

La cuisine, une activité fortement valorisée

Pour les responsables de ménage, la cuisine est une activité obligatoire, à laquelle on ne peut que très faiblement se soustraire. Nous voulions voir si la dimension répétitive et contraignante de la cuisine quotidienne génèrait une forte distinction avec la cuisine festive que l'on fait lorsque l'on reçoit. Pour ce faire nous avons utilisé deux questions : « Aimez-vous faire la cuisine pour tous les jours ? » et « Aimez-vous faire la cuisine quand vous recevez de la famille ou des amis ? ».

On constate, tout d'abord, que le nombre de réponses positives est très élevé avec 78 % pour la cuisine quotidienne et 90 % pour la cuisine festive. L'écart entre les deux situations proposées (+ 12 % de oui) est somme toute globalement assez faible, c'est entre le *un peu* et le *beaucoup* que se lit la véritable différence : + 26 % pour le *beaucoup* et 14 % pour le *un peu*. Pour les 50-60 ans, faire la cuisine même au quotidien est une activité largement valorisée qui ne se réduit nullement à une contrainte.

La question : « Quels sont les mots qui, pour vous, vont le mieux avec « Faire la cuisine » ? » permet d'approfondir les représentations associées à cette activité.

Aimez-vous faire la cuisine ?

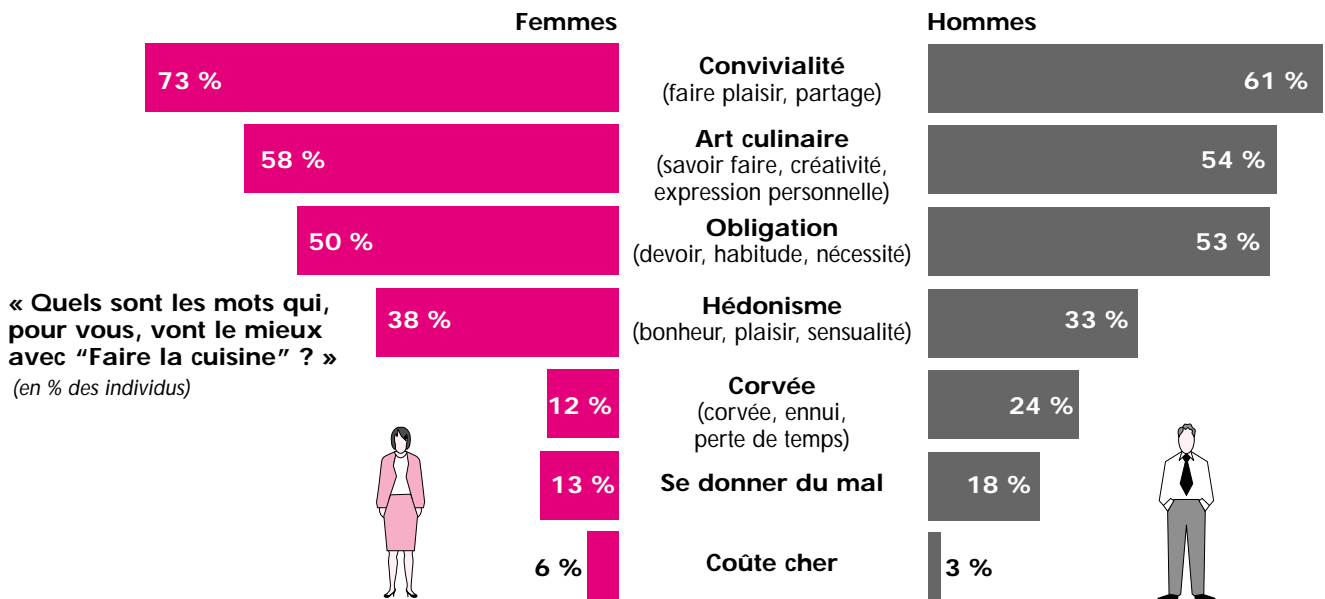
(échantillon total OCHA 1998, en % des individus)

	Cuisine quotidienne		Cuisine pour recevoir	
	Responsables de ménage	Total individus	Responsables de ménage	Total individus
Oui	78	76	90	84
Beaucoup	40	38	66	59
Un peu	38	38	24	25
Non	22	24	10	16
Pas tellement	19	20	8	12
Pas du tout	3	4	2	4

Ce que signifie « faire la cuisine »

Selon le sexe, le statut matrimonial et l'activité (échantillon total OCHA 1998, en % des individus)

	Total	Femmes	Hommes	Seuls	En couple	Actifs	Non actifs
Convivialité (faire plaisir, partage)	67	73	61	67	68	67	69
Art culinaire (savoir-faire, créativité, expression personnelle)	56	58	54	57	56	58	53
Obligation (devoir, habitude, nécessité)	51	50	53	50	51	50	53
Hédonisme (bonheur, plaisir, sensualité)	36	38	33	35	36	34	37
Corvée (corvée, ennui, perte de temps)	18	12	24	17	18	20	15
Se donner du mal	15	13	18	14	16	14	17
Coûte cher	5	6	3	7	4	4	5



La cuisine est une activité domestique qui appelle une très forte implication et dont les dimensions sociales s'imposent. Faire la cuisine, c'est d'abord une activité tournée vers les autres (67 %). Ce chiffre s'élève à 73 % pour les femmes et 61 % pour les hommes. Cuisiner, c'est donner, « faire plaisir » et « partager ».

C'est ensuite une pratique qui, bien que quotidienne et répétitive, permet l'expression de soi, de mettre en œuvre de la créativité, du savoir faire (56 % : 58 % femmes, 54 % hommes). La cuisine, c'est aussi de l'art. Le plaisir, la sensualité, le bonheur même, lui sont aussi associés par plus de 36 % des personnes interrogées (38 % femmes, 33 % hommes).

Mais, à côté de cet ensemble d'associations positives apparaissent des dimensions moins positives attachées à la répétitivité et aux contraintes de cette tâche domestique. Certains mettent l'accent sur l'obligation, la nécessité, l'habitude (51 %). Une lecture franchement négative voit en elle une véritable corvée, source de perte de temps et d'ennui (18 %). Cependant, cette lecture est plus masculine, 24 %, que féminine, 12 %. Enfin, certains mettent l'accent sur son coût (5 %).

Faire la cuisine

Par ordre de citation (échantillon total OCHA 1998, en % des individus)

	Cité en 1	Cité en 2	Cité en 3	Total
Convivialité oblatrice	35	26	20	67
Obligation	22	28	20	51
Hédonisme	21	8	8	36
Corvée	11	8	6	18
Intérêt culinaire	10	23	33	56
Se donner du mal	1	6	8	15
Coûte cher	0	1,5	3,5	5

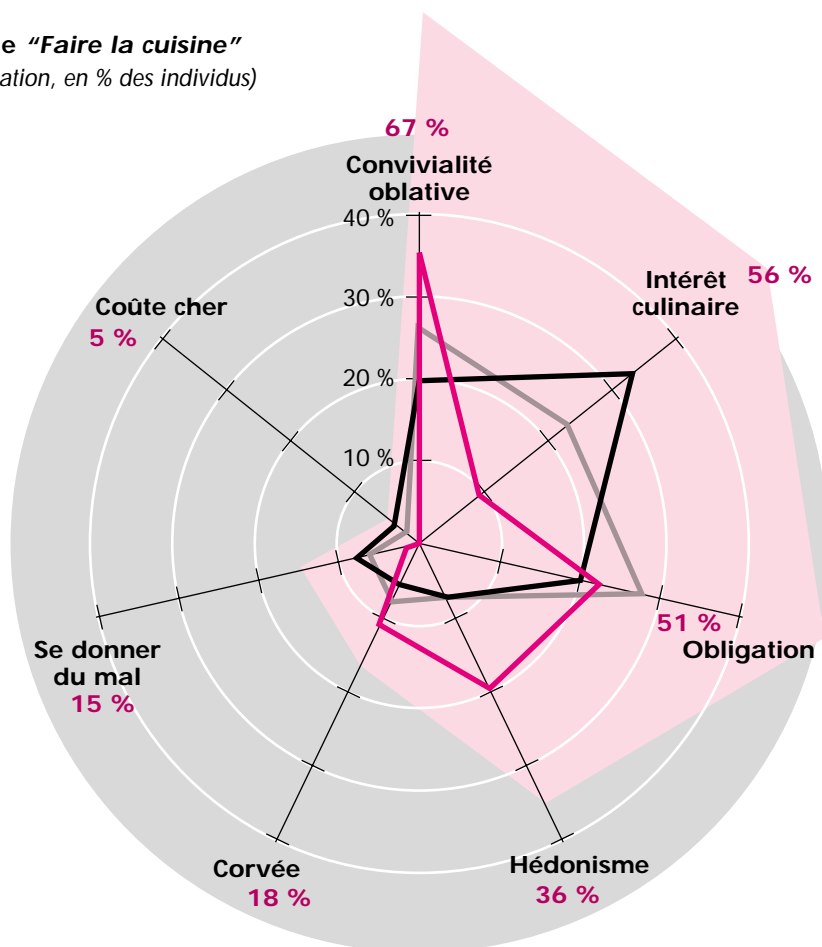
Notons, au titre des paradoxes, que les femmes, qui assurent au quotidien très largement cette activité, lui associent plus de valeurs positives et moins de valeurs négatives que les hommes qui n'en assument que beaucoup plus rarement la charge.

La réponse à cette question sur les mots associés à « faire la cuisine » consistait à classer, par ordre de préférence, trois propositions choisies dans une liste. 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 tête du premier choix. Les aspects contraignants sont les plus cités en second choix. Ce n'est qu'en troisième citation que l'intérêt culinaire lu comme une pratique d'expression, une pratique artistique, prend une position déterminante.

L'analyse par régions fait apparaître des représentations beaucoup plus positives de l'activité culinaire en Île de France que dans les autres régions françaises.

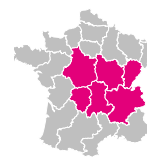
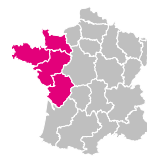
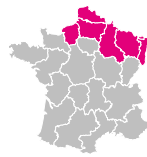
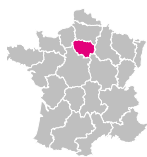
Ce que signifie "Faire la cuisine"
 (par ordre de citation, en % des individus)

- Cité en 1 
- Cité en 2 
- Cité en 3 
- Total 



Faire la cuisine

Selon les régions
(échantillon total OCHA 1998,
en % des individus et rang)

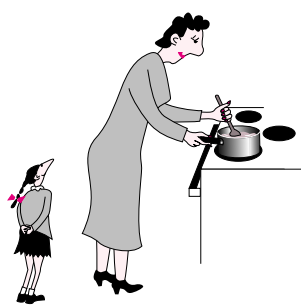


	France entière	Ile de France	Nord et Est	Ouest et Pays de Loire	Centre, Alpes et Jura	Sud-Est et Sud-Ouest
Convivialité oblique (faire plaisir, partage)	67 1	74 1	61 1	68 1	68 1	67 1
Art culinaire (savoir faire, créativité, expression personnelle)	56 2	65 2	51 3	58 2	50 3	58 2
Obligation (devoir, habitude, nécessité)	51 3	43 3	54 2	49 3	57 2	52 3
Hédonisme (bonheur, plaisir, sensualité)	36 4	39 4	35 4	38 4	31 4	35 4
Corvée (corvée, ennui, perte de temps)	18 5	13 5	19 5	20 5	19 5	18 5
Se donner du mal	15 6	12 6	18 6	14 6	17 6	15 6
Coûte cher	5 7	5 7	6 7	2 7	3 7	6 7

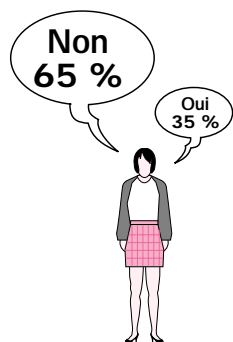
Les héritages culinaires

Question : « Faites-vous la même cuisine que votre mère ? »

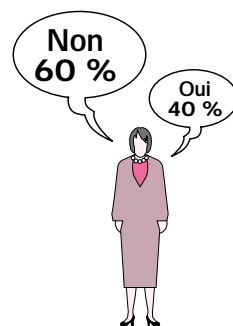
En 1966, l'enquête Trémolières constatait un rejet du modèle culinaire de la mère. Cette attitude commune à l'ensemble des femmes était plus forte encore chez les femmes de moins de trente ans ; 65 % de non chez les – de 30 ans, contre 60 % chez les 50-60. Au-delà de la cuisine, c'était le mode de vie de la femme au foyer, de la ménagère, qui était rejeté, et dans une certaine mesure l'image de la mère nourricière. Elle entrait en conflit avec les représentations de la « femme moderne » promues par le mouvement féministe et largement reprises et récupérées par la publicité de l'époque. Était mise en avant la nécessité de réduire le temps consacré à l'alimentation, de cuisiner plus rapidement, en même temps que s'affichait la volonté de prendre en compte de nouvelles exigences nutrition-



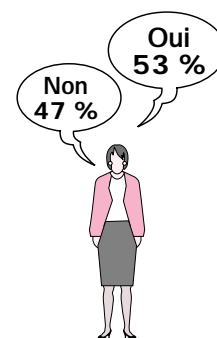
« Faites-vous
la même cuisine
que votre mère ? »



Femmes
de moins de 30 ans
en 1966



Femmes
de 50-60 ans
en 1966



Femmes
de 50-60 ans
en 1998

Les plats appris de la mère*(Échantillon total OCHA 1998, en % des individus)*

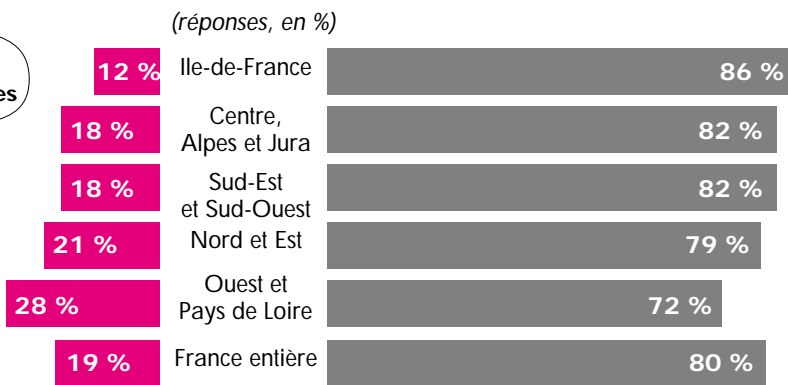
Réponses produits	95	Rang
Viandes	30	1
Poissons et fruits de mer	16	3
Légumes	17	2
Pdt pâtes riz	6	4
Fromages	5	
Fruits	2	
Réponses plats	101	Rang
Soupes et potages	3	7
Crudités, salades	9	6
Plats de viandes	82	1
Plats complets	18	3
Plats de poissons	10	6
Plats de légumes	12	5
Plats étrangers	19	2
Desserts	16	4

nelles. Comme nous l'avons vu, à la fois dans l'analyse des aspirations alimentaires et dans les hiérarchies nutritionnelles étudiées à travers la question sur les « aliments essentiels », des changements étaient à l'œuvre dans la conception qualitative et quantitative de ce qu'il convenait de manger. Ainsi se justifiait une rupture par rapport au modèle culinaire transmis par la mère.

Aujourd'hui, pour les 50-60 ans, la référence au modèle culinaire de la mère est largement revalorisée. Ce renversement est à comprendre dans le contexte d'industrialisation de la filière alimentaire et du développement corrélatif du sentiment de menace du « *bien manger à la française* ». Dans l'étude non directive, les personnes interviewées mettent l'accent sur la nécessité de conserver et de transmettre des « traditions », d'un ensemble de savoir faire, décrits comme le « *patrimoine alimentaire familial* ».

Dans les plats « appris de la mère », au-delà de la position très forte de la viande et des plats de viande, on note l'importance des plats étrangers, *couscous, paella, pizza,...* mais aussi plats vietnamiens, portugais qui sont des signes identitaires découlant d'une origine familiale étrangère à la France, dont il convient de conserver vivante la mémoire.

Sur l'ensemble des catégories de plats, la trace de marqueurs régionaux français est aussi très présente et s'exprime à travers la « potée auvergnate » ou « lorraine », la « bouillabaisse », la « fondue savoyarde », la « quiche lorraine », la « tarte flambée », le « confit d'oie ou de canard »...



Les rôles sociaux se transforment... mais lentement

Question : « Pour vous, faire la cuisine... »

- C'est uniquement l'affaire des femmes ?
- Ce n'est pas seulement l'affaire des femmes ? »

Apparaît ici une volonté générale, partagée par les individus des deux sexes, d'ouvrir le champ de l'activité culinaire aux hommes. Elle s'inscrit chez les 50-60 ans dans un nouveau mode de perception et d'attribution des rôles ménagers. L'Île de France en la matière affiche une position de pointe sur le sujet et l'Ouest et le Nord des attitudes plus conservatrices.

Certains hommes, principalement dans les milieux urbanisés et à capital culturel élevé, développent un goût pour la cuisine comme activité de loisir. Ils prennent en charge la cuisine du dimanche ou certaines préparations des repas festifs. Mais leurs interventions se réduisent souvent aux actions les plus symboliquement valorisées : cuire les grillades au barbecue, réaliser le plat central du repas... laissant aux femmes les préparations secondaires ou encore ranger et nettoyer les ustensiles de cuisine. Cette intervention est alors souvent vécue par les femmes de façon contradictoire. Elle est à la fois reconnue comme une prise en charge, une libération d'une part du poids de l'activité culinaire, qui va dans le sens d'une plus juste répartition des tâches ménagères, en même temps qu'une intrusion dans leur domaine, leur territoire. Des conflits de territorialité peuvent apparaître, l'homme se voyant accusé de récupérer la partie noble, valorisante, de la cuisine et de laisser à sa compagne « la remise en ordre de la cuisine ». « En effet, il fait bien parfois la cuisine, mais après, c'est moi qui me tape la pagaille à ranger ! ». Se lit ici chez de nombreuses femmes -les employées par exemple- une contradiction de rôle entre celui de la « mère nourricière » qui assume toute l'activité culinaire depuis la décision d'achat jusqu'au débarrassage et la vaisselle et celui d'une « femme moderne » active qui aspire au partage des activités domestiques⁵⁸.

58. Martine Chaudron, Colette Sluys et Claude Zaidman, 1990 : « Activité professionnelle et cuisine au quotidien, comment font-elles ? », *Papiers du GRESE n° 7*, PUM.

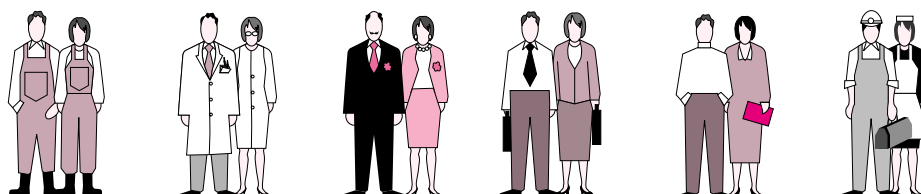
Dans la grande majorité des couples, notamment lorsque le mari a cessé son activité professionnelle, c'est lui qui se trouve instrumentalisé sur des activités secondaires, se mettant au service de « la cuisinière ». Car la cuisine, surtout la cuisine quotidienne et plus largement l'alimentation, reste avant tout un territoire féminin et le transfert de tâches vers les hommes s'opère d'abord par les tâches les moins valorisées : mettre le couvert et débarrasser la table, faire la vaisselle.

Les achats alimentaires en la matière tiennent une place à part. Si l'on pose une question sans précision de priorité de rôle, du type « *Vous arrive-t-il de faire les achats d'alimentation ?* », le rôle des hommes apparaît plus important. 20 % des actifs s'impliquent « souvent » dans cette activité et ce chiffre monte à 38 % pour les non actifs, la moyenne se situant à 25 %. Si l'on additionne ceux qui prétendent faire les courses « souvent » et « de temps en temps », les chiffres passent alors à 58 % pour les actifs et 76 % pour les non actifs.

Vous arrive-t-il de faire les achats d'alimentation ?

(Échantillon total OCHA 1998, en % des individus)

	Total hommes	hommes actifs	hommes non actifs
Oui, souvent	25	20	38
Oui, de temps en temps	38	38	38
Non	34	40	22



Vous arrive-t-il de faire les achats d'alimentation ?

Selon les catégories sociales (échantillon total OCHA 1998, en % des individus)

	agri- culteurs	Com. Artisans	Cadre sup. Prof. Lib.	Cadres moyens	Employés	Ouvriers
Oui, souvent	0	18	20	21	25	18
Oui, de temps en temps	29	33	49	39	29	44
Non	57	47	29	37	38	38

Vous arrive-t-il de faire les achats d'alimentation ?



	Non,	Oui, de temps en temps	Oui, souvent
Hommes actifs	40 %	38 %	20 %
Hommes non actifs	22 %	38 %	38 %
Total hommes	34 %	38 %	25 %

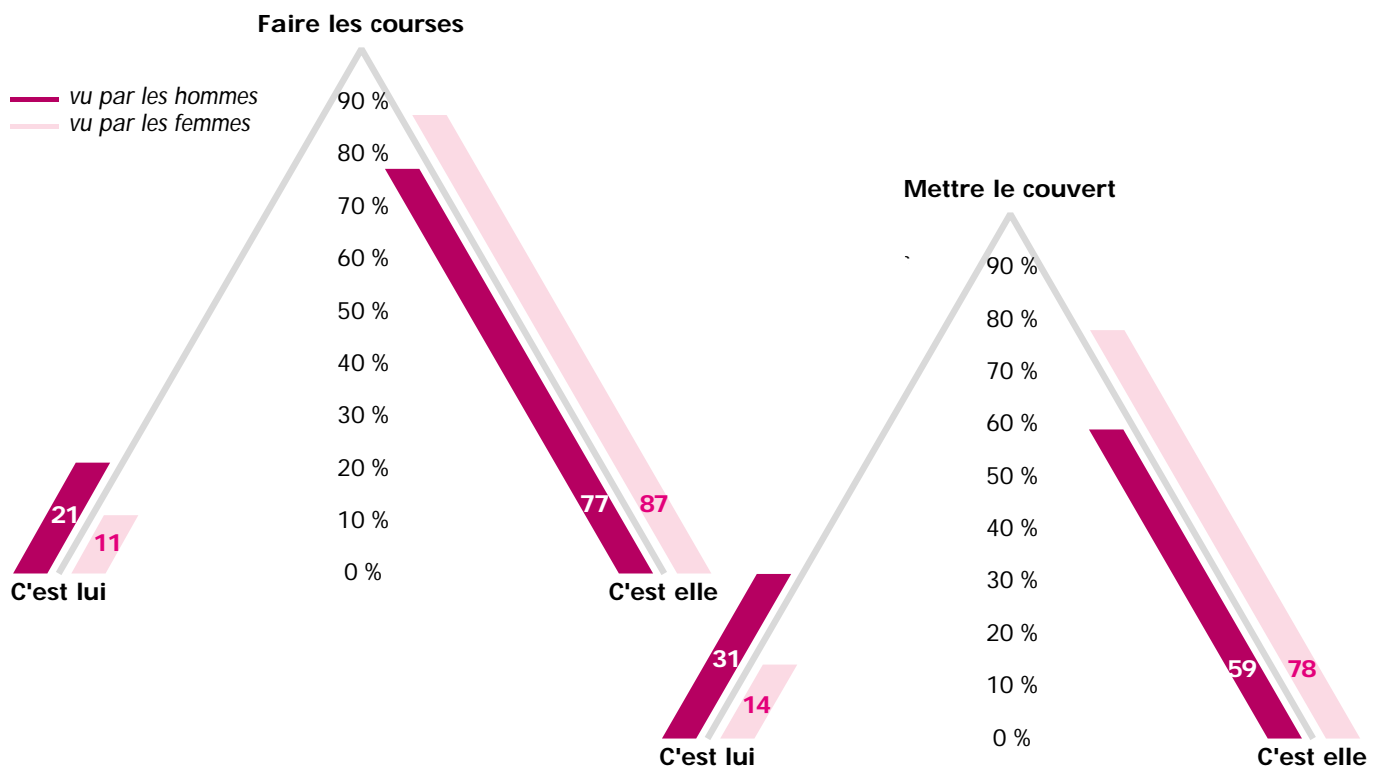
59. Bernard Zarca, 1990, « La division du travail domestique. Poids du passé et tensions au sein du couple », *Économie et statistique*, n° 228.

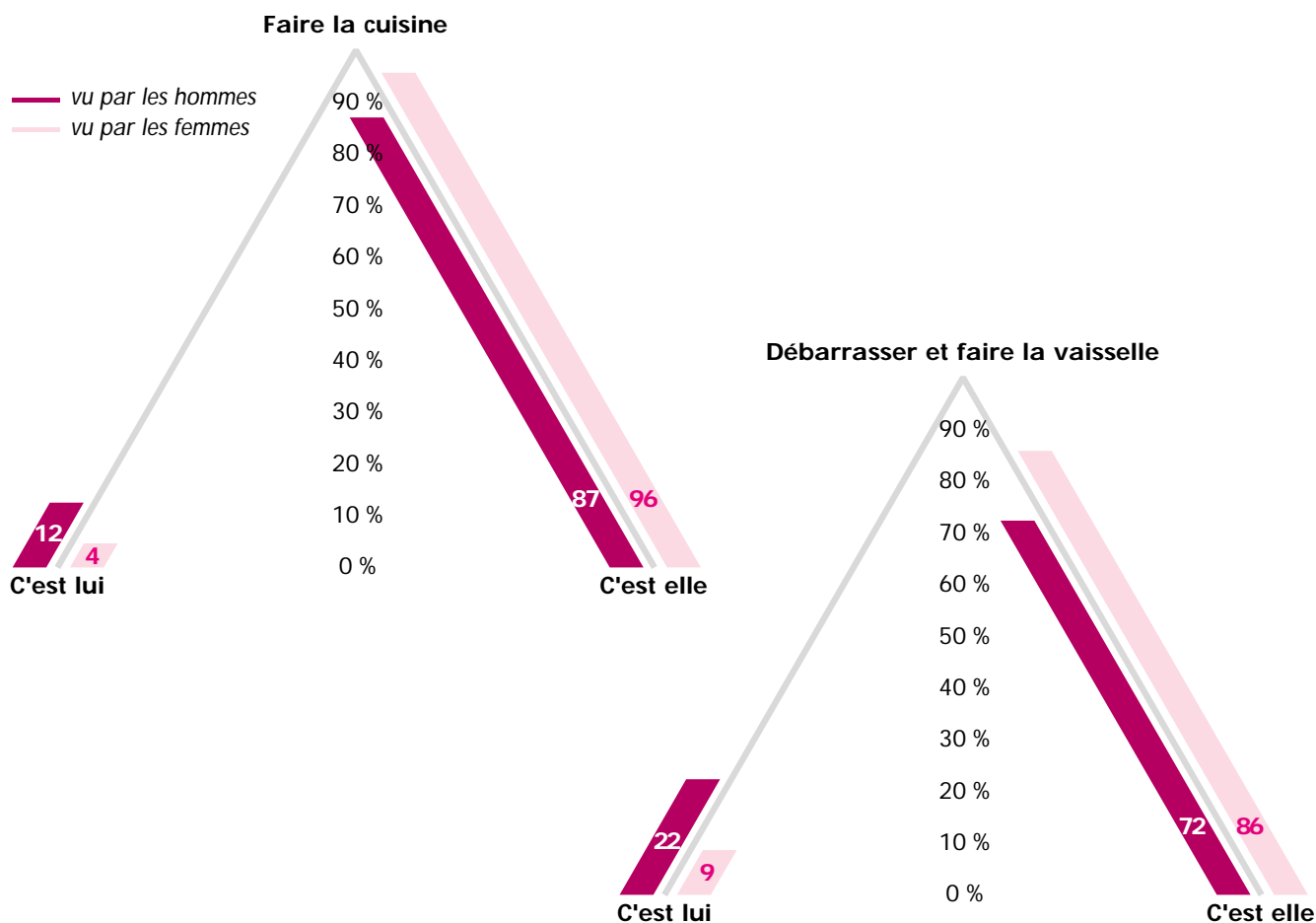
Les agriculteurs et les commerçants et artisans ont les taux de non participation aux achats alimentaires les plus élevés : 57 % pour les premiers et 47 % pour les seconds. Les cadres supérieurs et professions libérales déclarent une participation importante, mais non régulière.

Question : « Dans votre foyer, le plus souvent, qui... Décide des courses - Fait les courses - Fait la cuisine - Met le couvert - Fait la vaisselle ? ».

Dans une étude de 1990, Bernard Zarca⁵⁹ distinguait dans les tâches ménagères trois sous ensembles : un pôle strictement féminin, laver, repasser, entretenir le linge ; un pôle masculin, laver la voiture, porter du bois... et un ensemble de tâches « négociables », toutes articulées sur l'activité alimentaire. Ce sont celles-ci qui nous ont intéressées dans cette étude.

Chez les 50-60 ans vivant en couple, l'implication des hommes se fait par ordre décroissant sur la mise du couvert, la vaisselle, les courses, et plus faiblement la cuisine. Si l'on compare les données à celles de l'étude citée plus haut qui portait sur un échantillon représentatif de la population nationale vivant en couple, on constate une hiérarchisation identique, mais des taux d'implication déclarée légèrement supérieurs. La part des inactifs dans la population des 50-60, chez lesquels l'implication augmente, explique en grande partie cette différence. La comparaison croisée des déclarations hommes-femmes fait apparaître un décalage allant de 8 à 17 % pour la prise en charge d'activité ménagère par les hommes et de 9 % à 19 % pour les femmes.





La ménagère de plus de 55 ans

La comparaison à trente ans d'écart nous permet de mettre en évidence de profondes transformations de l'espace social alimentaire. La position de la maîtresse de maison est-elle aussi centrale, aussi déterminante que dans les années soixante? Sur plusieurs points on peut dire que non.

Tout d'abord, nous l'avons vu, *tout le monde ne vit pas en couple*, et les mono-ménages ou ménages monoparentaux se sont multipliés. Ensuite les achats alimentaires ne sont plus exclusivement du ressort de la femme, de la ménagère. Plus de 25 % des hommes vivant en couple déclarent faire les achats souvent auxquels s'ajoutent 38% qui y participent de temps en temps. De plus, dans la tranche des 50-60 ans, à l'intérieur des couples, les décalages d'âge entre l'homme et la femme -celle-ci étant souvent plus jeune - font que la cessation d'activité ne s'opère pas en même temps. Il y a une phase transitoire où les hommes réinvestissent l'espace domestique avant leurs épouses, phase critique de redistribution des rôles domestiques. Si faire la cuisine reste le plus souvent le territoire des femmes, les hommes font alors les courses, mettent le couvert en attendant la cuisinière... les hommes y

prennent largement leur part. Pour l'ensemble de cette population, le temps libéré augmente la fréquence des achats et le marché devient un lieu d'achat particulièrement valorisé.

A côté de ces mutations dans les rôles sociaux - dont les féministes trouveront qu'elles ne sont pas encore suffisantes - on constate une profonde transformation des canaux d'approvisionnement. L'arrêt de l'activité professionnelle met fin simultanément, pour un grand nombre de personnes à l'usage de la restauration collective, ramenant au niveau du foyer les repas de midi consommés en dehors du domicile. Pour les urbains prenant leurs déjeuners en dehors du foyer, c'est ainsi près de 200 à 250 repas par an qui sont rapatriés dans la sphère domestique. La première conséquence est le gonflement du volume des achats alimentaires au domicile.

Mais ce déplacement a aussi des conséquences psychosociologiques. Au restaurant -qu'il soit public ou d'entreprise- le mangeur construit individuellement son choix à partir d'une offre plus ou moins ouverte. Pour reprendre la terminologie de Lewin, manger au restaurant d'entreprise, c'est utiliser un canal d'approvisionnement dont le « portier » n'est pas la ménagère, mais le chef de cuisine ou le gérant du dit établissement. Pour répondre aux attentes d'une clientèle diversifiée, les professionnels de la restauration créent des univers d'offres multiples: self-service, scramble, buffet, food court... dans lesquels la liberté de choix pour le client est large. Le retour au foyer réinstalle dans le canal des achats domestiques les repas de midi de la semaine. Le choix alimentaire, de strictement individuel, devient alors soit un choix délégué à l'épouse pour le mari, soit un choix négocié. Les représentations entre hommes et femmes relatives à ce qu'il est « bon de manger » se télescopent plus ou moins. Les contraintes liées à d'éventuels régimes médicaux ou de minceur, mais aussi les goûts, dont nous savons qu'ils sont sexuellement différenciés, doivent être pris en compte dans les décisions d'achat et génèrent de nouvelles formes d'interactions. *Pour un couple, la retraite, c'est souvent réapprendre à manger ensemble.*

L'espace domestique est alors un lieu de redistribution, plus ou moins conflictuel, des rôles et des décisions. Bricolage et jardinage deviennent les domaines privilégiés des hommes. Plus de 50 % des retraités de l'échantillon déclarent avoir un jardin potager. L'autoproduction alimentaire, inscrite dans une logique d'occupation du temps libre et de recherche de produits sûrs et de qualité⁶⁰, se développe considérablement dans cette tranche d'âge à partir de la cessation d'activité. Elle transforme fondamentalement les logiques d'approvisionnement et permet, par la redistribution des excédents, la mise en place ou l'entretien de réseaux relationnels.

60. Robert Bages et Annie Rieu ont mis en évidence les mutations qualitatives de l'autoproduction chez les agriculteurs. Robert Bages et Annie Rieu, 1988, « Spécificité du mode d'approvisionnement alimentaire des agriculteurs », *Ethnologie française*. L'autoproduction des retraités s'inscrit dans un complexe de motivations : économique, qualitative mais aussi relationnelle et occupationnelle.