première place de la hiérarchie des aliments, suivis de la viande puis des légumes et des produits laitiers. Les valeurs qui sous-tendaient cette hiérarchisation s'organisaient autour d'une symbolique du « nourrissant », du rassasiant, de l'énergie et de la force de la viande. Ce modèle alimentaire énergétique de l'alimentation, mobilisant à la fois des représentations symboliques (la force de la viande) et des dimensions nutritionnelles (l'énergie des féculents), avait été mis en évidence comme le modèle dominant de la classe ouvrière, avant Trémolières, par certains sociologues comme Halbwachs (1918) ou Chombart de Lauwe (1950) et, plus récemment, Boltanski (1968) et Grignot (1988). Il s'inscrit dans une conception « instrumentale » du corps (Boltanski, 1968), vu comme une machine qui sert à produire un travail,

qui « doit fonctionner sans qu'on s'en aperçoive », sans qu'on en prenne un soin particulier, et à laquelle il convient d'apporter l'énergie nécessaire.

Luc Boltanski a montré que les groupes sociaux entretenaient des rapports différenciés avec leur corps. Il désigne par l'expression « *rapport au corps* » la manière qu'ils ont de le nourrir, de le développer, de le fortifier ou de l'embellir (par le sport, les activités physiques ou le respect d'un régime amaigrissant par exemple). Outre le rapport au corps de type *instrumental*, il distingue le rapport au corps *réflexif*, marqué par une relation distanciée qui permet de mieux prendre conscience de son corps, « de le regarder en quelque sorte de l'extérieur », un peu comme un objet esthétique, d'être à son écoute, de repérer en lui les signes de santé ou de maladie. Le premier type de rapport au corps se rencontrait principalement dans les classes populaires exerçant des professions manuelles et le second chez les membres des classes moyennes et supérieures (Boltanski, 1968 et 1971)³.

Du point de vue de l'alimentation, les premiers privilégient des aliments « nourrissants » ou « dispensateurs de force, comme les pâtes, les pommes de terre, les soupes, les charcuteries ». Leur accès à la vulgate nutritionnelle privilégie une lecture énergétique des vitamines et micronutriments qui, du calcium aux vitamines, apparaissent comme capables de « donner de la force, de remonter ou de fortifier... ». Les seconds, beaucoup plus perméables au discours nutritionnel, mettent l'accent sur la notion d'équilibre alimentaire, sur l'importance des apports en micronutriments et en nutriments faiblement énergétiques : les fibres, l'eau...

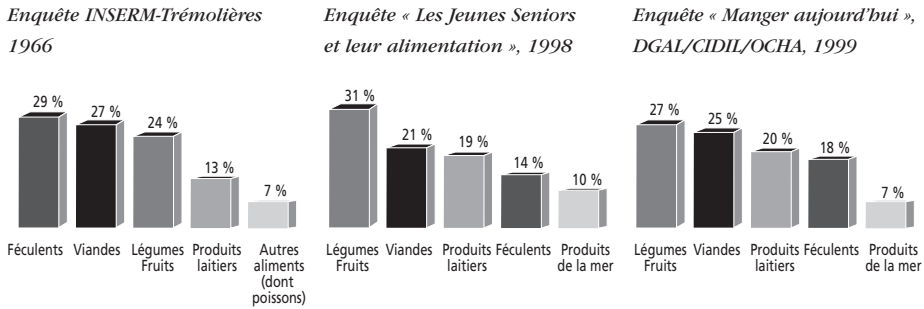
La transformation de la hiérarchie des aliments essentiels peut être lue comme le résultat des transformations de la structure sociale, notamment la diminution de la proportion des travailleurs manuels. Il traduit un changement du rapport au corps et montre que le rapport de type réflexif a pris dans la société française contemporaine une position dominante.

Pour autant, la mise en avant des fruits et légumes et des produits laitiers ne renvoie pas forcément à une lecture socialement homogène. Elle est aussi, sans aucun doute, la conséquence de la diffusion de messages nutritionnels favorables à leur égard, tant de la part des autorités sanitaires que de la part du secteur agroalimentaire. Mais ces messages peuvent être décodés de différentes façons. C'est ainsi que, dans une étude consacrée aux représentations en matière d'éducation à la santé conduite en 1990 auprès de mères de familles suisses, Françoise Osiek-Parisod distingue trois modèles alimentaires du « manger juste ». Elle désigne le premier, dominant dans les classes populaires, par l'expression *la force grâce aux vitamines*. Il serait issu de la transformation du modèle énergétique de « l'apport de force » par la diffusion des connaissances nutritionnelles. Le second, caractéristique des classes moyennes, est le modèle de *l'équilibre nutritionnel*. Enfin, la *tendance bio* se diffusait déjà largement dans le haut de l'échelle sociale (Osiek-Parisod, 1990).

3. Si l'application de la conception des « rapports au corps » de Boltanski à l'analyse des formes de consommations médicales a été l'objet de certaines critiques de la part de sociologues de la santé (Aïach *et al.*, 1980 ; Drulhe, 1996), elle garde pour l'alimentation toute sa pertinence.

Figure 1 • Les aliments essentiels

Comparaison enquête INSERM 1966, « Jeunes Seniors... », 1998, et « Manger aujourd'hui », 1999, en fréquence de citations



Dans la hiérarchisation des aliments essentiels aujourd'hui, le sexe et la région sont deux variables très discriminantes.

Les différences hommes/femmes

Elles portent à la fois sur la fréquence des citations et sur la hiérarchie qui en résulte.

Les fruits et légumes sont cités par 76 % des femmes, ce qui met cette catégorie d'aliments au premier rang de la hiérarchie alimentaire féminine, alors qu'ils ne sont cités que par 64 % des hommes. Les viandes arrivent en seconde position recueillant 59 % des suffrages, elles sont suivies de près par les produits laitiers avec 57 %. Arrivent ensuite les féculents 43 % et les produits de la mer 20 %. La hiérarchie masculine des aliments essentiels est très différente. Elle met en première place la viande avec 71 % (soit + 12 % par rapport aux femmes). En seconde position, les fruits et légumes avec 64 % (soit - 12 %). Viennent en suite les féculents, cités par 53 % de la population masculine (soit + 10 % par rapport aux femmes). Les produits laitiers arrivent en quatrième position avec 45 %, suivis des produits de la mer avec 16 %.

Face au modèle *nutritionnel* plus marqué chez les femmes, le modèle de type *énergétique* se maintient chez les hommes.

Tableau III • La hiérarchisation des aliments essentiels selon le sexe

LES FEMMES		LES HOMMES	
1. Fruits et légumes	76 %	1. Viandes	71 %
2. Viandes	59 %	2. Fruits et légumes	64 %
3. Produits laitiers	57 %	3. Féculents	53 %
4. Féculents	43 %	4. Produits laitiers	45 %
5. Produits de la mer	20 %	5. Produits de la mer	16 %
6. Matières grasses	4 %	6. Matières grasses	3 %

En % des individus

Les cultures alimentaires régionales

L'analyse des réponses par régions à la question relative aux aliments essentiels atteste de grandes différences, tant au niveau de la hiérarchisation symbolique des groupes d'aliments que de l'importance de leur valorisation. Celles-ci ne sauraient se réduire ni aux particularismes des cuisines régionales, ni à de strictes logiques d'approvisionnement ou de disponibilité ; elles traduisent l'existence de véritables sous-cultures alimentaires régionales.

Des travaux déjà anciens sur les paniers des ménagères, réalisés par Nicolas Herpin dans le cadre de l'INSEE, avaient mis en évidence des écarts importants entre un panier standard, composé à partir de la moyenne nationale des consommations, et les paniers des différentes régions françaises (Herpin, 1984). Nos résultats montrent la persistance de ces cultures régionales : ainsi, le nord de la France est plus sensible au modèle énergétique et le sud au modèle nutritionnel. Dans l'enquête DGAL/CIDIL/OCHA, le traitement régional a été affiné en sept grandes régions, contre cinq dans l'enquête sur les *jeunes seniors*.

Tableau IV • Découpage régional

GRANDES RÉGIONS	RÉGIONS ADMINISTRATIVES
Île-de-France	Île-de-France
Nord	Haute-Normandie, Nord-Pas-de-Calais, Picardie
Nord-Est	Alsace, Champagne-Ardennes, Lorraine
Ouest et Pays de la Loire	Bretagne, Basse-Normandie, Pays de la Loire, Poitou-Charentes
Centre, Alpes, Jura	Auvergne, Bourgogne, Centre, Franche-Comté, Limousin, Rhône-Alpes
Sud-Ouest	Aquitaine, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées
Sud-Est	Provence-Alpes-Côte d'Azur

Comme dans cette enquête consacrée aux *jeunes seniors*, la variable région est ici fortement discriminante. Les résultats confirment qu'il existe bien en France, dans les représentations, des façons différenciées de concevoir l'importance des aliments et de se représenter leur hiérarchie.

L'Île-de-France : le reflet de la moyenne nationale

La hiérarchie des aliments essentiels de l'Île-de-France est la même que celle de la France entière. Le style alimentaire de cette région se caractérise par une survalorisation des fruits et des légumes, qui atteignent ici leur meilleur score, et des poissons, qui sont au-dessus de la moyenne nationale. Avec respectivement 48 % et 47 %, les produits laitiers et les féculents sont également en bonne position. Le prestige de la viande, citée seulement par 58 % des personnes interrogées, est en revanche au plus bas.

Le Nord : permanence et tradition de la viande et des féculents

La hiérarchie des aliments essentiels de la région Nord diffère de la moyenne nationale. La culture alimentaire du Nord se caractérise par un fort statut symbolique de la viande, qui fait jeu égal avec les fruits et légumes (70 %). Les féculents obtiennent le meilleur score de toutes les régions avec 61 %, à attribuer sans doute au très grand prestige de la pomme de terre. Les produits laitiers ont une valeur légèrement plus faible que dans l'échantillon national et les poissons sont

Tableau V • Les aliments essentiels selon les régions en % d'individus

	FRANCE ENTIÈRE		ÎLE-DE- FRANCE		NORD	
	%	Rang	%	Rang	%	Rang
Fruits/légumes	70	1	76	1	70	1
Viandes	65	2	58	2	70	2
Produits laitiers	51	3	48	3	48	4
Féculeux	48	4	47	4	61	3
Produits de la mer	18	5	21	5	9	6
Matières grasses	4	6	3	7	9	5
Autres	6	7	8	6	4	7

nettement sous-valorisés. Cette région reste encore très centrée sur le modèle *énergétique* des années 1960, même s'il convient de noter une revalorisation des légumes.

L'Est : viande, légumes et féculents

Avec la viande en première position, suivie des fruits et légumes, des féculents et des produits laitiers, la hiérarchie alimentaire de la région Est se différencie nettement de la moyenne nationale. Bien que restant en seconde position, les fruits et légumes recueillent ici nettement moins de suffrages. Les poissons réalisent leur score le plus bas.

L'Ouest et les Pays de la Loire : poisson et produits laitiers

La culture alimentaire est ici fortement marquée par le statut très positif des poissons et produits de la mer. Certes, la disponibilité explique en partie cette situation, mais il convient de considérer que, à la tendance générale de valorisation nutritionnelle des poissons, s'ajoute ici une « image terroir ». Les produits laitiers sont très valorisés et atteignent dans cette région leur meilleur résultat. Les féculents sont dans la moyenne nationale.

Le Centre, Alpes et Jura : la hiérarchie nationale avec une valorisation supérieure des produits laitiers

La hiérarchie alimentaire de cette grande région est assez proche, tant par sa hiérarchie que dans les fréquences, de la moyenne nationale. Elle place au premier rang les fruits et légumes puis la viande. En troisième position, les produits laitiers sont perçus de façon très positive et obtiennent la fréquence la plus élevée avec trois points de plus que la moyenne nationale. Les féculents sont en revanche légèrement en retrait.

Le Sud-Ouest : la viande avant les fruits et légumes et les féculents

Le Sud-Ouest se distingue de la tendance nationale en plaçant la viande en première position devant les fruits et les légumes. Il se rapproche ainsi de la région Est, avec cependant un écart ici moins important entre les deux catégories d'aliments. Les féculents arrivent en troisième position, réalisant leur second meilleur score. En quatrième place, les produits laitiers sont dans la moyenne nationale. Les produits de la mer sont, en revanche, plus faiblement valorisés.

	EST		OUEST ET PAYS DE LA LOIRE		CENTRE, ALPES ET JURA		SUD-OUEST		SUD-EST		DISPERSION
	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	
	56	2	68	1	72	1	69	2	72	1	20
	62	1	65	2	63	2	72	1	70	2	14
	47	4	61	3	54	3	50	4	46	3	15
	51	3	46	4	44	4	57	3	39	4	22
	7	5	25	5	18	5	8	5	30	5	23
	3	7	6	6	2	7	2	7	3	7	7
	6	6	4	7	4	6	5	6	7	6	4

Le Sud-Est : un prestige inégalé pour la viande et les poissons

Si la hiérarchie alimentaire de la région Sud-Est est identique à la moyenne nationale, en revanche les fréquences s'en écartent assez nettement. Si les légumes arrivent bien en première position et la viande toujours au second rang, la viande atteint ici un score supérieur de + 5 %. Produits laitiers et féculents, respectivement en troisième et quatrième place, sont cités de façon moins fréquente que dans les autres régions. Enfin, les poissons font dans cette partie de la France leur meilleur score, avec plus de 30 %.

Ces données montrent que, parallèlement aux différenciations sociales classiques comme l'âge, le sexe, le niveau d'éducation ou les catégories sociales, l'appartenance régionale constitue bien, en France, un déterminant des représentations alimentaires.

LES ALIMENTS ET LA SANTÉ

Le lien entre alimentation et santé est clairement reconnu par la population française. En 1984, Claudine Herzlich, dans une enquête sur les pratiques d'hygiène nécessaires à la conservation d'une bonne santé, montrait déjà que le régime alimentaire arrivait en première position (Herzlich, 1984). Plusieurs études récentes confirment que les Français perçoivent bien l'implication de l'alimentation dans le développement potentiel de certaines pathologies. C'est ainsi que, dans le Baromètre Santé du CFES⁴ réalisé en 1996, les Français considéraient que l'alimentation était un facteur impliqué dans les maladies cardio-vasculaires, le diabète, l'ostéoporose, le cancer...

L'étude INCA du CREDOC⁵ montre, quant à elle, que les risques majeurs perçus comme liés à l'alimentation sont, par ordre décroissant : l'obésité pour 32 %, les maladies cardio-vasculaires 22 %, le cholestérol 20 %... et ceci bien avant les

4. F. Baudier, M. Rotily, G. Le Bihan, M.-P. Janvrin, C. Michaud, 1996, *Baromètre Santé Nutrition*, Vanves, CFES.

5. J.-L. Volatier, 2000, *Enquête INCA individuelle et nationale sur les consommations alimentaires* - CREDOC, AFSSA, ministère de l'Agriculture et de la Pêche, Paris, Tec. & Doc.

risques sanitaires comme les toxi-infections alimentaires (14 %), qui tenaient pourtant le devant de la scène médiatique au moment où a été réalisée cette enquête. Ces différents travaux analysent le lien négatif entre alimentation et santé, c'est-à-dire l'implication supposée de l'alimentation globale, ou parfois de certains aliments précis, dans le développement de différentes maladies.

Tableau VI • Rôle de l'alimentation par rapport à certaines maladies (% Français)

MALADIES	TRÈS IMPORTANT	PLUTÔT IMPORTANT	PLUTÔT PAS IMPORTANT	PAS DU TOUT IMPORTANT	NE SAIT PAS
Maladies cardio-vasculaires	58	32	3	4	3
Diabète	49	36	4	4	7
Ostéoporose (décalcification des os)	38	37	8	6	11
Cancer	32	36	14	8	10
Arthrose (rhumatismes)	16	24	24	21	15
Grippe	8	20	23	41	8

Source : Baromètre Santé/Nutrition CFES, 1996

Nous avons également exploré ce lien *négatif* avec la question : « Selon vous, quels sont les aliments ou produits alimentaires dont il faut limiter la consommation pour être en bonne santé ? » Mais notre objectif était aussi d'approfondir l'étude des liens entre alimentation et santé en la complétant par les *perceptions positives*, en d'autres termes, de chercher aussi à identifier les aliments qui apparaissent comme « bons pour la santé ».

Les aliments « les meilleurs pour la santé »

Dans cette démarche, on rejoint en partie l'approche en termes d'aliments essentiels, mais on affiche ici clairement la couleur dans la question, qui était formulée ainsi : « Selon vous, quels sont, parmi les groupes d'aliments suivants, les meilleurs pour la santé ? » Par ailleurs, les réponses étaient assistées et les enquêteurs proposaient la liste suivante :

- fruits et légumes
- poissons et produits de la mer
- viandes rouges, viandes blanches, volailles
- produits laitiers
- produits à base de céréales, pommes de terres, autres féculents
- fruits secs
- charcuterie et viande de porc
- boissons sucrées et aliments sucrés
- corps gras
- boissons alcoolisées

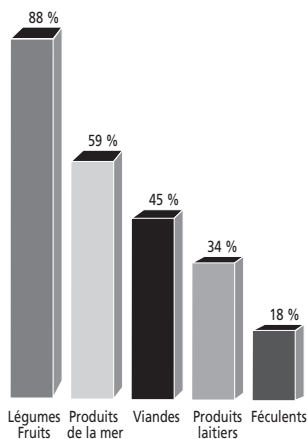
On constate tout d'abord les très forts statuts santé des fruits et légumes et des produits de la mer. Les premiers arrivent en première position des aliments bons pour la santé et réalisent un score encore plus fort que pour les aliments essentiels, avec 88 % de citations. Les seconds passent de la cinquième place dans la hiérarchie des aliments essentiels à la seconde avec 59 %. Les viandes, citées par 45 %

des individus, affichent un statut en demi-teinte, ce qui montre clairement que l'intérêt porté aux viandes, au second rang des aliments essentiels, ne saurait se réduire à leur rôle pour la santé. Même remarque pour les produits laitiers, dont le score est de 34 %. Notons la mauvaise position des féculents, qui ne sont cités que par 18 % de la population.

Tableau VII • Types d'aliments qui sont les meilleurs pour la santé (Regroupé)

	ÉCHANTILLON	% POP.
Total	1 158	100
Fruits et légumes	1 017	88
Poissons et produits de la mer	685	59
Viandes rouges, viandes blanches, volaille	525	45
Produits laitiers	393	34
Produits à base de céréales, pommes de terre, autres féculents	206	18
Fruits secs	63	5
Charcuterie et viande de porc	20	2
Boissons sucrées et aliments sucrés	17	1
Corps gras	14	1
Boissons alcoolisées	12	1

Figure 2 • Les aliments les meilleurs pour la santé en % de la population



Peu de variables descriptives sont liées et la force des liens est relativement faible, ce qui veut dire que les représentations des aliments bons pour la santé sont relativement homogènes au sein de la population française.

La région

Tableau VIII • Les aliments les meilleurs pour la santé selon les régions en % d'individus

	FRANCE ENTIÈRE		ÎLE-DE- FRANCE		NORD	
	%	Rang	%	Rang	%	Rang
Fruits/légumes	88	1	89	1	91	1
Produits de la mer	59	2	61	2	72	2
Viandes	45	3	32	4	50	3
Produits laitiers	34	4	36	3	30	4
Féculents	18	5	18	5	16	5
Autres	9	6	2	6	0	6
Matières grasses	1	7	2	6	0	6

Du point de vue de la *hiérarchie* des catégories d'aliments *les meilleurs pour la santé*, deux régions françaises se distinguent :

- Paris et Île-de-France tout d'abord, en plaçant les produits laitiers en troisième position derrière les fruits et légumes et les produits de la mer, mais avant les viandes ;
- la région Est ensuite, qui met la viande en seconde position devant les produits de la mer et les produits laitiers.

Du point de vue des *fréquences* :

- les fruits et légumes réalisent leur score le plus élevé (91 %) dans la région Nord, où l'on se rappelle que cette catégorie arrive derrière la viande pour les aliments essentiels. À l'opposé, la région Sud-Ouest est celle qui les cite le moins (85 %). La distribution est cependant peu dispersée, avec six points d'écart entre le score le plus élevé et le plus bas ;
- les produits de la mer ont un statut « santé » très diversement apprécié selon les régions ; l'écart entre les fréquences extrêmes de citations est de 25 %. La région Nord arrive en tête avec 72 % et les régions Est et Sud-Ouest recueillent le nombre le plus bas de citations avec respectivement 47 et 49 % ;
- l'image « santé » des viandes est elle aussi très dispersée (21 points). Elles recueillent les meilleurs scores dans les régions Ouest et Pays de la Loire (52 %) et Sud-Ouest (53 %), et le plus bas à Paris et en Île-de-France (32 %) ;
- les produits laitiers affichent leur meilleur statut « santé » dans la région Ouest et Pays de la Loire (41 %) et à Paris et en Île-de-France. Ils obtiennent les scores les plus faibles dans le Sud-Ouest (20 %) et le Sud-Est (31 %). Avec 12 % d'écart, la dispersion des produits laitiers est relativement faible ;
- les « féculents » recueillent 21 % et 20 % dans l'Est et le Sud-Ouest et seulement 15 % dans la région Ouest et Pays de la Loire. Notons la faible dispersion de la fréquence de citation de cette catégorie d'aliments (6 points).

EST		OUEST ET PAYS DE LA LOIRE		CENTRE, ALPES ET JURA		SUD-OUEST		SUD-EST		DISPERSION
%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	
88	1	87	1	86	1	85	1	89	1	6
47	3	55	2	62	2	49	2	62	2	25
48	2	52	3	48	3	40	3	53	3	21
34	4	41	4	33	4	29	4	31	4	12
21	5	15	5	19	5	20	5	16	5	6
1	6	1	6	2	7	2	7	0	7	9
1	6	0	7	1	6	4	6	2	6	4

Les aliments « dont il faut limiter la consommation pour être en bonne santé »

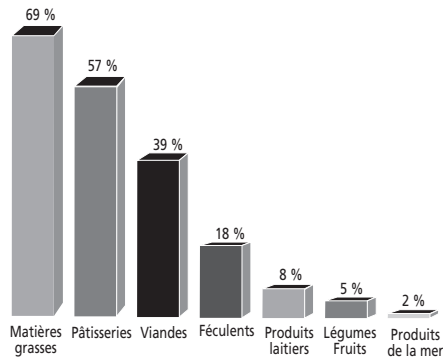
Ici, l'enquêté répond librement à la question en citant trois aliments dont il faut, selon lui, limiter la consommation pour être en bonne santé. 69 % des personnes interrogées désignent les matières grasses comme la première catégorie d'aliments dont il conviendrait de « limiter la consommation pour être en bonne santé ». Les « pâtisseries et sucreries » les suivent de très près avec 57 % des citations. La viande se place en troisième position avec 39 %. Notons l'ambivalence du statut de la viande qui est à la fois bonne pour la santé pour 45 % et à limiter pour être en bonne santé pour 39 %.

En quatrième position arrivent les féculents, désignés par 18 % des enquêtés. Les produits laitiers ne sont mentionnés que par 8 %.

Tableau IX • Les aliments dont il faut limiter la consommation pour être en bonne santé (catégorie)

	ÉCHANTILLON	%
Total	1 158	100
Matières grasses	798	69
Pâtisseries et sucreries	665	57
Viandes dont charcuterie (20 %)	455	39
Boissons alcoolisées	416	36
Féculents	211	18
Produits laitiers	98	8
Fruits et légumes	59	5
Produits de la mer	18	2

Figure 3 • Aliments dont il faut limiter la consommation pour être en bonne santé



L'âge

À la question sur *les aliments dont il faut limiter la consommation pour être en bonne santé*, les citations des matières grasses augmentent régulièrement avec l'âge jusque vers 45/54 ans, puis elles demeurent légèrement en dessous de la moyenne nationale à partir de 55 ans. Les citations de la viande comme aliment à limiter augmentent régulièrement avec l'âge. Les 45/54 ans sont la tranche d'âge la moins représentée parmi ceux qui citent les produits laitiers.

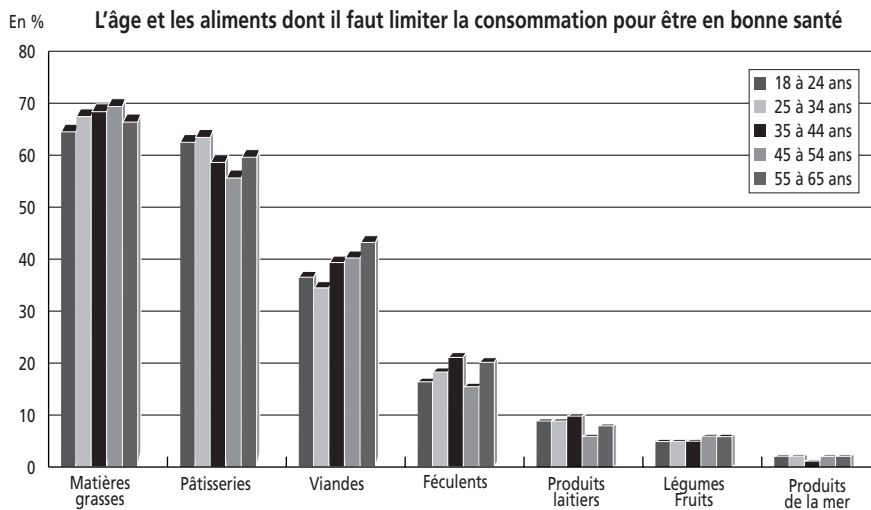
La région

Tableau X • Les aliments dont il faut limiter la consommation pour être en bonne santé selon les régions, en % d'individus

	FRANCE ENTIÈRE		ÎLE-DE- FRANCE		NORD	
	%	Rang	%	Rang	%	Rang
Matières grasses	69	1	74	1	74	1
Pâtisseries et sucreries	57	2	60	2	60	2
Viandes	39	3	31	3	32	3
Féculents	18	4	13	4	19	4
Produits laitiers	8	5	8	5	2	5
Fruits et légumes	5	6	6	6	4	6

N = 1 158

Figure 4 • Croisement avec la variable âge



	EST		OUEST ET PAYS DE LA LOIRE		CENTRE, ALPES ET JURA		SUD-OUEST		SUD-EST		DISPERSION
	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	
	62	1	66	1	67	1	70	1	69	1	12
	41	2	57	2	57	2	60	2	65	2	24
	25	3	55	3	42	3	45	3	43	3	30
	20	4	20	4	20	4	24	4	14	4	11
	7	5	9	5	12	5	9	5	10	5	10
	4	6	8	6	7	6	3	6	0	6	8

La hiérarchisation des aliments *dont il faut limiter la consommation pour être en bonne santé* reste la même selon les régions, seule l'intensité varie.

- Les *matières grasses*, avec une dispersion des scores de 12 points seulement, sont uniformément considérées comme des aliments dont il faut limiter la consommation. Les habitants de Paris et de l'Île-de-France et de la région Nord sont les premiers à citer les matières grasses (74 %), alors qu'ils ne sont que 62 % dans la région Est.

- La perception des *pâtisseries et des sucreries* est fortement différenciée d'une région à l'autre (24 points d'écart). Pointées du doigt dans la région Sud-Ouest, elles ne recueillent en revanche que 41 % des citations dans la région Est.

- En troisième position arrive *la viande*, avec une image elle aussi assez dispersée (30 points d'écart) : c'est dans les régions Sud-Ouest (45 %) et Sud-Est (43 %) que l'on considère le plus qu'il convient d'en limiter la consommation. Rappelons que, dans le Sud-Ouest, la viande atteint 53 % au classement des aliments *bons pour la santé* et que le Sud-Est lui donne le meilleur classement pour les aliments *essentiels* (70 %, soit + 5 % par rapport à la moyenne nationale). C'est dans l'Est que la viande est l'aliment le moins cité parmi ceux *dont il faut limiter la consommation pour être en bonne santé*, avec 25 %.

- Les *féculents* se retrouvent au quatrième rang mais avec des fréquences nettement plus faibles : 18 %. C'est en Île-de-France et dans le Sud-Est qu'ils sont les moins cités avec 13 et 14 %.

LES ALIMENTS ET LE POIDS

Les liens entre l'esthétique et le poids n'ont pas toujours été vécus sur le même mode. « Une de nos plus anciennes représentations sculptées d'êtres humains en Occident est féminine : la vénus de Lespugue : obèse ou belle ? » se demande Annie Hubert (1997). En effet, décodée à travers les critères esthétiques de notre époque, elle nous apparaît comme franchement obèse. Or elle était, en toute probabilité, belle pour l'artiste qui l'a réalisée et pour ses contemporains.

Les formes de valorisation du gros ou du mince sont variables d'une culture à l'autre. Une analyse conduite sur le fichier des « *Human Relation Area Files* » par Brown et Konner (1987) met en évidence que 81 % des 58 cultures traditionnelles sur lesquelles on dispose de données relatives aux valeurs associées à la grosseur du corps considèrent que l'idéal de beauté féminine est une beauté que l'on peut qualifier de « bien en chair » (*plumpness*). Dans de nombreuses cultures, la capacité de stocker des matières grasses est vue comme un signe de bonne santé et de vitalité, et les individus présentant une forte adiposité y atteignent des positions sociales de pouvoir et de prestige. De surcroît, les femmes « bien en chair » y sont vues comme plus capables de « produire » une descendance saine et nombreuse. Depuis les Maoris de Nouvelle-Zélande et des îles du Pacifique Sud jusqu'en Mauritanie, où il existait des maisons d'engraissement et même une corporation de « gaveuses », les exemples sont nombreux de cultures dans lesquelles on faisait grossir, il y a peu de temps encore, les filles avant de les marier (Chippaux, 1990 ; de Garine, 1996).

Mais la figure du gros et sa valorisation varient également dans le temps à l'intérieur des cultures occidentales. En Europe, l'aristocratie médiévale valorise une

image de la femme mince, menue, frêle, les seins petits, dont les tableaux de Cranach sont exemplaires, au-delà bien sûr des conventions de représentation qui peuvent varier d'une époque à l'autre (Hubert, 1997 ; Elias, 1939 ; Phan et Flandrin, 1984). À partir de la Renaissance, le modèle d'esthétique corporelle se transforme, les « belles femmes » sont plus « enrobées ». La grosseur, l'embonpoint voire l'obésité deviennent des signes de richesse et de succès. Ils attestent du détachement par rapport à la nécessité, et marquent une position sociale. Vers 1930, en France, les premiers signes d'une transformation apparaissent, mais ce n'est que dans les années 1950 que le modèle de minceur s'impose avec force et que l'on bascule de *l'embonpoint au mal en point* selon l'expression de Claude Fischler (1990) ou *du bon beurre à la mauvaise graisse*.

Dans des univers sociaux où les aliments sont rares, être gros et fort sont des qualités positives. Le modèle d'esthétique de minceur émerge au moment où se profile, puis s'installe de façon durable, l'abondance. La minceur devient alors symbole de succès, de prospérité, un signe de distinction sociale. En contrepoint, le surpoids est alors regardé comme inesthétique mais aussi comme moralement incorrect, le gros étant celui qui mange plus que sa part. Il est perçu comme un signe d'égoïsme, atteste d'une perte de *self-control*. Le modèle de minceur s'impose tout d'abord aux femmes. Les mensurations des mannequins et des *miss* se transforment radicalement. Longilignes tout d'abord, elles deviendront, dans les années 1980, presque anorexiques. Pour garder la forme et non les formes, Madame Tout-le-Monde surveille son alimentation. La littérature de régime inonde les librairies et les magazines féminins. À partir de la fin des années 1960, les hommes commencent à être concernés. Pour être beaux, eux aussi se doivent désormais d'être minces.

Derrière le désir de minceur se profile le mythe de l'éternelle jeunesse. Être mince, c'est être jeune. Dans les années 1970, lorsque s'intensifia la pression du modèle esthétique de minceur, une publicité pour l'eau minérale scandait « un kilo de trop, c'est un an de plus ». L'importance de l'impact du modèle d'esthétique corporelle, tant pour les femmes que pour les hommes, est accrue par les transformations de la structure sociale. Avec la diminution de la proportion des travailleurs manuels, la part de la société susceptible d'établir une *relation réflexive* avec son corps, de le regarder comme un objet à esthétiser, augmente.

En matière d'alimentation, la pression de ce modèle de minceur a développé des processus de « satanisation » de certains aliments. Ce furent tout d'abord les sucres qui furent pointés du doigt et montrés comme les responsables du développement du surpoids et de l'obésité et parfois même d'un grand nombre des maux de la société « moderne ». Puis la « chasse au cholestérol » ayant été ouverte, vint le tour des matières grasses. À la « saccharophobie » succédait donc une « lipophobie » (Fischer, 1987 et 1990). Comme pour les aliments et la santé, deux questions explorent, dans notre enquête, les représentations associées au poids : l'une concerne *les aliments qui font le plus grossir*, l'autre *ceux dont il faut limiter la consommation pour ne pas grossir*.

Les aliments « qui font le plus grossir »

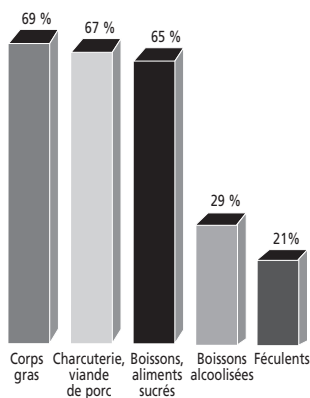
Les réponses à cette question étaient assistées par une liste d'aliments proposée par les enquêteurs. En tête des aliments perçus comme faisant le plus grossir, on trouve la *charcuterie et la viande de porc*, citées par 69 % de l'échantillon, suivies

de très près par la catégorie *corps gras* (67 %). Les *boissons et aliments sucrés* sont en troisième position avec 65 % de citations. Notons cependant que, dans l'ordre d'apparition (la consigne était de citer trois produits), les « boissons et aliments sucrés » sont cités en dernier. Ces trois catégories sont très nettement placées en tête des aliments qui font grossir.

Tableau XI • Types d'aliments qui font le plus grossir

	ÉCHANTILLON	%
Total	1 158	100
Charcuterie et viande de porc	799	69
Corps gras	775	67
Boissons sucrées et aliments sucrés	752	65
Boissons alcoolisées	331	29
Produits à base de céréales, pommes de terre, autres féculents	239	21
Viandes rouges, viandes blanches, volaille	101	9
Produits laitiers	72	6
Fruits secs	60	5
Fruits et légumes	9	1
Poissons et produits de la mer	5	0

Figure 5 • Aliments qui font le plus grossir



Le souhait de perdre du poids

Le souhait de perdre du poids influe également, on s'en doutait, sur la hiérarchie des aliments qui font le plus grossir. Les personnes qui souhaitent perdre du poids citent, en tête, la *charcuterie et la viande de porc* (77 %), puis les *corps gras* (64 %), les *boissons et aliments sucrés* (60 %), les *boissons alcoolisées* (25 %) et les *féculents* (22 %). Les personnes qui ne souhaitent pas perdre de poids commencent par citer les *corps gras* (69 %), les *boissons et aliments sucrés* (68 %) et la *charcuterie et la viande de porc* (64 %).

Figure 6 • Les aliments qui font le plus grossir et le souhait de perdre du poids

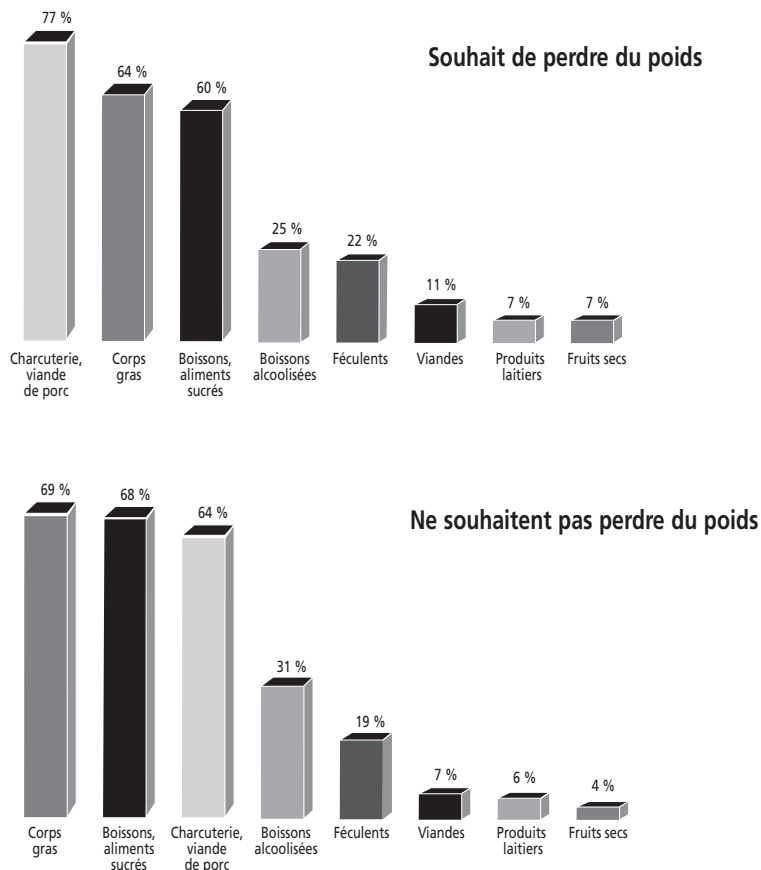


Tableau XII • Hiérarchie des aliments qui font le plus grossir selon le souhait de perdre du poids ou pas

CATÉGORIES D'ALIMENTS	POPULATION TOTALE		SOUHAIT DE PERDRE DU POIDS			
	%	Rang	OUI		NON	
	%	Rang	%	Rang	%	Rang
Charcuterie	69	1	77	1	64	3
Corps gras	67	2	64	2	69	1
Boissons/aliments sucrés	65	3	60	3	68	2
Boissons alcoolisées	29	4	25	4	31	4
Féculents	21	5	22	5	19	5
Viandes	9	6	11	6	7	6
Produits laitiers	6	7	7	7	6	7
Fruits secs	5	8	7	8	4	8
Fruits et légumes	1	9	0	10	1	9
Produits de la mer	0	10	1	9	0	10

N = 1 158

Les aliments « dont il faut limiter la consommation pour ne pas grossir »

Cette question ouverte se formule de la façon suivante : « Selon vous, quels sont les aliments ou produits alimentaires dont il faut limiter la consommation pour ne pas grossir ? Citez en trois. » Les aliments dont il faut limiter la consommation pour ne pas grossir ont été regroupés par la suite en sept catégories. Les matières grasses, les aliments sucrés et les féculents sont les aliments les plus cités.

Les matières grasses arrivent toujours en première position avec un score assez proche de 63 %. Les viandes sont citées pour 32 % dont 20 % relatifs aux charcuteries (ces dernières représentaient 69 % pour la précédente question sur *les aliments qui font le plus grossir*).

Tableau XIII • Les aliments à limiter pour ne pas grossir (regroupement)

	ÉCHANTILLON	%
Total	1 158	100
Matières grasses	724	63
Pâtisseries/sucreries	700	60
Féculents	521	45
Viandes dont charcuterie (20 %)	369	32
Boissons alcoolisées	197	17
Produits laitiers	180	16
Fruits et légumes	22	2
Poissons et produits de la mer	4	0

Figure 7 • Aliments dont il faut limiter la consommation pour ne pas grossir

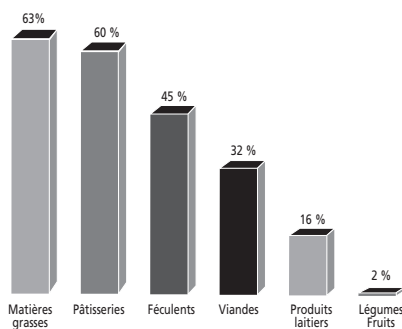
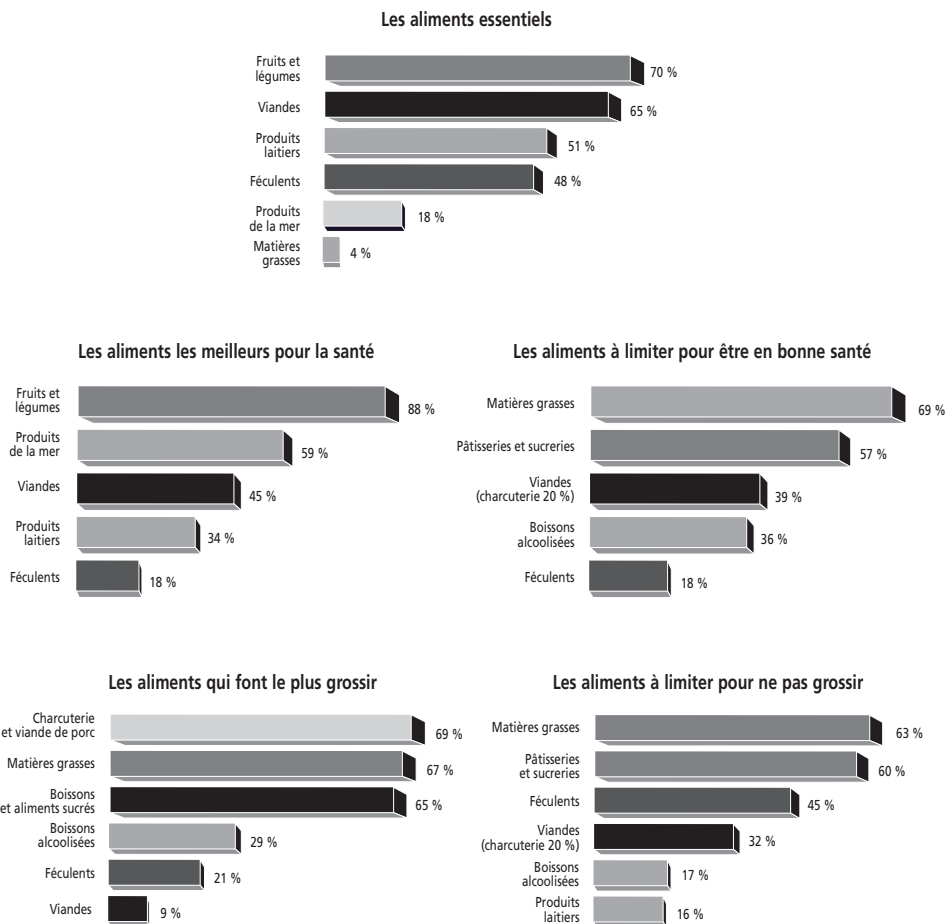


Tableau XIV • La région

	FRANCE		PARIS		EST	
	%	Rang	%	Rang	%	Rang
Matières grasses	63	1	66	1	54	1
Pâtisseries	60	2	63	2	47	3
Viandes	32	4	24	4	23	4
Féculents	45	3	35	3	54	2
Produits laitiers	16	5	16	5	11	5
Fruits et légumes	2	6	1	6	0	6
Produits de la mer	0	7	0	7	0	6

Figure 8 • Représentations liées aux aliments



	NORD		OUEST		CENTRE		SUD-OUEST		SUD-EST	
	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang
	61	1	68	1	59	1	67	1	60	1
	67	2	64	2	55	2	63	2	64	2
	26	4	37	4	40	4	37	4	34	4
	52	3	47	3	47	3	43	3	43	3
	16	5	15	5	17	5	13	5	20	5
	1	6	2	6	4	6	1	6	2	6
	0	7	2	7	0	7	0	7	0	7

LES MATIÈRES GRASSES, UNE PERCEPTION PARTICULIÈREMENT COMPLEXE

Nous avons vu que les matières grasses étaient citées en tête des aliments à limiter pour ne pas grossir. Jusque-là, rien de surprenant. La surprise vient du classement établi par les Français lorsqu'on leur demande de préciser quelles sont les matières grasses qui font le plus grossir. On voit en effet apparaître une hiérarchisation qui n'a rien avoir avec l'univers nutritionnel et qui est complètement *déconnectée de la teneur réelle en lipides* des différentes matières grasses. Arrivent ainsi, en ordre décroissant :

- les corps gras animaux avec 78 % ;
- les beurres avec 61 % ;
- les crèmes avec 53 % ;
- les huiles avec 36 % pour l'ensemble des huiles, l'huile d'olive n'étant citée que par 4 % ;
- enfin les margarines avec 21 %.

Que les *huiles*, qui devraient arriver en tête avec leur teneur de 100 % de lipides, n'arrivent qu'en quatrième position, qui plus est derrière toutes les *crèmes* (30 % de lipides pour les crèmes entières et 15 % pour les crèmes allégées) est particulièrement significatif, sans même parler de l'huile d'olive, dont il semble qu'elle ait la vertu de ne pas faire grossir !

Il est clair qu'il y a *confusion entre ce qui est bon pour la santé et ce qui est bon pour la ligne* : autrement dit, on ne sait pas ou on oublie que, en termes d'apport calorique, un lipide apporte neuf calories au gramme, quelle qu'en soit l'origine, même si la composition en acides gras diffère.

Cette confusion entre les effets sur la santé et les effets sur le poids s'explique, pour les huiles, par leur image santé en général, et est renforcée encore par le statut très particulier de l'huile d'olive, qui déforme le classement de l'ensemble des huiles. En effet, cette dernière finit par passer pour un « corps maigre », selon l'expression d'Arnaud Basdevant. Si cette perception peut s'expliquer par la valorisation du « régime méditerranéen », l'image santé de ce régime profite sans doute d'autres bénéfices intimement liés à la symbolique du soleil et d'une cuisine de vacances.

Les relations aux aliments, mais probablement plus encore aux matières grasses, sont chargées de représentations symboliques. Derrière cette hiérarchisation, se repèrent d'autres catégorisations comme les distinctions entre gras animal, gras laitier et gras végétal. Nous analyserons dans une perspective qualitative l'impact des crises alimentaires sur les catégorisations alimentaires contemporaines au sein du second ouvrage réalisé à partir de cette recherche (Corbeau, Paul-Lévy, Poulain, 2002). Le tableau suivant illustre le rôle déformant de l'image de l'huile d'olive sur le classement des huiles en général et montre comment la dimension du *goût* et celle de *marqueur d'identité*, deux critères d'appréciation assez indépendants des crises, font apparaître des hiérarchies très différentes entre les diverses matières grasses.

Tableau XV • Classement des matières grasses selon divers critères

LES MATIÈRES GRASSES LES MEILLEURES POUR LA SANTÉ		LES MATIÈRES GRASSES LES MEILLEURES AU GOÛT		LES MATIÈRES GRASSES LES PLUS MARQUEUSES D'IDENTITÉ		LES MATIÈRES GRASSES QUI FONT LE PLUS GROSSIR	
Huiles (toutes)	70 %	Beurres (tous)	87 %	Beurres (tous)	76 %	Corps gras animaux	78 %
<i>Dont huile d'olive</i>	59 %	<i>Dont beurre allégé</i>	10 %	<i>Dont beurre allégé</i>	4 %		
Beurres (tous)	47 %	Huiles (toutes)	72 %	Huiles (toutes)	68 %	Beurres (tous)	61 %
<i>Dont beurres allégés</i>	9 %	<i>Dont huile d'olive</i>	53 %	<i>Dont huiles : - d'olive</i>	28 %		
Crèmes (toutes)	26 %	Crèmes (toutes)	67 %	<i>- de tournesol</i>	28 %	Crèmes (toutes)	53 %
Margarines végétales	19 %	Margarines	18 %	Graisse de canard et d'oie	21 %	Huiles (toutes)	36 %
						<i>Dont huile d'olive</i>	4 %
Huiles de tournesol et pépins de raisin	12 %	Corps gras animaux	17 %	Saindoux	17 %	Margarines (toutes)	21 %

On voit ici que le beurre fait l'objet de tensions entre :

- sa très forte dimension gustative (87 % de citations pour tous les beurres, contre 19 % pour toutes les huiles hors huile d'olive et 18 % seulement pour les margarines) ;
- sa forte dimension identitaire (76 % de citations contre seulement 28 % pour l'huile d'olive, 28 % l'huile de tournesol, 12 % pour les autres huiles et 21 % pour les graisses de canard et d'oie) ;
- son image santé, relativement positive (47 %), mais moins bonne que son image goût et identité ;
- son image excessive « fait grossir » (61 % des citations pour le beurre contre 21 % pour la margarine, à égale teneur en lipides, et 36 % pour l'huile à teneur supérieure en lipides).

On voit également le rôle de certaines matières grasses comme marqueurs d'identité régionale très localisés : la graisse de canard dans le Sud-Ouest, le saindoux dans le Nord et le Nord-Est et l'huile d'olive dans le Sud-Est.

STYLE DE CUISINE ET FAIRE LA CUISINE

Les modèles alimentaires doivent aussi s'étudier sous l'angle des styles culinaires. « *Quel genre de cuisine mange-t-on chez vous ?* » Cette question ouverte, mise au point et déjà utilisée par Claude Fischler dans différentes recherches, notamment une étude sur le repas familial vu par les enfants de 10-11 ans⁶, présente

6. Claude Fischler, 1997, *Le Repas familial vu par les 10-11 ans*, Cahiers de l'OCHA, n° 6.

l'intérêt d'aborder les cultures alimentaires quotidiennes par une formulation peu structurée qui permet de classer les réponses selon la compréhension de la question par le sujet.

La cuisine quotidienne, pour une grande proportion de répondants, c'est d'abord et avant tout une affaire de culture et d'identité (39 %) ; elle est définie par des expressions d'identité nationale (*cuisine française, cuisine traditionnelle française* ou *traditionnelle*, mais aussi *chinoise, algérienne...*), d'identités régionales (*cuisine provençale, landaise, antillaise...*), ou avec l'usage de marqueurs régionaux (*cuisine au beurre* ou *cuisine à l'huile...*)

Une seconde catégorie définit son alimentation quotidienne en termes culinaires (31 %). Un premier pôle met l'accent sur le bien préparé, *les bons petits plats, la cuisine classique* ou *bourgeoise, la cuisine raffinée* ou *en sauce*. Le second pôle parle de cuisine plus *simple, familiale, ordinaire* ou *avec des plats simples*.

Et si l'on tient compte du fait que, dans les réponses en termes culinaires, on trouve des expressions comme *classique, bourgeoise, de qualité, des petits plats...* qui se réfèrent plus ou moins explicitement à la tradition française, cette attitude devient très largement majoritaire. On voit à quel point manger est un acte social total qui ne saurait se réduire à sa dimension biologique, et combien les pratiques alimentaires, dans leur quotidienneté et leur répétitivité, participent à la construction des identités sociales.

D'autres répondants mettent l'accent sur des notions nutritionnelles (14 %), qu'elles soient exprimées en termes de *variété, de diversité* et d'*équilibre* avec des expressions telles que *cuisine équilibrée, cuisine diététique, cuisine méditerranéenne* ou *crétoise...*, ou en termes de limitation, de *pas trop de...*, que ce soit des *matières grasses, des sauces*, ou de *cuisine allégée, légère...*, ou qu'il soit précisé *avec des légumes verts, ou légumes à la vapeur*.

Un quatrième groupe répond en termes de produits (10 %). L'accent est mis soit sur leur provenance (*produits du jardin, nos produits, produits du marché*), soit sur leurs qualités (*naturel, bio...*), soit sur leur praticité (*des surgelés* ou *des produits vite faits* ou *tout prêts*).

Enfin, une cinquième et dernière catégorie répond en termes de contraintes (7 %), qu'elles soient de type économique (*une cuisine bon marché, une cuisine pas chère, qui tient au corps*) ou de type temporel (*une cuisine vite faite, facile à préparer, rapide*).

Comparaison avec l'enquête sur les jeunes seniors

La comparaison entre l'échantillon national et celui des *jeunes seniors* ne montre pas de très grandes différences. Les 50/60 ans étaient un peu plus nombreux à répondre en termes nutritionnels (écart de + 4 %), mais ils n'étaient quand même que 18 % à parler en ces termes à un âge où les prescriptions médicales de régimes se font plus nombreuses, ce qui paraît très significatif de la manière dont les Français *pensent leur alimentation*. Ils étaient également un peu plus nombreux à répondre en termes de produits (+ 5 %) : plus nombreux que la moyenne de la population à avoir un jardin, ils pensaient souvent produits *du jardin* ; également en termes de contraintes (+ 2 %), contraintes d'argent probablement liées aux revenus diminués de la retraite, de la préretraite ou du chômage prolongé.

Tableau XVI • *Quel genre de cuisine mange-t-on chez vous?*

	« MANGER AUJOURD'HUI » 1999	« LES JEUNES SENIORS ET LEUR ALIMENTATION » 1998	ÉCARTS
En termes culturels et identitaires	39 %	31 %	+ 8
En termes culinaires	31 %	27 %	+ 4
En termes nutritionnels	14 %	18 %	- 4
En termes de produits	10 %	15 %	- 5
En termes de contraintes	7 %	9 %	- 2

En % réponses

« *Quels sont les mots qui, pour vous, vont le mieux avec "Faire la cuisine" ?* »
 Cette question, assistée d'une liste de propositions, permet d'approfondir les représentations associées à cette activité.

Tableau XVII • *Ce que signifie « faire la cuisine » en % individus*

	ÉCHANTILLON	%
Total	1158	100,0
Convivialité	909	78,4
Obligation	841	72,6
Hédonisme	600	51,8
Art culinaire	566	48,8
Corvée	369	32,5
Coûte cher	79	6,8
Se donner du mal	94	8,0

N = 1158

La cuisine est une activité domestique qui appelle une très forte implication et dont les dimensions sociales s'imposent. Le premier univers de référence de l'activité culinaire est la convivialité avec 78 %. Faire la cuisine, c'est d'abord une activité tournée vers les autres. *Cuisiner, c'est donner : faire plaisir et partager*. La cuisine, c'est aussi de l'art pour plus de 49 % des personnes interrogées : le plaisir, la sensualité, le bonheur même lui sont aussi associés. C'est ensuite une pratique qui, bien que quotidienne et répétitive, permet l'expression de soi, de sa propre créativité, d'un savoir-faire (52 %).

Mais, à côté de cet ensemble d'associations positives, apparaissent des dimensions plus négatives attachées à la répétitivité et aux contraintes de cette tâche domestique. Certains mettent l'accent sur l'obligation, la nécessité, l'habitude (72 %), d'autres, plus négatifs encore, y voient une véritable corvée, source de perte de temps et d'ennui (32,5 %). Enfin, certains mettent l'accent sur son coût (7 %). Notons, au titre des paradoxes, que les femmes, qui assurent très largement cette activité au quotidien, lui associent plus de valeurs positives et moins de valeurs négatives que les hommes, ces derniers en assumant plus rarement la charge.

Le sexe

La dimension conviviale de la cuisine est plus marquée pour les femmes que pour les hommes (82 % contre 75 %). Plus que les hommes, elles perçoivent également la « contrainte » que constitue la cuisine. En revanche, les dimensions artistique et hédoniste sont davantage mises en avant par les hommes, avec respectivement des écarts de + 3 et + 8 %.

Figure 9 • Faire la cuisine selon le sexe

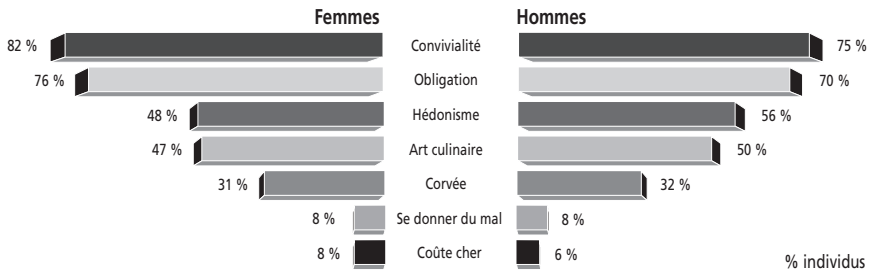


Tableau XVIII • Faire la cuisine par ordre de citation en % d'individus

	CITÉ EN 1	CITÉ EN 2	CITÉ EN 3	TOTAL
Convivialité	26,6	28,7	23,5	78,0
Art culinaire	5,9	16,7	25,6	49,0
Obligation	21,0	27,0	24,0	72,6
Hédonisme	32,0	13,0	7,0	52,0
Corvée	12,0	32,0	9,0	32,0
Se donner du mal	0,4	2,3	5,0	8,0
Coûte cher	1,0	1,6	5,0	7,0

N = 1 101

L'analyse de la hiérarchie des citations permet d'affiner l'organisation des représentations associées à l'activité culinaire. Les dimensions sociales – donner, partager – et hédoniques apparaissent en premier, les aspects contraignants arrivent en tête du second choix. Ce n'est qu'en troisième citation que l'intérêt culinaire lu comme une pratique d'expression artistique prend une position déterminante.

Les différences entre âge et catégories socioprofessionnelles*Tableau XIX • Faire la cuisine selon l'âge (première citation) en % des catégories par tranche d'âge*

	ÂGE			TOTAL
	- DE 34 ANS	34/54 ANS	+ DE 55 ANS	
Convivialité	22,2	28,8	32,4	26,7
Art culinaire	7,5	5,0	4,3	5,9
Obligation	24,4	18,6	20,5	21,3
Hédonisme	31,3	33,5	31,9	32,3
Corvée	12,9	13,2	9,7	12,5
Se donner du mal	0,2	0,4	0,5	0,4
Coûte cher	1,6	0,4	0,5	0,9

N = 1 101

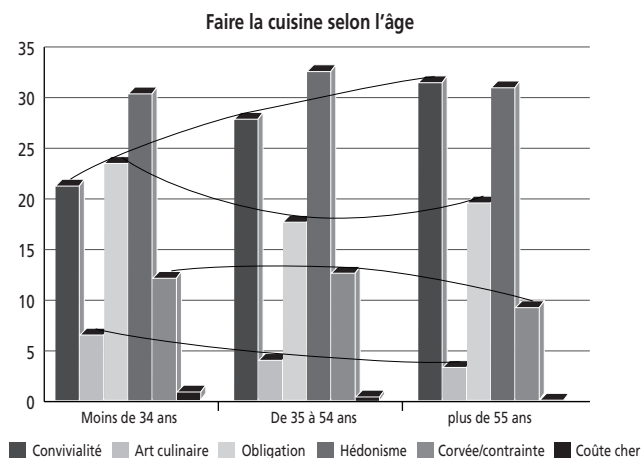
Figure 10 • La dimension conviviale de la cuisine augmente avec l'âge

Tableau XX • « Faire la cuisine » selon le sexe, la région, la PCS du chef de foyer en % individus

	TOTAL	SEXE		RÉGIONS						
		F	H	Île-de-France	Est	Nord	Ouest	Centre-Est	Sud-Ouest	Sud-Est
Convivialité	78	82	75	90	60	72	82	79	87	68
Art culinaire	49	47	50	46	41	40	53	54	45	60
Obligation	72,6	75	69,7	64	75	82	75	73	78	62
Hédonisme	52	48	56	57	46	45	50	49	57	57
Corvée	32	31	32	29	52	41	26	29	17	34
Se donner du mal	8	8	8	7,2	10,7	9	7	9	6	9
Coûte cher	7	8	6	6,3	10,7	10	7	4	4	9

Légende : F = femmes, H = hommes

N = 1 158

L'analyse par régions fait apparaître des représentations assez différentes de l'activité culinaire. Lorsqu'on les compare aux moyennes nationales, elles sont beaucoup plus positives :

- en Île-de-France : convivialité (+ 12 % par rapport à la moyenne nationale), hédonisme (+ 5 %);

- dans le Sud-Ouest : convivialité (+ 9 %), hédonisme (+ 5 %), corvée (- 15 %);

- dans le Sud-Est : art culinaire (+ 11 %), hédonisme (+ 5 %), obligation (- 10 %).

Les représentations les plus négatives sont exprimées dans les régions Est et Nord :

- dans l'Est : corvée (+ 20 %), coûte cher (+ 4 %), se donner du mal (+ 3 %), convivialité (- 18 %), art culinaire (- 8 %), hédonisme (- 6 %);

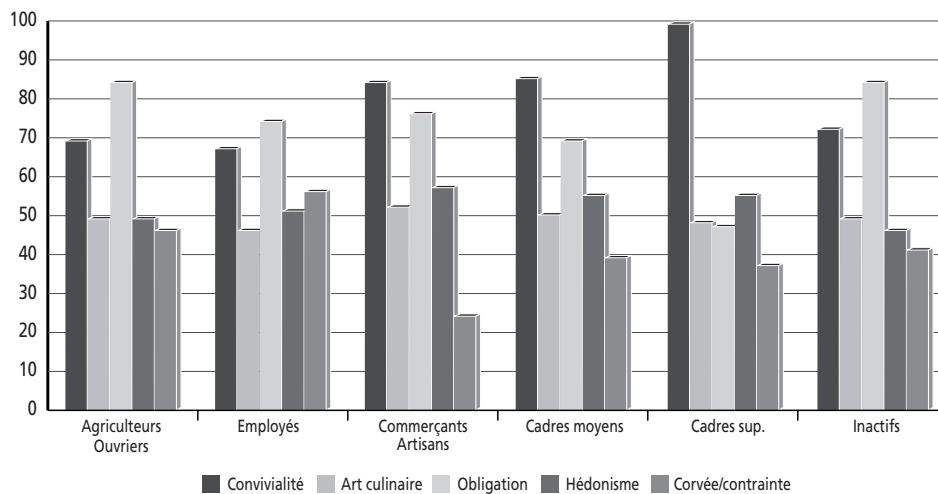
- dans le Nord : obligation (+ 11 %), corvée (+ 9 %), coûte cher (- 3 %), art culinaire (- 9 %), hédonisme (- 7 %), convivialité (- 6 %).

La région Ouest met en avant à la fois la convivialité (+ 4 %) et l'art culinaire (+ 4 %) mais aussi (un peu plus que la moyenne nationale) la dimension obligation (+ 2 %). La région Centre est très proche de la moyenne nationale.

PCS

Agri.	Com Arti.	Cadres sup.	Cadres moy.	Empl.	Ouv.	Inactif
44	84	100	85	67	70	75
11	53	49	52	45	50	47
94	74,5	48,5	66,5	73	81	80
61	56	54	54	50	46	54
44	18	26	29	46	32	28
22	5	9	8	9	8	8
22	8	6	4	8	6,5	7

Figure 11 • Faire la cuisine selon PCS chef de foyer



% individus dans la catégorie

CONCLUSION

On a vu que les grandes familles d'aliments ne sont pas, pour la plupart, perçues de façon monolithique. Ces aliments peuvent être considérés à la fois comme essentiels, bons pour la santé et à limiter pour être en bonne santé. De ce point de vue, les mangeurs expriment bien la complexité de la relation à l'alimentation dans la façon de penser leurs aliments. La dimension santé y est présente mais n'y est pas la seule : le goût, la dimension identitaire, des dimensions symboliques font que certains aliments sont mieux classés dans les aliments essentiels que dans les aliments bons pour la santé. Les mangeurs font preuve également d'une certaine capacité à comprendre la notion de dose. Font exception, dans une perception positive, les fruits et légumes et, dans une perception négative, les matières grasses et les boissons et aliments sucrés, clairement identifiés comme à limiter, voire comme mauvais aliments.

Le détail de la perception des différentes matières grasses est très intéressant. D'une part, on voit que les mangeurs ont des représentations complètement erronées sur la hiérarchie de celles qui font le plus grossir. Le cas de l'huile d'olive est vraiment très significatif puisque, à force d'être réputée et promue comme bonne pour la santé, elle finit par passer pour un « corps maigre ». On voit ici la conscience de la notion de dose céder devant la tentation permanente de classement des aliments en bons et mauvais, renforcée par une surabondance d'informations mal digérées et par la confusion entre le registre qualitatif des nutriments et le registre quantitatif de l'apport en énergie. D'autre part, quand on confronte la hiérarchie des représentations des diverses matières grasses par rapport à la santé mais aussi au goût et à leur pouvoir de marqueur identitaire, on constate à quel point le rapport que les mangeurs entretiennent avec les matières grasses ne saurait se limiter à la dimension santé.

Dans le cadre de politiques nutritionnelles, ces données nous paraissent importantes à prendre en considération, de même que les représentations sur la cuisine. Ces représentations constituent peut-être l'une des meilleures expressions du modèle français. Il faudra retenir qu'à la question « *Quel genre de cuisine mange-t-on chez vous ?* » quatre personnes sur dix répondent en termes d'identité, trois sur dix en termes culinaires, et qu'on en trouve seulement 14 % pour répondre en termes nutritionnels et 10 % en termes de produits. Les représentations associées à *faire la cuisine*, d'où ressort l'importance de la convivialité (*cuisiner; c'est donner et partager*), de l'hédonisme et de l'expression dans l'art culinaire, avec des différences régionales très importantes, sont également essentielles pour la conception d'actions d'éducation alimentaire.

ANNEXES

Chapitre V : L'alimentation et ses représentations*Tableau I • Variables liées et force des liens (aliments essentiels)*

VARIABLES LIÉES	FORCE DES LIENS
Sexe	+++
Région	+++
Évolution des revenus	+++

Tableau II • Variables liées et force des liens (les meilleurs pour la santé)

VARIABLES LIÉES	FORCE DES LIENS
Région	+++
Degré d'urbanisation	++
Évolution des revenus	++

Tableau III • Variables liées et force des liens (à limiter pour être en bonne santé)

VARIABLES LIÉES	FORCE DES LIENS
Âge	+++
PCS chef de foyer	++
Région	+++
Souhait de perdre du poids	+++

Tableau IV • Variables liées et force des liens (qui font le plus grossir)

VARIABLES LIÉES	FORCE DES LIENS
Degré d'urbanisation	++
Évolution des revenus	++
PCS du père	++
Région	+
Souhait de perdre du poids	+++

Tableau V • Variables liées et force des liens (à limiter pour ne pas grossir)

VARIABLES LIÉES	FORCE DES LIENS
Degré d'urbanisation	++
Région	+++
Souhait de perdre du poids	++

Tableau VI • Variables liées et force des liens (faire la cuisine)

VARIABLES LIÉES	FORCE DES LIENS
Degré de solitude alimentaire	+++
Région	+++
Sexe	+++
Profession chef de foyer	++
Degré d'urbanisation	++
Âge (1 ^{re} réponse regroupée sur 1101)	+
Profession de l'interviewé	+