

# CAHIER DE RECHERCHE

SEPTEMBRE 1997



N° 105

LES EFFETS D'ÂGE ET DE GÉNÉRATION  
DANS LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE

Patrick BABAYOU  
Jean-Luc VOLATIER

Département "Prospective de la Consommation"

Crédoc - Cahier de recherche. N°  
0105. Septembre 1997.

CREDOC•Bibliothèque



CREDOC

E DE RECHERCHE



**Les effets d'age et de génération  
dans la consommation alimentaire**

Patrick BABAYOU  
Jean-Luc VOLATIER

**Département « Prospective de la consommation »**

**Septembre 1997**

142, rue du Chevaleret  
7 5 0 1 3 - P A R I S

---

## Sommaire

<b>1. INTRODUCTION - LE RÔLE PRÉDOMINANT DE L'ÂGE DANS LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE.....</b>	<b>5</b>
1.1 Les contraintes du cycle de vie.....	5
1.2 Le goût et le vieillissement.....	7
1.3 La crise alimentaire de l'adolescence et la question de la transmission de la culture culinaire.....	8
<b>2. LA QUESTION DES MODES DE CONSOMMATION ALIMENTAIRE DES « NOUVELLES GÉNÉRATIONS » ET DES « SENIORS » : LES HYPOTHÈSES D'EFFETS GÉNÉRATIONNELS.....</b>	<b>10</b>
<b>3. L'ÉTUDE DES EFFETS D'ÂGE OU DE GÉNÉRATION DANS LA CONSOMMATION NON ALIMENTAIRE : UN APERÇU RAPIDE.....</b>	<b>13</b>
<b>4. QUELQUES RÉSULTATS EMPIRIQUES SUR LES EFFETS D'ÂGE ET DE GÉNÉRATION DANS LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE.....</b>	<b>16</b>
4.1 Méthode.....	17
4.2 Résultats.....	18
4.2.1 Effet de génération dominant.....	18
4.2.2 Effet de cycle de vie dominant.....	20
4.2.3 Effet de période dominant.....	21
4.2.4 Effet de période et effet de génération mêlés.....	23
4.2.5 Pas d'effet clairement dominant.....	24
4.3 Discussion.....	25
4.3.1 L'intérêt pour le service : un effet largement générationnel.....	26
4.3.2 L'hypothèse d'effets de cycle de vie pour l'appréciation du goût des fruits et légumes.....	26
4.3.3 Effets générationnels et évolutions temporelles globales.....	27
4.3.4 Des comportements alimentaires expliquées par le cycle de vie et des consommations alimentaires plutôt liées à la génération peuvent-elles coexister ?.....	28
4.3.5 Certains effets de cycle de vie sont trop brefs pour être mesurés par des enquêtes de type « ménage ».....	30

---

4.3.6 La « déstructuration » alimentaire et les jeunes générations.....	30
4.3.7 Effets générationnels et modification des séquences du cycle de vie .....	32
4.3.8 Conclusion.....	33
5. BIBLIOGRAPHIE SUCCINTE.....	35
6. ANNEXE : CONSOMMATIONS ALIMENTAIRES PAR COHORTE ENTRE 1971 ET 1991 .....	36

*Les effets d'âge et de génération sont  
généralement mêlés, rarement identifiés.*

(Dominique Strauss-Kahn, *Cycles de vie et générations*)

---

## 1. INTRODUCTION - LE RÔLE PRÉDOMINANT DE L'ÂGE DANS LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE

---

Les comportements alimentaires sont très fortement liés à l'âge du consommateur. Les modélisations économétriques montrent que les principaux facteurs socio-démographiques de la consommation alimentaire d'un foyer sont la taille du ménage et l'âge du chef de ménage avant même la région d'habitation, la taille d'agglomération ou le milieu social (Combris, 1995).

Dans ce cahier de recherche, nous essaierons d'apporter quelques éléments pour expliquer les raisons de ces effets d'âge dans la consommation alimentaire : s'agit-il d'effets de cycle de vie ou d'effets générationnels ?

### 1.1 LES CONTRAINTES DU CYCLE DE VIE

On peut attribuer une part de cette variabilité des consommations alimentaires selon l'âge à l'évolution des modes de vie et des comportements alimentaires qu'ils entraînent au cours du cycle de vie. C'est ce que permettent d'étudier les enquêtes sur les comportements alimentaires des Français du CRÉDOC. Les typologies de comportements alimentaires issues de ce type d'études mettent en évidence les contraintes des modes de vie sur les comportements alimentaires. On appelle ici *comportement alimentaire* le processus temporel composé d'une phase d'approvisionnement suivie d'une phase de stockage, d'une phase de préparation des repas et d'une phase de consommation qui a lieu pendant les repas ou hors des repas.

Dans un cahier de recherche précédent, nous avons montré le caractère explicatif de la typologie des comportements alimentaires du CRÉDOC pour comprendre les choix et la consommation alimentaires<sup>1</sup>. Cette typologie bâtie à partir des quatre phases de comportements alimentaires décrites ci-dessus reflète principalement des effets d'âge, de composition du foyer et de milieu social. Elle est donc assez corrélée aux caractéristiques socio-démographiques sans pour autant se résumer à une combinaison, aussi habile soit-elle, de celles-ci. Pour « raconter » les différents types de comportements alimentaires et les relier les uns aux autres, il est très tentant de décrire un cycle de vie, car la transversalité d'une enquête isolée ne permet pas de prendre en compte le temps autrement qu'à travers l'âge.

Saadi Lahlou présente donc les sept types de comportements alimentaires issus de l'étude CRÉDOC par âge croissant et dans une perspective de cycle de vie alors qu'il ne dispose que d'un seul point d'enquête. Certaines de ses interprétations vont clairement dans ce sens :

« Les urbains modernes sont pour dire vite des célibataires campeurs qui se sont mis en ménage ». (Lahlou, 1989).

Il est vrai que les contraintes liées aux modes de vie se lisent bien en termes d'évolution de la composition du ménage dans le cycle de vie. L'enquête Comportements Alimentaires des Français du CRÉDOC montre ainsi que les jeunes foyers sont souvent contraints par la taille réduite de leur logement et parfois par leur relatif éloignement des hypermarchés. Leurs fréquences d'approvisionnement sont donc assez élevées. Ils visitent souvent les lieux de restauration commerciale ou collective (restaurant universitaire...). Il existe chez les jeunes ménages une « culture de sortie » mise en évidence par les enquêtes sur les pratiques culturelles des Français<sup>2</sup>. Leur consommation alimentaire est donc moins étroitement liée à la préparation des repas à domicile, ce qui correspond bien à leur contrainte d'espace : on ne peut pas faire une cuisine élaborée dans une kitchenette et les jeunes habitants des studios n'ont pas souvent envie de faire régulièrement la cuisine.

---

<sup>1</sup> P. Babayou et A. Collerie de Borely, (1996).- « Modélisation des choix alimentaires des ménages », CRÉDOC, Cahier de recherche n° 94.

<sup>2</sup> O. Donnat, (1991).- *Les pratiques culturelles des Français*, DEP du Ministère de la culture, éditions La découverte

Les comportements alimentaires des familles avec enfant se distinguent aussi des comportements des couples et des personnes âgées seules qui n'ont pas les mêmes contraintes en termes de temps disponible pour faire les courses. Le regroupement des achats en grande surface est par conséquent une caractéristique des familles avec enfant(s).

Ces contraintes des conditions d'habitation et des comportements liées directement au cycle de vie ne sont pas les seules à nous persuader de la prééminence de l'âge sur les choix alimentaires.

## 1.2 LE GOÛT ET LE VIEILLISSEMENT

Les psychologues de l'alimentation soulignent le changement physiologique du goût au cours du vieillissement. De l'attractivité de la saveur sucrée caractéristique de la jeune enfance, on passe à un élargissement de la palette des préférences gustatives vers le salé à l'adolescence puis vers plus d'amertume ou d'acidité à l'âge adulte. L'étude sur les comportements alimentaires des Français montre clairement la baisse de la préférence pour le sucré quand l'âge augmente. L'intérêt pour les aliments très sucrés de certaines personnes âgées est probablement plus le signe d'un affaiblissement de la perception de ce goût que d'un intérêt accru pour le sucré, comme le montre le tableau suivant.

**Figure 1. Taux de citation du sucré parmi les deux types de saveurs préférées**

de 15 à 24 ans	88%
de 25 à 34 ans	81%
de 35 à 49 ans	75%
de 50 à 64 ans	74%
65 ans et plus	71%
ENSEMBLE	77%

Champ : 1485 personnes de 15 ans et plus représentatifs de la population française

Source : Enquête sur les comportements alimentaires des Français 1997

---

### 1.3 LA CRISE ALIMENTAIRE DE L'ADOLESCENCE ET LA QUESTION DE LA TRANSMISSION DE LA CULTURE CULINAIRE

On aurait pu s'attendre à ce que l'épanouissement progressif de l'expertise gustative avec l'âge conduise à une augmentation de la diversité de l'alimentation quand l'âge augmente. Les résultats des enquêtes de consommation individuelles confirment cette hypothèse à l'exception d'une période charnière : l'adolescence.

En effet, la diversité de l'alimentation mesurée par le nombre de catégories de produits consommés simultanément par un même individu ne s'accroît pas régulièrement au cours du cycle de vie. Elle décroît lors de l'adolescence qui apparaît comme une période de crise alimentaire marquée par un éloignement des profils de consommation issus de la table parentale vers la constitution d'habitudes alimentaires personnelles.

On sait en effet que la formation des goûts alimentaires n'est pas seulement question de physiologie mais surtout de culture et que dans la plupart des sociétés traditionnelles la consommation alimentaire se transmet de génération en génération. Rozin a ainsi démontré l'apprentissage au Mexique du goût pimenté par simple imitation des pratiques alimentaires des adultes par les enfants.

Mais dans nos sociétés occidentales, la variété des aliments offerte par le marché est maximale, les enfants sont ouverts à un grand nombre d'expériences alimentaires extérieures à la table familiale et la légitimation des préférences individuelles est suffisante pour que la question du choix alimentaire se pose lors de l'éloignement du domicile parental.

Ainsi, les préférences alimentaires<sup>1</sup> des 15-24 ans ne ressemblent en rien à celles des adultes plus âgés. Parmi les aliments salés, les plats à base de pâtes, les viandes grillées, les frites et les tomates sont cités très fréquemment. Les produits sucrés les plus appréciés sont nombreux : glaces, mousse au chocolat, desserts lactés. Les fruits préférés ont des parfums nuancés comme

---

<sup>1</sup> Tous les chiffres cités dans les paragraphes suivants sur les préférences alimentaires selon l'âge sont issus des enquêtes du CRÉDOC sur les comportements alimentaires des Français.

---

la banane ou les fraises, les framboises. Les jeunes aiment peu les légumes aux goûts prononcés comme les choux-fleurs, les brocolis et les épinards.

Ce sont justement ces mêmes légumes que les 35-49 ans citent plus souvent parmi leurs préférences. Les volailles, notamment celles qui sont les plus festives comme les canards, sont aussi particulièrement appréciées aux alentours de la cinquantaine ainsi que d'autres légumes comme les poireaux.

Cependant, l'examen des préférences selon l'âge ne met pas seulement en évidence une opposition entre appétence pour le sucré et les saveurs douces chez les jeunes et appréciation de goûts plus amers ou acides chez les adultes ou les seniors. Il existe aussi une opposition entre la citation de produits alimentaires relativement classiques et peu chers chez les plus âgés et des produits plus raffinés chez les jeunes. C'est particulièrement visible pour les fruits. La citation de la pomme, de la poire ou du raisin, qui figurent parmi les fruits les moins chers, est nettement plus fréquente aux âges élevés. Les petits fruits rouges onéreux sont davantage cités avant 35 ans. Il est difficile d'expliquer ce phénomène par un effet de cycle de vie et les analyses des changements d'attitudes entre générations offrent, on le verra plus loin, des contextes explicatifs plus satisfaisants.

**2. LA QUESTION DES MODES DE CONSOMMATION ALIMENTAIRE  
DES « NOUVELLES GÉNÉRATIONS » ET DES « SENIORS » :  
LES HYPOTHÈSES D'EFFETS GÉNÉRATIONNELS**

---

Ces tendances puissantes qui expliquent les effets d'âge dans la consommation alimentaire sont loin de satisfaire bon nombre d'experts de l'alimentation et en particulier les nutritionnistes. La plupart de ceux qui sont sur le terrain perçoivent des changements dans l'alimentation des jeunes générations par rapport aux générations précédentes. Deux phénomènes sont perçus voire même craints. La consommation des jeunes générations se déstructurerait par la multiplication des consommations hors repas de barres chocolatées, de sucreries et de boissons sucrées. Les repas ne seraient plus aussi réguliers et équilibrés, et la consommation énergétique totale serait parfois trop forte sans que les apports en vitamines ou minéraux soient toujours suffisants (Michaud et Baudier, 1996).

A l'autre extrémité du cycle de vie, la question de la qualité de l'alimentation des seniors est aussi souvent soulevée. La monotonie de la consommation alimentaire des femmes seules âgées est un enjeu de santé publique évident. Parmi les questions de santé publique touchant les habitudes alimentaires des personnes âgées, on peut citer par exemple le problème de l'ostéoporose et du déficit de consommation de calcium<sup>1</sup>. Les éventuels changements générationnels de comportements alimentaires induits par exemple par les modes d'approvisionnement sont donc examinés avec attention.

Dans le cas de l'alimentation des jeunes comme de celle des seniors, la question des effets d'âge ou de génération émerge : les comportements spécifiques rencontrés chez les jeunes auront-ils des conséquences durables dans le cas où les habitudes des nouvelles générations perdureraient aux différentes étapes futures de leur cycle de vie ? Dans le cas des seniors isolés, leurs comportements alimentaires peu diversifiés pourraient s'atténuer s'ils étaient liés à des habitudes anciennes de restriction et de sous-consommation.

---

<sup>1</sup> CERIN, (1992). - *Ostéoporose, pour une prévention nutritionnelle du risque.*

---

En revanche, l'hypothèse des effets de cycle de vie conduit à privilégier le maintien des comportements spécifiques qui seraient dus à des effets psychologiques ou sociologiques liés à l'âge que nous avons explicités plus haut.

Mais il ne faut pas oublier que les effets d'âge et de génération ne se manifestent pas intemporellement, abstraction faite d'une époque de l'histoire d'une société. Ils se superposent en effet aux influences de la période, c'est-à-dire de l'air du temps. Ces effets de période s'appliquent en principe à tous les consommateurs de tous âges. Mais ils sont souvent difficiles à isoler.

Avant de tester les hypothèses énoncées dans ce chapitre sur des données de consommation alimentaire de l'INSEE, nous allons faire un rapide aperçu des études d'effets générationnels réalisées dans le domaine de la consommation ou du changement des modes de vie.

**3. L'ÉTUDE DES EFFETS D'ÂGE OU DE GÉNÉRATION  
DANS LA CONSOMMATION OU LES MODES DE VIE : UN APERÇU RAPIDE**

---

---

L'existence du débat nutritionnel sur les comportements alimentaires des jeunes et des seniors a fait émerger la question des effets d'âge et de génération dans la consommation alimentaire de façon assez tardive par rapport à d'autres secteurs de la consommation. Il faut en effet attendre le début des années 90 pour que ce thème soit abordé dans différentes instances comme le Conseil National de l'Alimentation (cf. dossier des clubs CRIN de 1994 sur l'alimentation des seniors).

Pourtant, dès le début des années 80, de nombreux travaux sur les effets générationnels étaient réalisés à l'INSEE ou dans des organismes proches comme l'INED. Mais ces premiers travaux français ont davantage concerné les revenus, le travail, la redistribution ou la démographie que la consommation. L'ouvrage collectif « Cycles de vie et générations » dirigé par D. Kessler et A. Masson en témoigne dès 1985. A la fin des années 80 et au début des années 90, les premiers travaux sur les effets générationnels dans la consommation ont concerné des thèmes comme les arbitrages épargne-consommation ou la consommation médicale pour laquelle les effets de cohorte sont modélisés en 1993 (Hourriez, 1993). Le choix de ces thématiques s'explique par l'ampleur des effets d'âge constatés dans ces secteurs de la consommation ou de l'épargne. Ces travaux ont été pour la plupart fondés sur des hypothèses économiques (modèles du cycle de vie et du revenu permanent).

Dans les domaines sociologiques ou psychologiques, les tentatives de théorisation des effets générationnels ont porté davantage sur le thème des valeurs et des opinions que sur celui des comportements de consommation (théorie du post-matérialisme de R. Inglehart testée dans les enquêtes Eurobaromètre de la CEE, théorie de la genèse de l'opinion publique par J-P. Pages et agoramétrie en France, prospective des valeurs par G. Hatchuel et l'étude Aspirations et Conditions de vie au CRÉDOC). Toutes ces recherches ont été très fructueuses. Globalement, les effets générationnels se sont avérés importants dans le domaine des valeurs, les générations anciennes étant marquées par des opinions plutôt traditionalistes et les générations récentes par des opinions plus modernistes sur la famille, le travail, la sécurité, la propriété, le temps libre ou la qualité de vie. Hatchuel montre clairement que la pénétration des opinions modernistes dépend fortement des générations. Son indicateur synthétique de modernisme concerne de 2%

---

à 3% de la génération née dans la période 1920-1929 et 20% de la cohorte 1960-69. Il apparaît que ces différences générationnelles, quoique sujettes à des fluctuations conjoncturelles, sont très stables dans le temps<sup>1</sup>. Inglehart utilise cette stabilité générationnelle des opinions post-modernistes pour prévoir qu'elles deviendront majoritaires à l'horizon 2010-2020.

Ces deux grands groupes de recherches sur les effets générationnels sont assez séparés. Pour simplifier, on pourrait dire que d'un côté, des économistes étudient les effets générationnels de la consommation, de l'autre, des sociologues et psychologues mesurent le changement des valeurs sous un angle générationnel.

Ainsi, les recherches ou les théories décrivant l'impact du changement générationnel des valeurs sur les comportements de consommation sont aujourd'hui peu développées. Il est vrai que les enquêtes sur les valeurs ont des questionnaires déjà très fournis qui ne peuvent laisser beaucoup de place à un questionnement sur la consommation. Bernard Prével a construit récemment un modèle comportemental de consommation décrivant trois générations majeures: au centre, les baby-boomers, encadrés d'un côté par la génération antérieure de ceux qui ont vécu la guerre et de l'autre côté par les enfants de la crise. Les baby boomers se caractérisent par des valeurs modernistes et une tendance à être sensible au plaisir de consommer. La génération précédente a eu l'habitude de se priver, est restée prudente dans ses choix de consommer de façon à se prémunir face à d'éventuelles crises économiques brutales. La génération des enfants de la crise a hérité de ses parents le plaisir de consommer et adopté face aux nouvelles difficultés économiques des comportements de franc-tireur de la consommation : absence de fidélité, recherche des meilleurs prix, mélange de dépenses coup de coeur et d'économies drastiques (Communication au groupe prospective de la demande touristique du Commissariat Général au Plan, 1997).

Mais il manque encore à l'heure actuelle un test empirique à large échelle de ce type d'interprétation. En attendant, nous allons décrire quelques effets de cycle de vie ou de génération dans la consommation alimentaire.

---

<sup>1</sup> G. Hatchuel et J-L Volatier, (1992).- *Les grands courants d'opinion en France de la fin des années 70 au début des années 90*, Collection des rapports du CRÉDOC.

**4. QUELQUES RÉSULTATS EMPIRIQUES  
SUR LES EFFETS D'ÂGE ET DE GÉNÉRATION  
DANS LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE**

---

Nous proposons dans ce rapport de tester les différentes hypothèses présentées ci-dessus, qu'elles soient spécifiques à l'alimentation ou plus générales. Pour ce faire, nous avons reconstitué à partir des données des enquêtes de consommation alimentaire de l'INSEE<sup>1</sup>, l'évolution des consommations de cinq cohortes entre les années 1971 et 1991.

#### 4.1 MÉTHODE

Comme nous ne disposons pas de données désagrégées pour l'ensemble des années d'étude, le calcul a été simplifié en constituant des cohortes cumulant dix années anniversaires, observées à dix années d'intervalle, à savoir en 1971, 1981 et 1991. Entre chaque date, une cohorte vieillit de dix ans et atteint donc l'âge que la cohorte immédiatement plus âgée avait dix ans plus tôt. Par exemple, la cohorte née entre 1917 et 1926 a entre 45 et 54 ans en 1971 et entre 55 et 64 ans en 1981. Elle a à cette date le même âge que la cohorte née entre 1907 et 1916 en 1971. On peut donc comparer les consommations de plusieurs cohortes différentes aux mêmes âges.

- Dans le cas où les effets générationnels prédominent, on obtiendrait des différences de niveau de consommation entre cohortes, mais peu d'évolutions temporelles pour chaque cohorte.
- Dans le cas où les effets de cycle de vie sont prédominants, on devrait obtenir des évolutions superposées de la consommation des différentes cohortes. Au même âge, chaque cohorte devrait consommer autant que la précédente ou la suivante.
- Enfin, dans le cas où les évolutions temporelles prédominent, on devrait obtenir des courbes parallèles pour les différentes cohortes.

---

<sup>1</sup> M. Bertrand, (1993).- *La consommation alimentaire en 1991*, INSEE Résultats.

---

## 4.2 RÉSULTATS

En effectuant les représentations graphiques pour 56 groupes de produits alimentaires, on obtient des effets très diversifiés qui peuvent être résumés dans les figures suivantes.

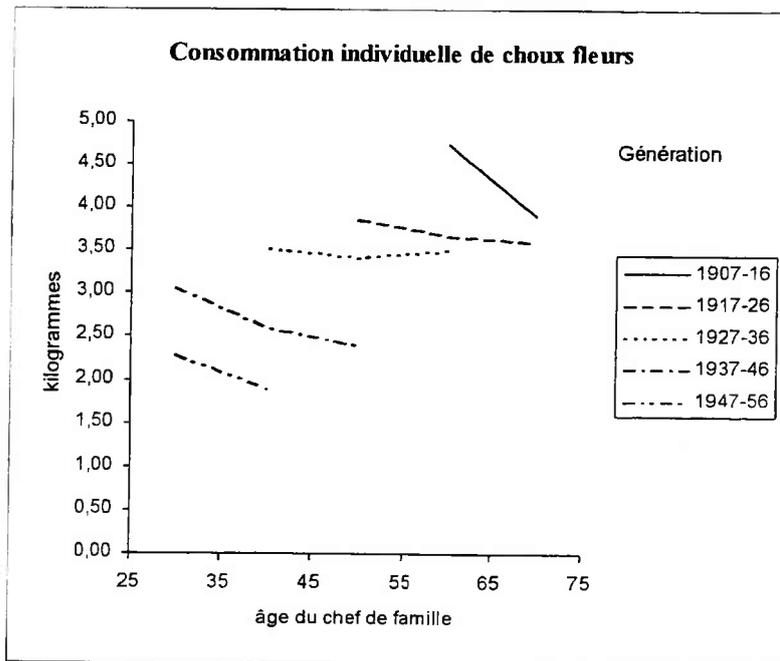
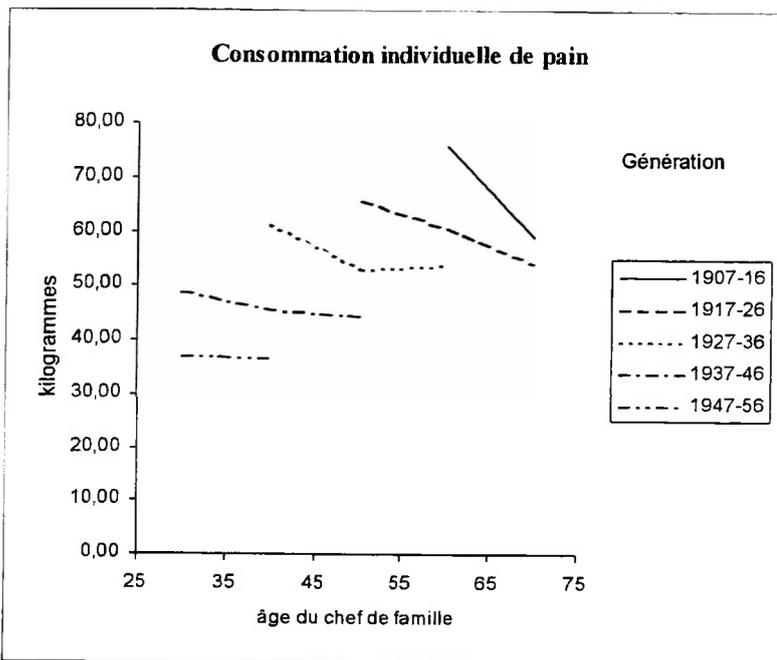
### 4.2.1 Effet de génération dominant

Les aliments typiques des effets générationnels de consommation sont les suivants :

**Pain, farine de blé, choux-fleur, laitue, poireaux, poires,  
poisson frais, huiles alimentaires, café en grain.**

Pour éviter une certaine monotonie de présentation, nous ne présentons que deux exemples d'aliments pour lesquels les effets de génération apparaissent dominants. Les autres figures sont présentées en annexe.

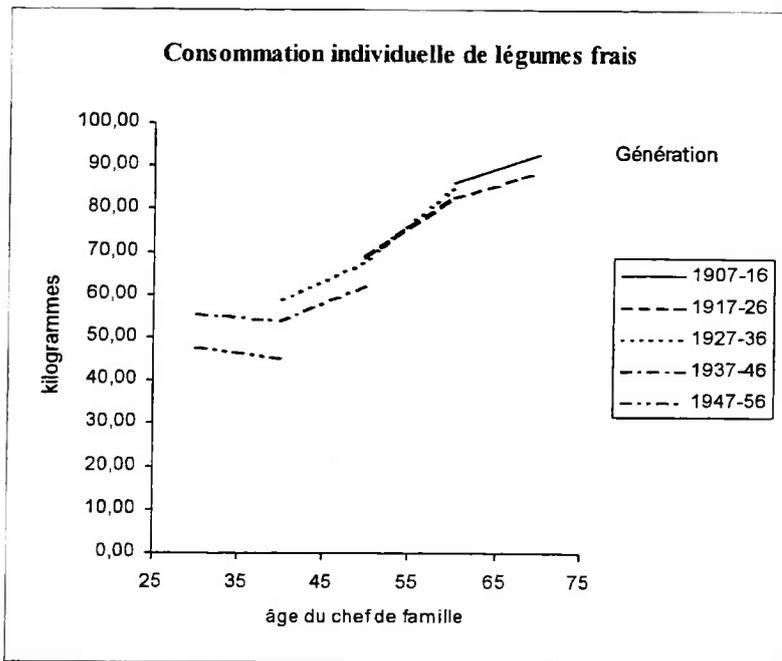
Dans le cas de la consommation de pain, on s'aperçoit clairement que la génération 1947-56 consomme moins de 40 kilos par an et par personne alors que la génération précédente 1937-46, de dix ans son aînée, consomme en moyenne environ dix kilos de pain de plus par an. L'écart est à peu près équivalent entre cette génération et la cohorte 1927-36. En gros on perd un kilo de consommation de pain par année de naissance. La baisse de la consommation de pain constatée au niveau macro-économique semble donc en grande partie expliquée par un effet générationnel. Ce jugement global ne doit pas masquer l'affaiblissement de la consommation de pain pour chaque cohorte à partir de 60 ans.

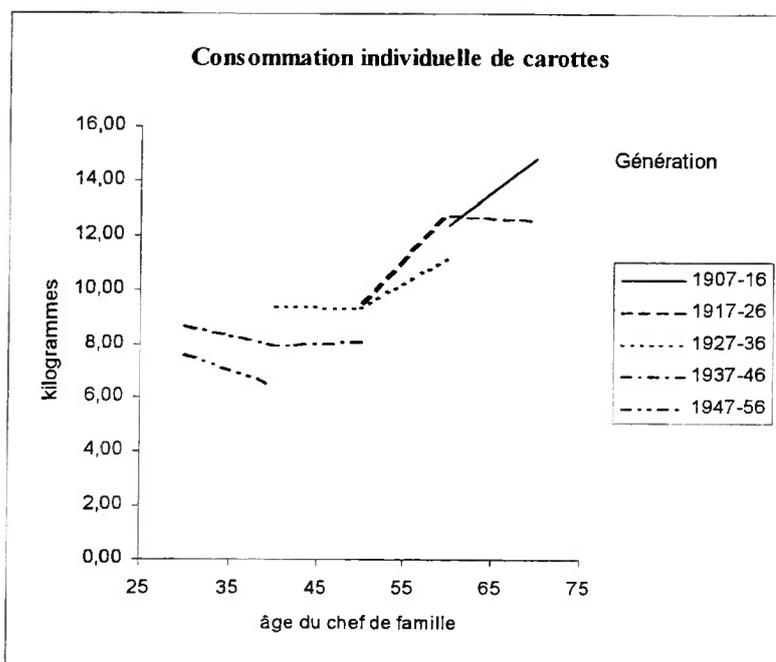


#### 4.2.2 Effet de cycle de vie dominant

Les groupes d'aliments typiques des effets de cycle de vie sont les suivants :

**Légumes frais, carottes, (sauf pour cohorte 1947-56), agrumes et bananes, fruits frais (sauf pour cohorte 1947-56), pommes, pêches brugnons, poissons et crustacés, apéritifs et liqueurs.**

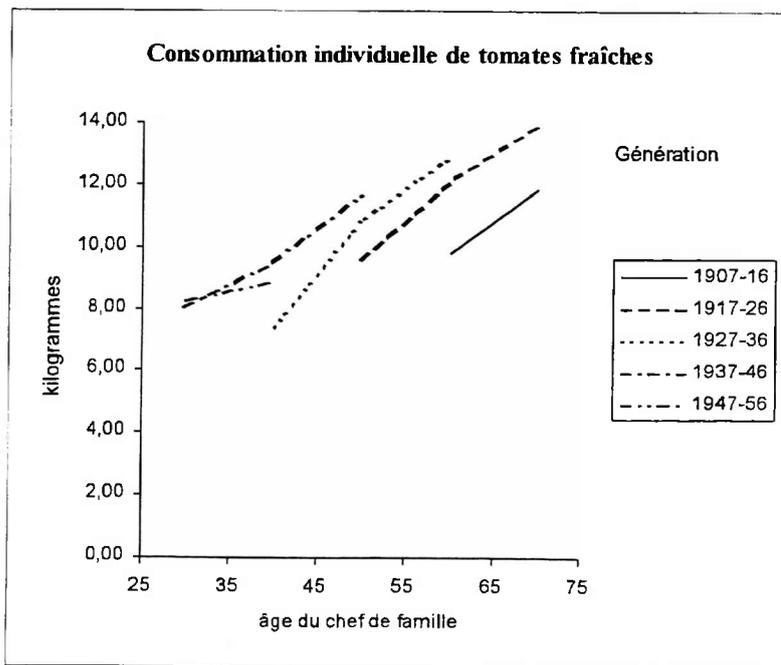
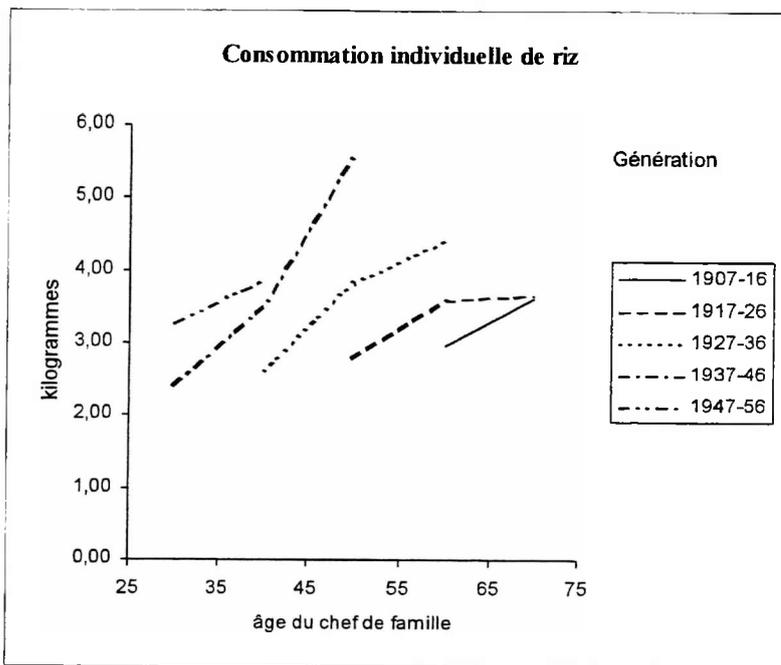




#### 4.2.3 Effet de période dominant

Pour certains aliments, il existe peu d'effet d'âge de la consommation. Souvent, toutes les cohortes voient leur consommation évoluer parallèlement. C'est notamment les cas des aliments suivants :

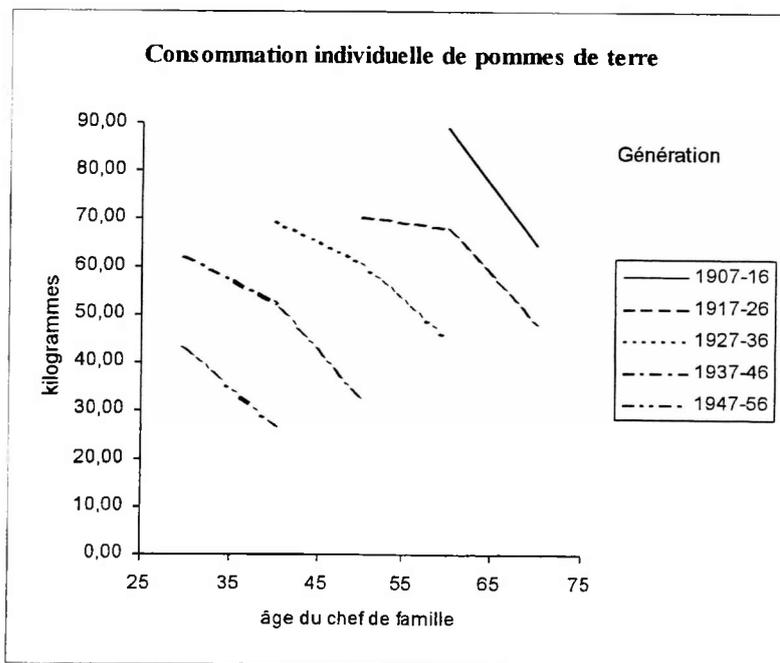
**Riz, artichauts, tomates, viande de mouton, jambon, volailles, lait frais, margarine, boissons non alcoolisées, eaux minérales, bière.**

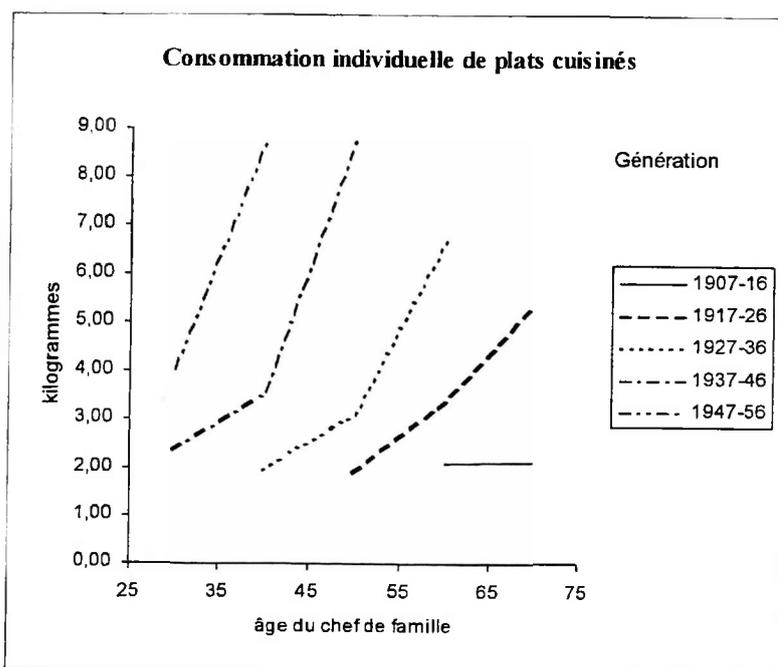


#### 4.2.4 Effet de période et effet de génération mêlés

Dans un assez grand nombre de cas, les effets générationnels sont accompagnés d'évolutions parallèles des consommations de chaque cohorte. Les groupes d'aliments suivants illustrent le mélange de ces effets :

**Pommes de terre, haricots verts, légumes secs, viande de veau, plats cuisinés, lapin, fromages, beurre, huile d'arachide, sucre, chocolat et produits chocolatés, vins, vins ordinaires, cidre.**

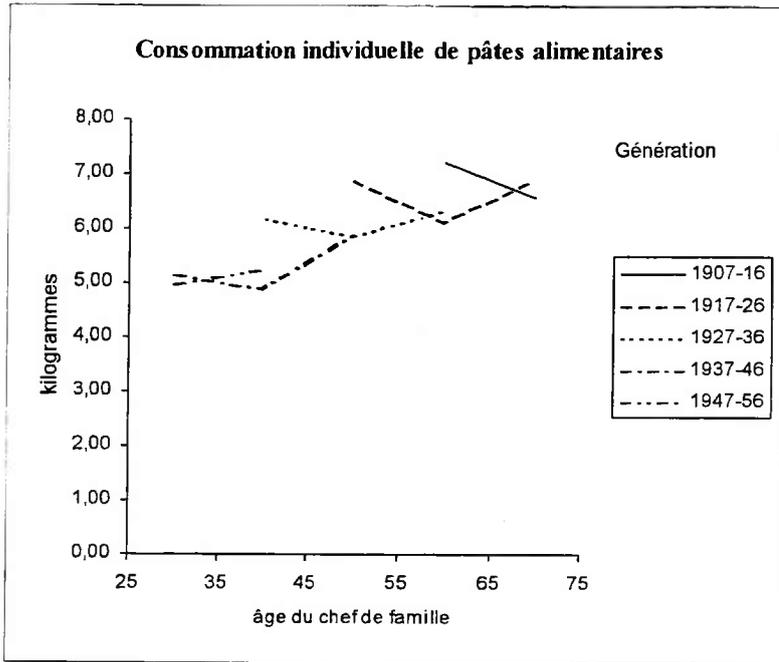




#### 4.2.5 Pas d'effet clairement dominant

Enfin, il reste un assez grand nombre de groupes de produits alimentaires pour lesquels aucun effet de génération, de cycle de vie ou de période ne domine. Les évolutions des consommations des différentes cohortes sont hétérogènes, parfois chaotiques. On a classé dans ce groupe les aliments pour lesquels il n'existe que peu de variation de consommation selon l'âge et des évolutions temporelles de faible ampleur. On trouve ici les aliments suivants :

**Pâtes alimentaires, endives, autres salades, oranges, bananes, fruits secs à coque, raisins de table, confitures compotes, viande de boucherie, viande de boeuf, viande de porc, charcuterie, pâté, foie gras, saucisses fraîches, saucisson et saucisses, gibiers, oeufs, chocolat en tablettes.**



#### 4.3 DISCUSSION

Parmi les groupes d'aliments pour lesquels il existe apparemment des effets générationnels dominants, il est frappant de constater la présence de produits basiques et évoquant des périodes de faible diversité alimentaire comme le pain et de produits pour lesquels on a pu constater des préférences très liées à l'âge comme les poires ou les poireaux.

La première indication va dans le sens de l'interprétation de Prétel à propos de la persistance d'une consommation de « pénurie » chez des groupes de population âgées qui ont vécu des périodes de très forte crise économique.

La seconde indication permet de relativiser les interprétations de type cycle de vie à propos des préférences alimentaires recueillies dans les enquêtes. On peut très bien déclarer dans une

enquête qu'on aime tel ou tel aliment en faisant référence au goût sans que cette préférence soit purement liée à la physiologie du goût et à l'évolution avec l'âge de ces préférences. Dans le cas des poireaux ou des pommes de terre, les préférences déclarées des personnes âgées semblent correspondre plutôt à des effets générationnels de préférences de consommation, peut être liées à la présence de ces légumes dans les potagers d'autrefois ou à l'existence passée d'un savoir culinaire de préparation qui tendrait à s'éroder. On peut imaginer bien d'autres interprétations.

#### **4.3.1 L'intérêt pour le service : un effet largement générationnel**

Parmi les produits dont la consommation apparaît déterminée par la génération, il faut noter la présence d'un assez grand nombre d'ingrédients ou de produits nécessitant une préparation comme la farine, le café en grain ou les poissons frais. Cette indication pourrait révéler un effet de type cliquet : quand on a l'habitude d'utiliser un procédé de préparation relativement complexe, on est moins sensible à la perte de temps ou à la pénibilité que quand on découvre simultanément un procédé et son concurrent plus rapide. Cette interprétation nous apporte une grille de lecture de la résistance à l'innovation des personnes âgées. Ce n'est peut être pas seulement parce qu'on n'aime pas utiliser une cafetière électrique directement que l'on utilise moins le café moulu, c'est aussi parce qu'on est moins sensible à la pénibilité ou à la perte de temps occasionnée par l'action de moudre soi-même le café. Le développement de l'activité féminine et des familles monoparentales explique aussi l'ampleur de cet effet générationnel : les jeunes générations attendent davantage de service car elles ont moins de temps à consacrer à l'alimentation. Mais leur attente est sans doute aussi liée au fait qu'elles n'ont jamais pris l'habitude de « perdre du temps » en faisant la cuisine.

#### **4.3.2 L'hypothèse d'effets de cycle de vie pour l'appréciation du goût des fruits et légumes**

Les effets de cycle de vie dominants sont particulièrement significatifs pour les fruits et légumes. Il faut se méfier de la superposition des courbes de consommation par cohorte pour

ces produits dont on sait qu'ils sont plutôt en croissance de consommation dans beaucoup de groupes d'âge selon un rythme identique qui tend donc à conserver le gradient par âge initial. Mais l'interprétation de l'existence d'effets de cycle de vie directement liés à l'évolution des goûts au cours du vieillissement est séduisante. Le fait que la cohorte 1947-56 se détache nettement des générations précédentes est assez cohérent avec l'hypothèse énoncée par les nutritionnistes d'un changement des préférences alimentaires chez les générations récentes.

Enfin, il faut souligner que les groupes de produits pour lesquels les graphiques donnent l'impression de l'existence d'un pur effet générationnel ou d'un pur effet de cycle de vie sont nettement minoritaires par rapport à ceux qui subissent des effets plus complexes où les changements de comportements liés à la période d'observation, c'est-à-dire à l'air du temps, sont prédominants.

#### **4.3.3 Effets générationnels et évolutions temporelles globales**

Très souvent, les évolutions temporelles négatives sont liées à des consommateurs-types plutôt âgés. Ce phénomène n'est pas fait pour enthousiasmer les responsables marketing des IAA sur l'intérêt de la cible senior ! Cette lecture est évidemment simpliste car elle ne fait qu'illustrer le remplacement de produits basiques comme les pommes de terre, le sucre ou le beurre par des produits plus élaborés comme les plats préparés. On rejoint les effets d'activité féminine et de composition du foyer évoqués plus haut.

Il est plus original de souligner l'existence d'évolutions temporelles positives pour des produits habituellement consommés par des générations plus anciennes. C'est le cas notamment des fromages et des haricots verts.

Évolutions temporelles	positives	négatives
<i>consommateurs typiques</i> : plutôt jeunes générations	plats cuisinés, chocolat et produits chocolatés.	
<i>consommateurs typiques</i> : plutôt générations anciennes	haricots verts, fromages.	Pommes de terre, légumes secs, viande de veau, lapins, beurre, huile d'arachide, sucre, vins, cidre.

Mais globalement, la plupart des effets de période ont lieu indépendamment des groupes d'âge et des générations : la consommation de riz, tomates, eaux minérales, boissons non alcoolisées, jambon, volailles, augmente pour toutes les cohortes et à tous les âges de la vie. Cette évolution témoigne de la tendance générale à rechercher des aliments bons pour la santé, pratiques, surs et ayant bon goût. Il est frappant de constater que tous ces produits sont relativement peu riches en matières grasses qui forment justement le groupe de nutriments le plus souvent évité par les consommateurs.

Cette homogénéité d'un grand nombre d'évolutions de la consommation explique le succès des discours globaux sur « le » consommateur, qui ont par ailleurs l'avantage d'être plus simples à mémoriser et à interpréter.

#### **4.3.4 Des comportements alimentaires expliqués par le cycle de vie et des consommations alimentaires plutôt liées à la génération peuvent-elles coexister ?**

##### **4.3.4.1 Le cas des seniors**

Il n'en reste pas moins que les effets générationnels apparaissent au moins aussi importants que les effets de cycle de vie, alors même que la typologie des comportements alimentaires du CRÉDOC est plutôt basée sur une interprétation en termes de changements de contraintes liées aux modes de vie vécues au cours des trajectoires des ménages.

Les deux interprétations ne sont probablement pas incompatibles mais l'étude des effets générationnels permet d'éclairer certains paradoxes. Par exemple, en ce qui concerne la consommation alimentaire des seniors, la surconsommation de produits frais observée actuellement est plutôt contradictoire avec les enseignements provenant de l'étude des comportements alimentaires. Le fait de vivre dans un logement assez grand favorise plutôt le stockage long et donc le recours aux produits transformés comme les surgelés. En outre, le fait de vivre seul ou en couple rend les préparations lourdes mobilisant des produits basiques moins attractives et moins « rentables » en terme de durée de préparation par personne au foyer. Le recours à des ingrédients semi-transformés devrait donc être caractéristique des populations seniors.

Or il n'en est rien pour le moment, même si les évolutions vont dans ce sens. L'explication de ce paradoxe est clairement dans l'exposé des effets générationnels décrits dans ce rapport. L'intérêt pour l'alimentation s'explique en grande partie d'effets générationnels. La consommation alimentaire des seniors de demain ne ressemblera sans doute pas à celle des seniors d'aujourd'hui et leur recours aux ingrédients semi-élaborés ou aux aliments prêts à consommer sera bien plus importante qu'aujourd'hui. Entre 1981 et 1991, les achats de plats cuisinés de la génération 1917-1926 sont passés de 3 kg par personne et par an à 5,5 kg (Cf. § 4.2.4).

La forte croissance actuelle de la fréquentation des grandes surfaces par les seniors va aussi dans ce sens. Or cette évolution est aussi la conséquence d'effets générationnels lourds liés à la progression tendancielle de la motorisation de cette population<sup>1</sup>. Il faudrait une politique vigoureuse de valorisation des quartiers commerçants de centre ville ou un développement rapide des pratiques d'achat à distance pour inverser cette tendance. Les souhaits réels de discussion et de convivialité des seniors isolés ne suffisent pas à maintenir l'attractivité des commerces de proximité soulignée par Greiveldinger et Maisonneuve<sup>2</sup>. Ce phénomène peut s'expliquer de plusieurs façons : soit parce que la convivialité peut s'exprimer dans un

---

<sup>1</sup> P. Babayou et J-L. Volatier, (1997).- « Prospective de la mobilité locale des personnes âgées », *Collection des rapports du CRÉDOC*.

<sup>2</sup> J-C. Greiveldinger et C. Maisonneuve, (1990).- « Quelle alimentation pour les seniors de demain ? », *Consommation et modes de vie* n° 53, CRÉDOC.

---

supermarché où la présence humaine est loin d'être négligeable (caissières et vendeurs des rayons frais), soit parce que les contacts humains ne sont pas suffisamment différents dans les commerces traditionnels pour justifier une fréquentation préférentielle. Dans tous les cas, la tendance à l'accroissement de la fréquentation par les seniors des libre-services comme les supermarchés ou les hypermarchés conduit à une plus grande accessibilité des aliments prêts à consommer ou des ingrédients semi-transformés.

#### **4.3.5 Certains effets de cycle de vie sont trop brefs pour être mesurés par des enquêtes de type « ménage »**

D'autres effets des comportements alimentaires sur les choix de consommation n'apparaissent pas comme des effets de cycle de vie dans les données de consommation alimentaire de l'INSEE en raison du manque de détail de l'information étudiée ici. Il est évident que l'achat de certains aliments infantiles comme les petits pots pour bébé ou les petits suisses sont liés à une période précise dans la vie des familles. Il existe sans doute d'autres phénomènes de ce type que nous sommes incapables de mesurer aujourd'hui. Par exemple, quel est l'impact d'un changement de région d'habitation sur la consommation alimentaire ?

#### **4.3.6 La « déstructuration » alimentaire et les jeunes générations**

Les données de consommation ne nous disent pas non plus grand chose sur la tendance à la déstructuration des repas visible aux âges les plus jeunes. Il est vrai que les données de type « ménage » utilisées dans ce rapport ne permettent pas d'identifier les consommations des enfants et des adolescents.

Un élément peut cependant faire pencher pour les effets générationnels. La consommation de chocolat et de produits chocolatés, qui sont pour la plupart des produits de grignotage, est supérieure chez les nouvelles générations sans que cet effet soit très fort. L'analyse de la consommation de ces produits montre un écart régulier d'environ 500 grammes de consommation par personne et par an entre chaque cohorte étudiée (entre 3,5 et 2 kilos).

Si l'on considère cette fois les données de comportements alimentaires issues des enquêtes « Comportements Alimentaires des Français », on s'aperçoit que le grignotage des adultes hors repas décroît fortement et régulièrement de 18-24 ans à 65 ans et plus<sup>1</sup>. Mais dans ce cas, les évolutions par cohorte paraissent assez stables, confirmant l'effet générationnel éventuel suspecté d'après les données de consommation. En 1988, 62% des adultes de 18-24 ans déclaraient grignoter en dehors des repas. Dans la génération précédente ayant entre 25 et 34 ans à la même date, ils étaient 56% dans ce cas. En 1995, c'est-à-dire sept ans plus tard, les 25-24 ans, dont beaucoup appartenaient à la tranche d'âge 18-24 ans de 1988, sont 64% à grignoter en dehors des repas. Ils sont donc nettement plus nombreux à grignoter que la génération antérieure qui avait le même âge en 1988.

On peut émettre l'explication suivante : le grignotage entre les repas n'est pas la conséquence de contraintes issues des modes de loisirs ou de vie, mais une attitude ne dépendant principalement que des valeurs. L'ensemble de la population -et les jeunes en particulier- ont la possibilité de trouver dans leur emploi du temps trois moments par jour pour faire un repas, ils ne sont pas obligés de grignoter. Le grignotage est un choix personnel même si une mauvaise composition nutritionnelle des repas peut induire le besoin de consommer en dehors de table. La consommation hors repas serait donc davantage liée au changement des valeurs qui va dans le sens de l'affaiblissement des normes au profit d'une justification du plaisir alimentaire. Les produits grignotés sont souvent, comme les produits chocolatés, des produits « plaisir ».

Cette interprétation du grignotage hors repas comme effet générationnel doit-elle être étendue à tous les indicateurs de changement de la structuration des rythmes alimentaires ?

L'enquête sur les comportements alimentaires des Français de 1988 montrait que la proportion de ménages faisant régulièrement ou occasionnellement des repas plateaux -c'est-à-dire sur un ou des plateaux et ailleurs qu'à table- varie considérablement selon l'âge du chef de ménage : de 80% chez les 18-24 ans à 15% chez les 65 ans et plus. Si l'on observe en 1995 soit sept ans

---

<sup>1</sup> En 1995, les adultes appartenant à des ménages dont la personne de référence est âgée de 18 à 24 ans étaient 79% à grignoter en dehors des repas alors que cette pratique ne concernait que 36% des ménages dont la personne de référence est âgée de plus 65 ans.

plus tard, la cohorte qui a 25-31 ans et qui avait 18-24 ans en 1988, on s'aperçoit que la proportion de ceux qui font des repas plateaux est tombée à 45%. Il y a donc eu un changement massif de comportement de cette cohorte, ce qui peut cette fois-ci s'expliquer par un effet de composition du ménage. L'installation en couple et l'apparition d'enfants est en effet une incitation forte à la régularisation des pratiques alimentaires. Les enquêtes sur les pratiques culturelles des Français montrent que la culture de sortie le soir caractéristique des jeunes a tendance à ne pas résister à l'arrivée d'un ou de plusieurs enfants dans le foyer. Or cette culture de sortie implique une grande irrégularité des heures et composition des dîners.

Si l'on prolonge cette analyse, on peut dire que l'absence de poursuite des pratiques alimentaires traditionnelles comme les repas à table peut dépendre du changement intergénérationnel des valeurs mais plutôt à travers les modifications de composition des foyers (célibat tardif ou définitif, taille des ménages réduite...).

Le fait que les repas plateaux soient nettement plus fréquents chez les 40-64 ans (31%) que chez les 65 ans et plus (15%) relativise aussi les explications en termes de modes de vie. On rejoint ici les différences intergénérationnelles de recours aux aliments-service. Quand on a pris l'habitude de confectionner assez longuement des plats à partir de produits frais, il y a peu de raison de se mettre à manger de façon rapide sur un plateau.

On voit donc bien que la confrontation de diverses informations peut donner des enseignements nuancés sur le thème des effets d'âge et du changement de rythme et type des repas. Ces effets peuvent être à la fois des effets de cycle de vie et de mode de vie pour certaines pratiques de certains groupes d'âge comme les repas plateaux des jeunes adultes et des effets plus générationnels pour d'autres pratiques ou d'autres groupes d'âge.

#### **4.3.7 Effets générationnels et modification des séquences du cycle de vie**

Le fait que la « déstructuration » des repas chez les jeunes adultes soit considérée souvent comme un effet générationnel peut aussi se comprendre par la modification du regard porté vers les jeunes et par la modification des catégories utilisées pour penser les groupes sociaux.

Le développement à large échelle d'une période transitoire entre le départ du domicile parental et la fondation d'une famille avec enfant est un phénomène suffisamment récent pour qu'on soit tenté de le considérer en soi comme un phénomène générationnel. On ne peut pas parler des comportements alimentaires des jeunes en 1950 comme on parle des comportements alimentaires des jeunes aujourd'hui simplement parce que la catégorie « jeune » au sens d'aujourd'hui n'existait pas à cette époque ou était réservée à des groupes sociaux peu nombreux (étudiants, milieux aisés).

L'émergence d'une nouvelle période dans le cycle de vie peut donc être interprétée par certains comme un effet générationnel, alors que les changements de comportements de consommation liés à cette période peuvent s'insérer dans les nouveaux cycles de vie sans avoir forcément de conséquence majeure sur le déroulement des étapes ultérieures. Il ne s'agit donc pas d'un effet générationnel « total » au sens où il ne joue pas sur l'ensemble du cycle de vie du consommateur.

Dans le même ordre d'idée, le prolongement de la durée de vie sans incapacité conduit à constater le développement d'une nouvelle période dans le cycle de vie : celle des jeunes retraités en bonne forme physique. Ce profond bouleversement n'a pas de conséquences simples et univoques sur les modes de vie des personnes plus âgées manquant d'autonomie.

#### **4.3.8 Conclusion**

L'ensemble des analyses réalisées dans ce rapport incite à une certaine prudence à l'égard des interprétations du type « tout générationnel » ou « tout cycle de vie » pour expliquer les évolutions de la consommation alimentaire. Si les modèles de cycle de vie restent importants pour expliquer certains comportements alimentaires liés aux modes de vie comme la fréquentation de la restauration commerciale le soir ou la pratique des repas plateaux, il n'en reste pas moins que les changements générationnels apparaissent déterminants dans le cas de l'intérêt pour les aliments-service ou les pratiques de grignotage hors repas.

Il résulte de l'hétérogénéité de ces facteurs une grande variabilité des profils de consommations alimentaires selon l'âge. Dans certains cas, les effets générationnels l'emportent comme pour

l'utilisation des aliments frais non transformés ou pour la consommation d'aliments tout prêts. Dans d'autres cas, ce sont les effets de cycle de vie qui paraissent plus importants comme pour certains fruits et légumes dont les goûts sont diversement appréciés aux différentes étapes de la vie.

A la lumière des analyses des consommations par cohortes de ce rapport, les effets d'âge apparaissent plus « générationnels » et moins « cycle de vie » que dans les interprétations habituellement exprimées par beaucoup de psychologues ou de sociologues de l'alimentation.

Les craintes des nutritionnistes sur les bouleversements alimentaires vécus par les nouvelles générations apparaissent donc fondées mais l'ampleur des changements est à relativiser et l'on ne peut prendre le risque de pronostiquer avec (Maisonneuve et Greiveldinger, 1990) un bouleversement radical des consommations alimentaires des seniors de demain.

« Il est tout à fait probable que dans 50 ans les futurs seniors qui sont aujourd'hui adolescents prendront des céréales de petit déjeuner et utiliseront leur four à micro-ondes pour réchauffer des hamburgers ».

Les seniors utiliseront sans doute davantage leur four à micro-ondes, parce qu'ils seront mieux équipés par effet générationnel, mais ils y feront probablement plutôt cuire du poisson, des légumes ou des soupes toutes prêtes que des hamburgers.

En effet, parmi les différentes tendances des comportements alimentaires, celles qui apparaissent les plus soutenues par des effets générationnels lourds sont les attentes de facilité de préparation et de service et l'atténuation des normes alimentaires du type « on ne grignote pas en dehors des repas ». On peut donc penser qu'elles sont particulièrement durables.

Mais il faudra attendre encore quelques années pour disposer en quantité suffisante de données comportementales sur l'alimentation par cohortes pour y voir plus clair, notamment à propos des comportements alimentaires des adolescents.

---

## 5. BIBLIOGRAPHIE SUCCINCTE

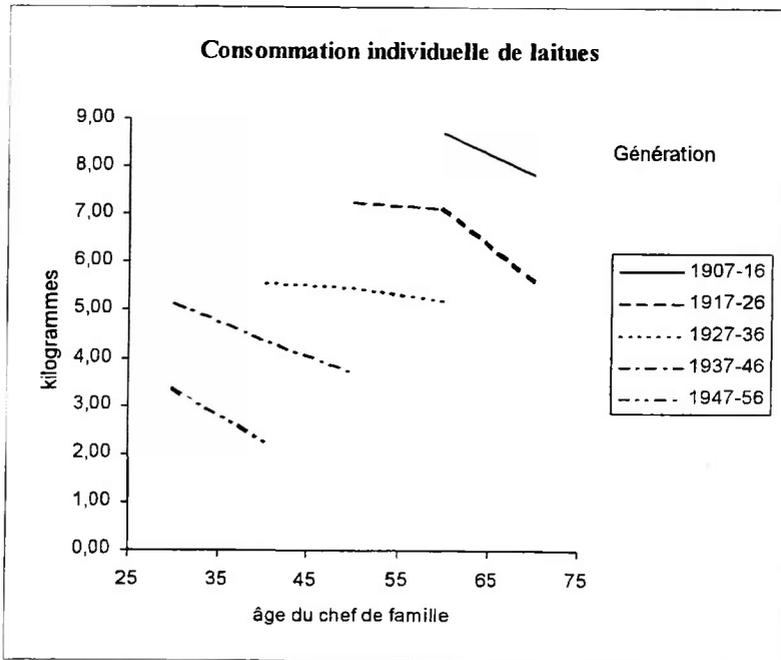
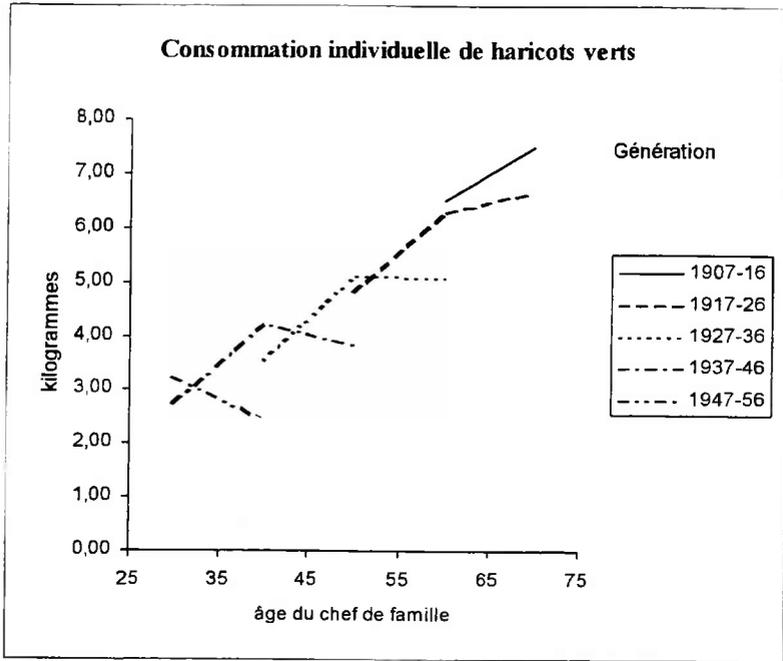
---

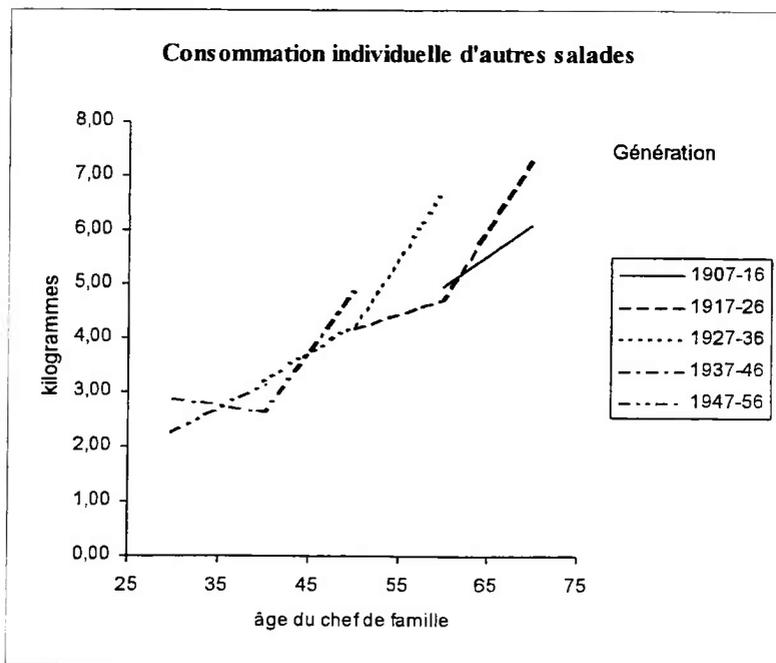
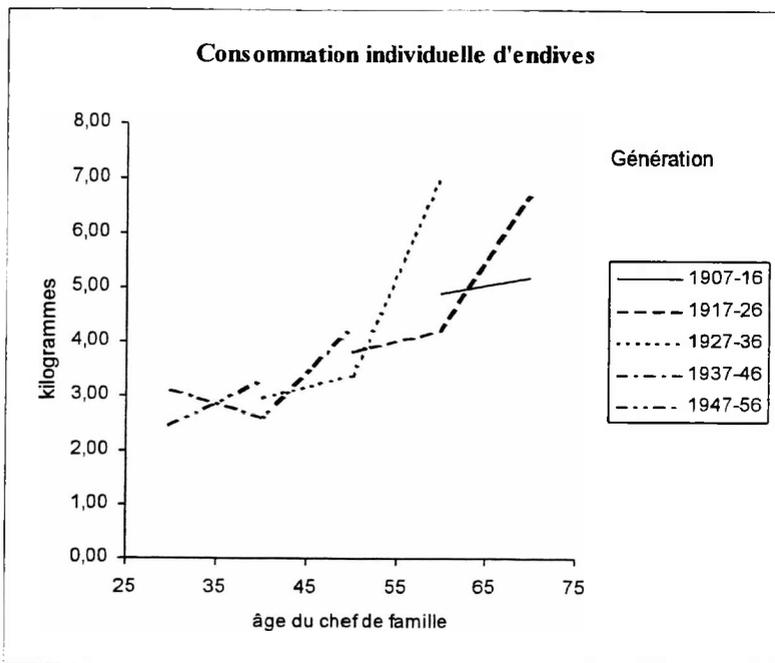
- Abramson P. et Inglehart R. (1992).- Generational replacement and value change in eight west-European societies, *British Journal of Political Science*, janvier n°22
- Babayou P. et Collerie de Borely A., (1996).- « Modélisation des choix alimentaires des ménages », *Cahier de recherche* n° 94, CRÉDOC.
- Babayou P. et Volatier J-L., (1996).- « Les consommateurs veulent plus de saveurs dans leur assiette », *Consommation et modes de vie* n°113, CRÉDOC
- Bertrand M. , (1993).- « La consommation alimentaire en 1991 », *INSEE Résultats*
- Combris P. et alii, (1996).- *Annuaire de la consommation alimentaire*, INRA éditions
- Collerie de Borely A., Lebreton S., Volatier J-L.,(1997).- « La diversité alimentaire en France », *Note technique de l'Observatoire des Consommations Alimentaires* N°97.10, juillet.
- CRIN Club Agroalimentaire, (1994).- *La consommation des seniors*, Actes du colloque de mars.
- Donnat O., (1991).- *Les pratiques culturelles des Français*, DEP du Ministère de la culture, éditions La découverte.
- Greiveldinger J. C., Maisonneuve C., (1990).- Quelle alimentation pour les seniors de demain?, *Consommation et modes de vie* n°53, CRÉDOC.
- Hourriez J-M., (1993).- La consommation médicale à l'horizon 2010, *Economie et Statistique* n°265, n°5, pp 17-29 INSEE.
- Kessler D. et Masson A. (éditeurs) (1985).- *Cycles de vie et génération*, Paris, Economica.
- Lahlou S., (1989).- « Les Français et l'alimentation, Sept stratégies de consommation », *Consommation et modes de vie* n°40, CRÉDOC.
- Michaud C., Baudier F. (1996).- Habitudes et consommations alimentaires des adolescents français, revue de la littérature. *Cah. Nutr. Diét.* 5 : 292-298
- Rocheffort R., (1995).- *La société des consommateurs*, Odile Jacob

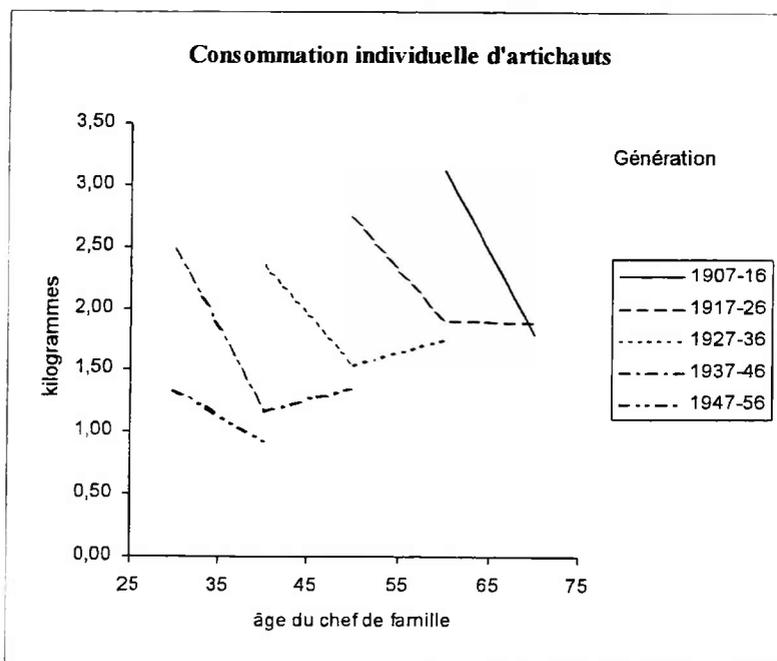
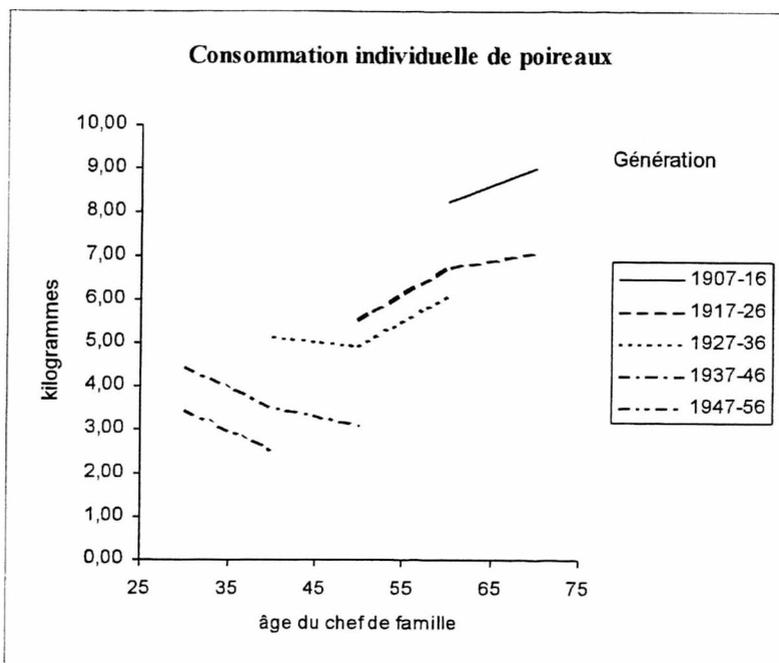
**6. ANNEXE : CONSOMMATIONS ALIMENTAIRES PAR COHORTE  
ENTRE 1971 ET 1991**

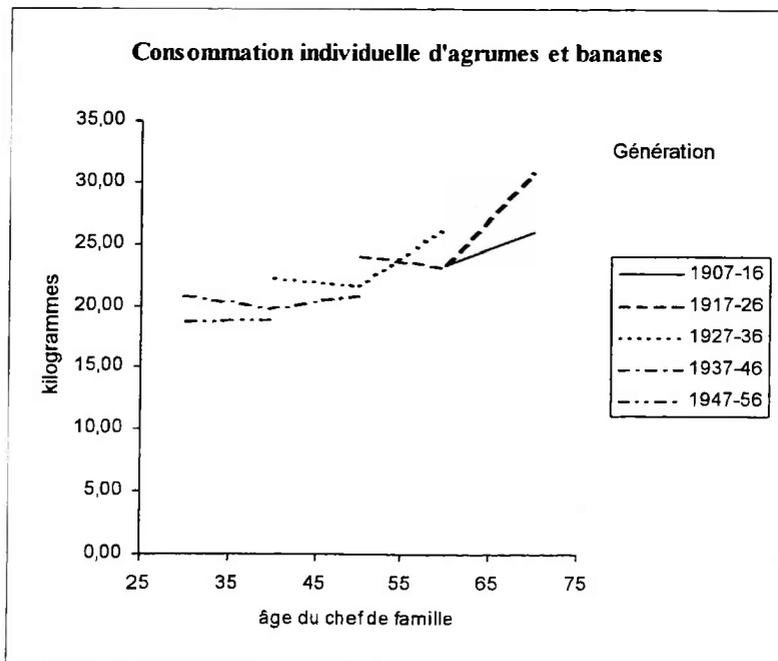
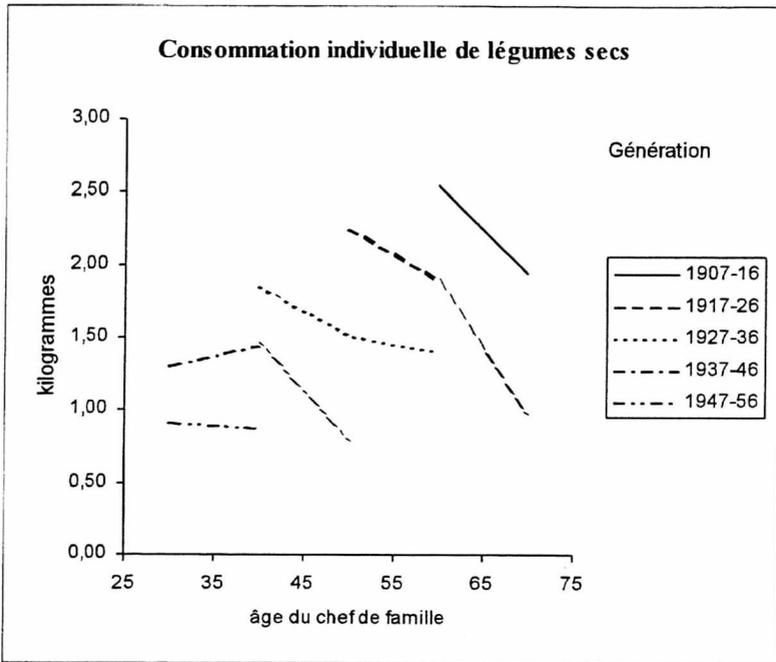
---

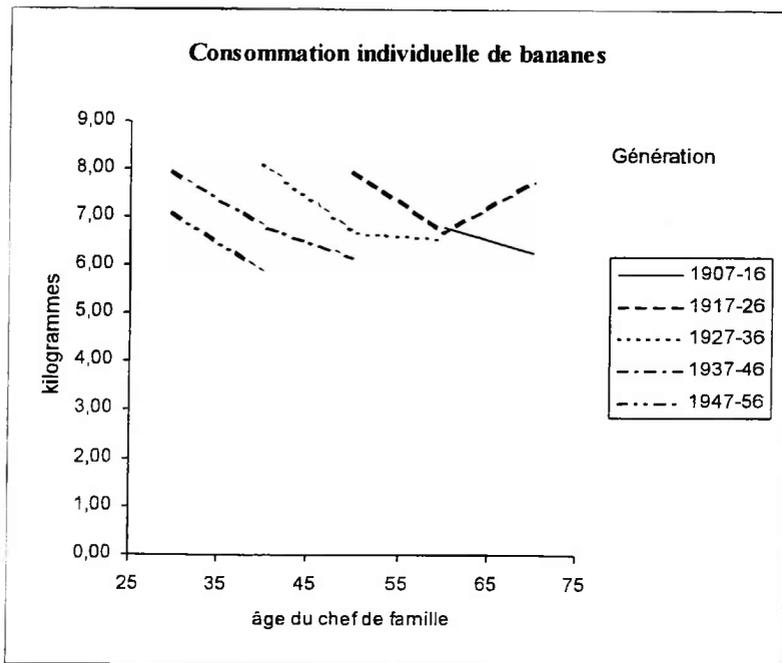
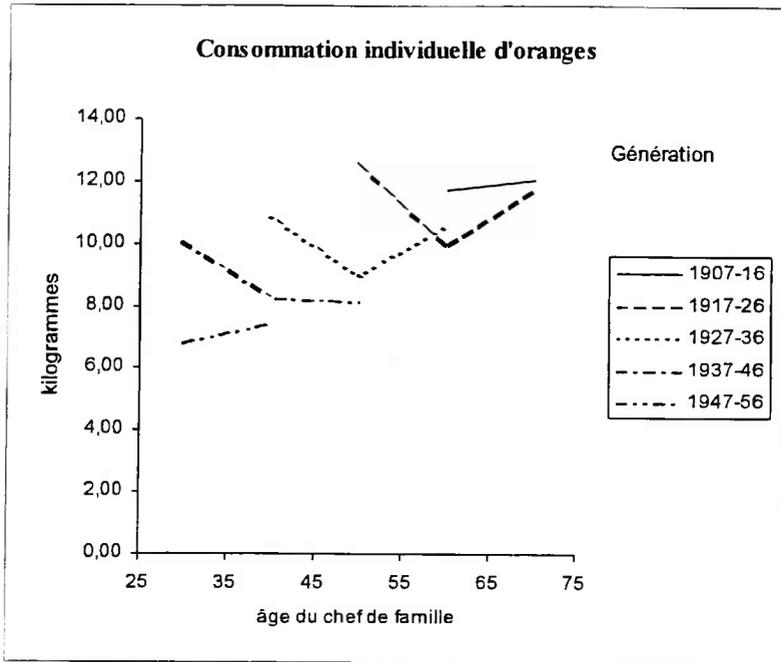
Source : Enquêtes Consommation alimentaire à domicile de l'INSEE

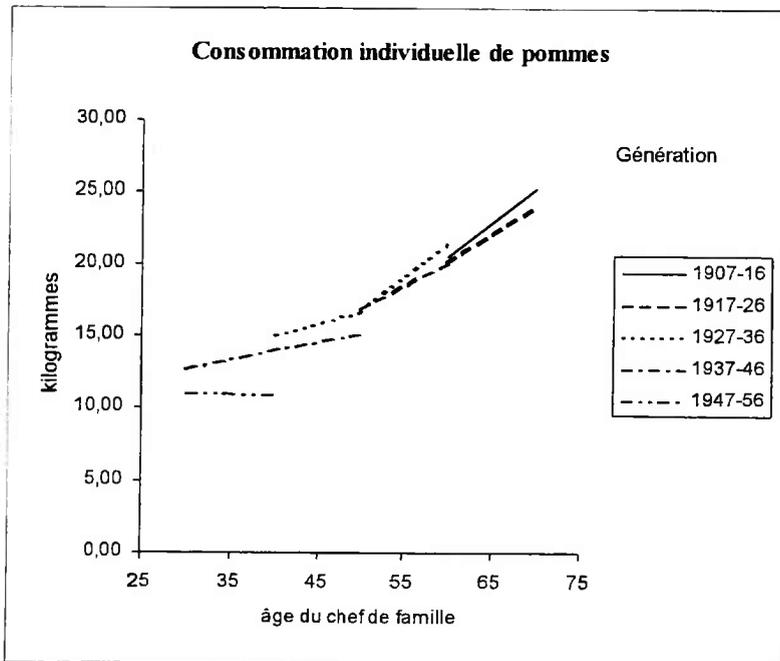
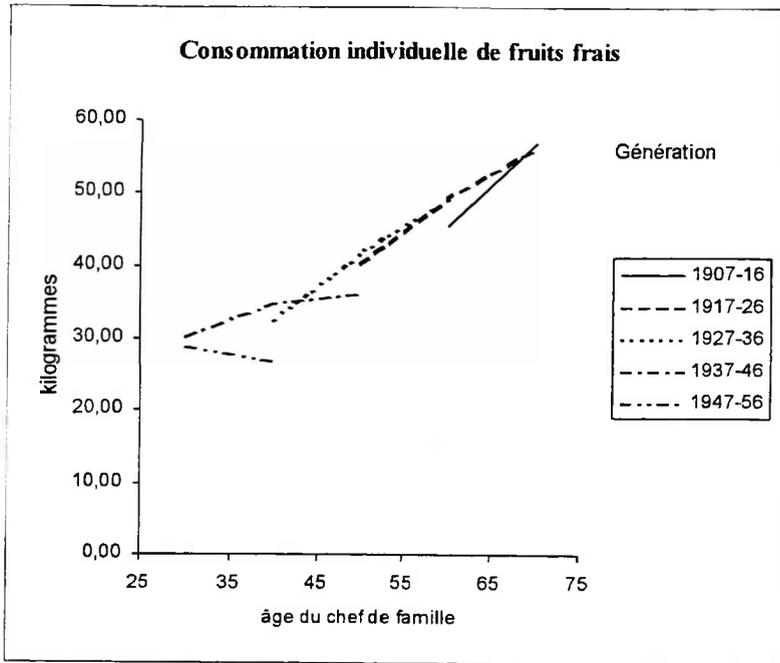


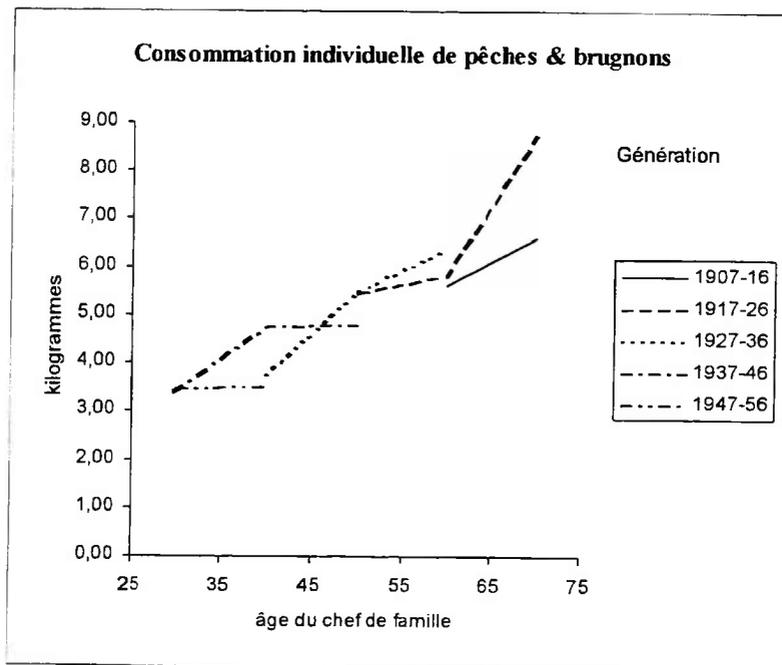
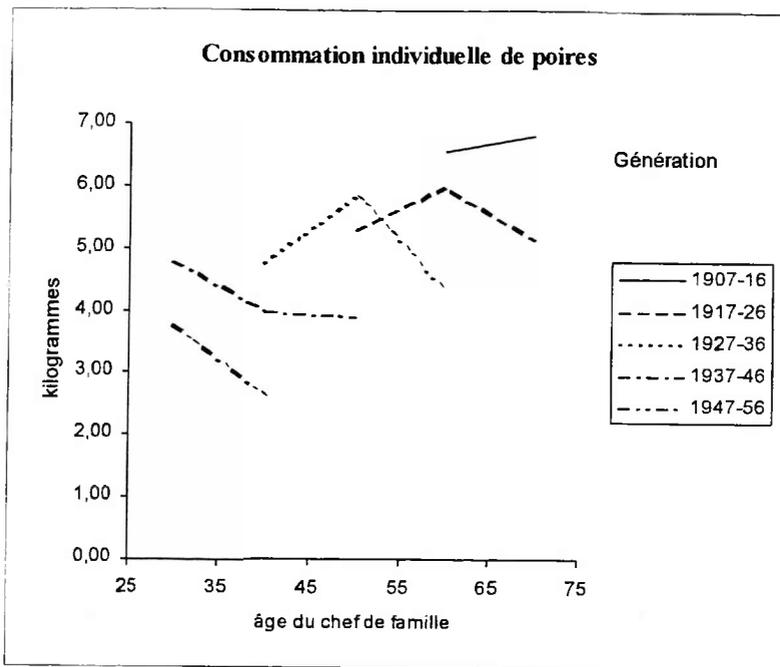


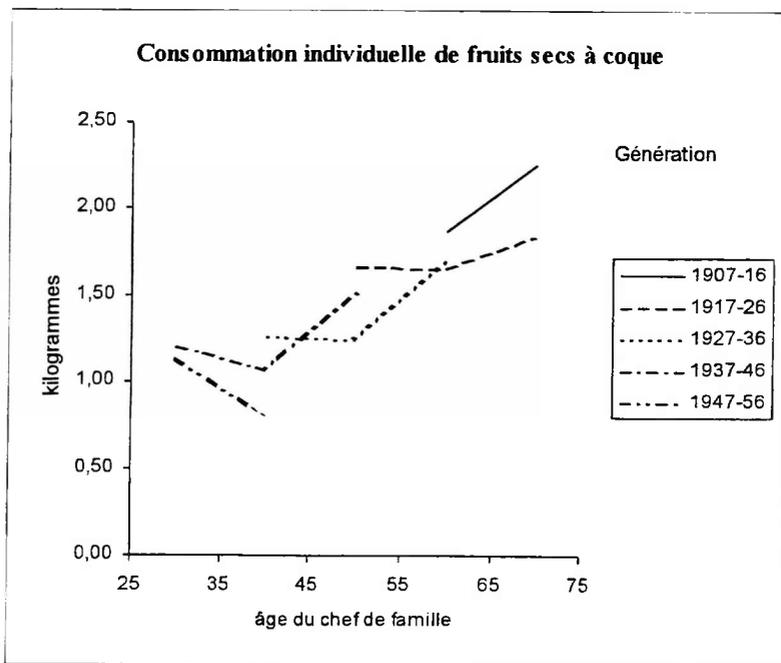
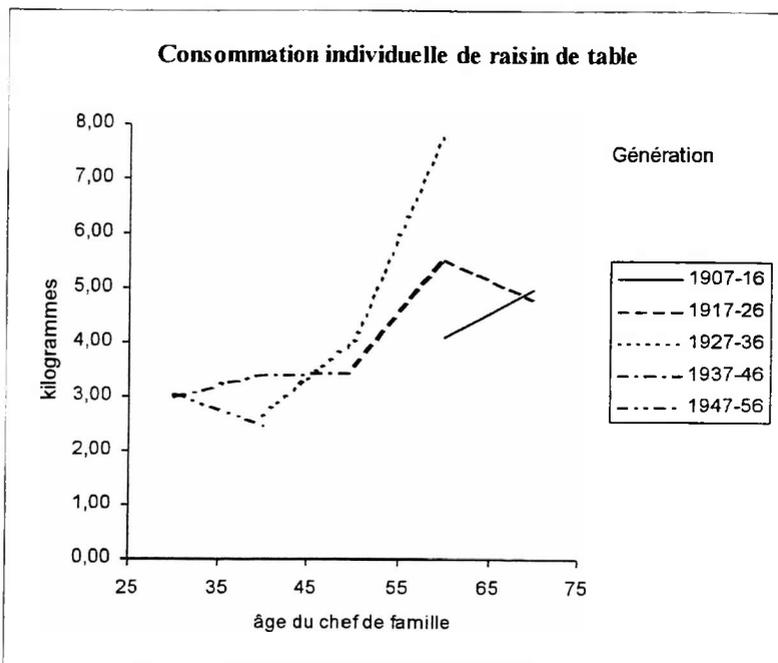


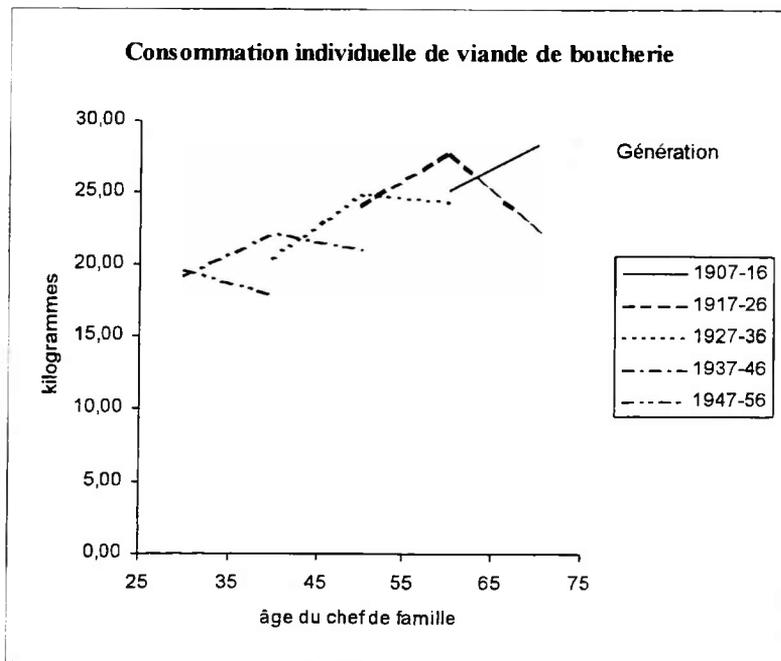
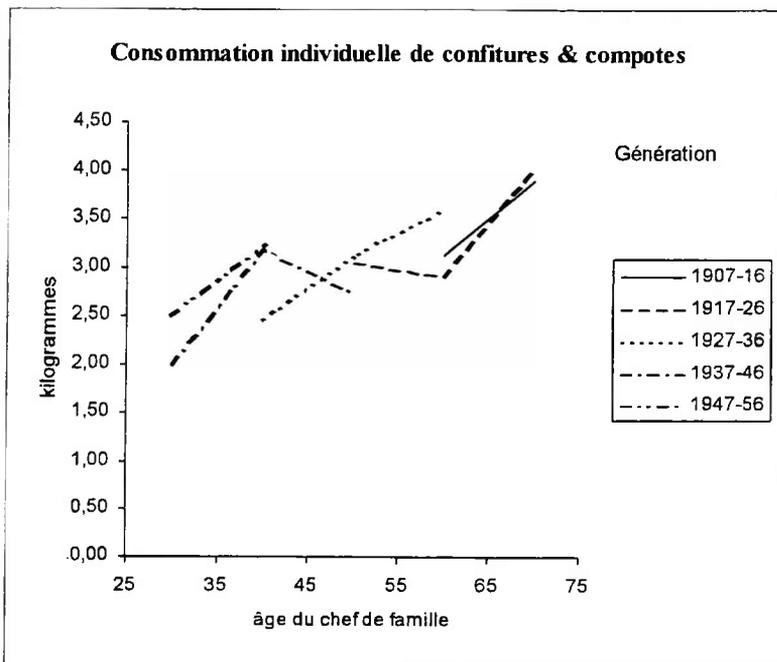


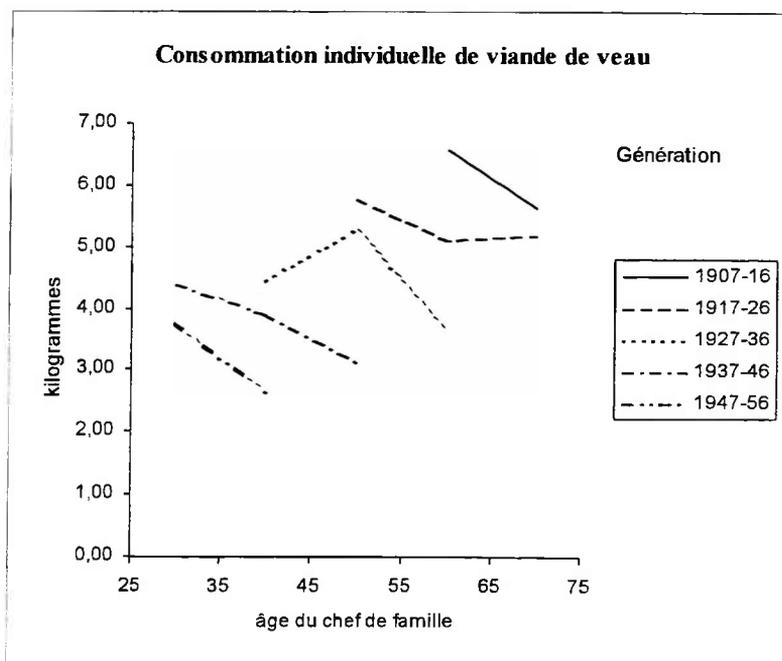
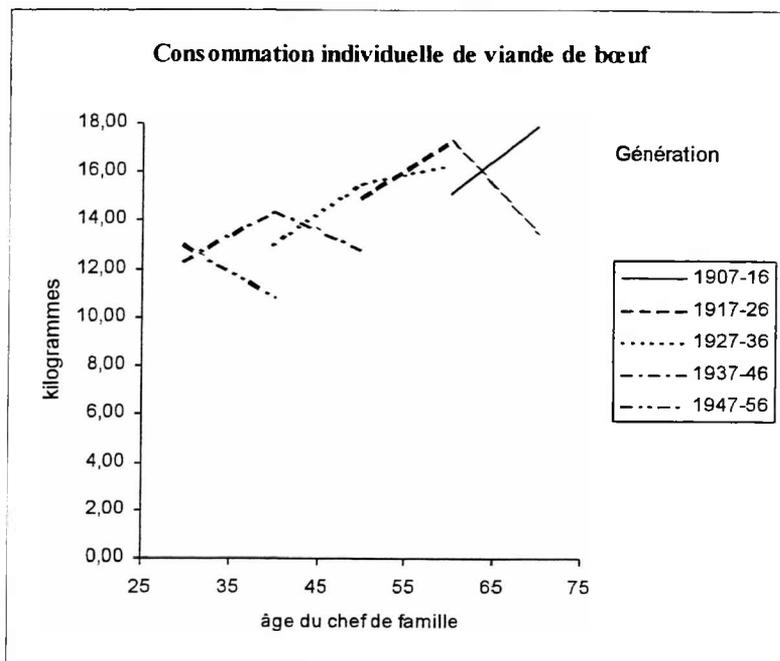


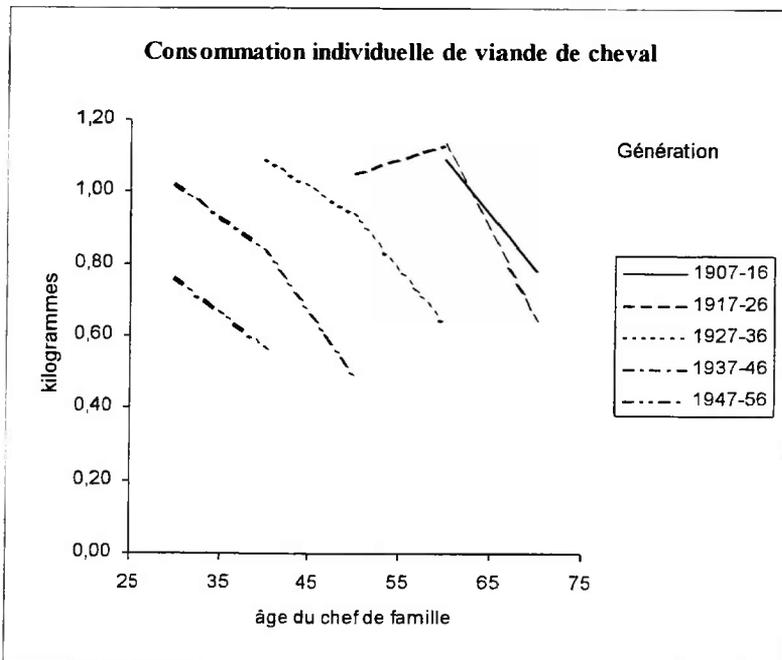
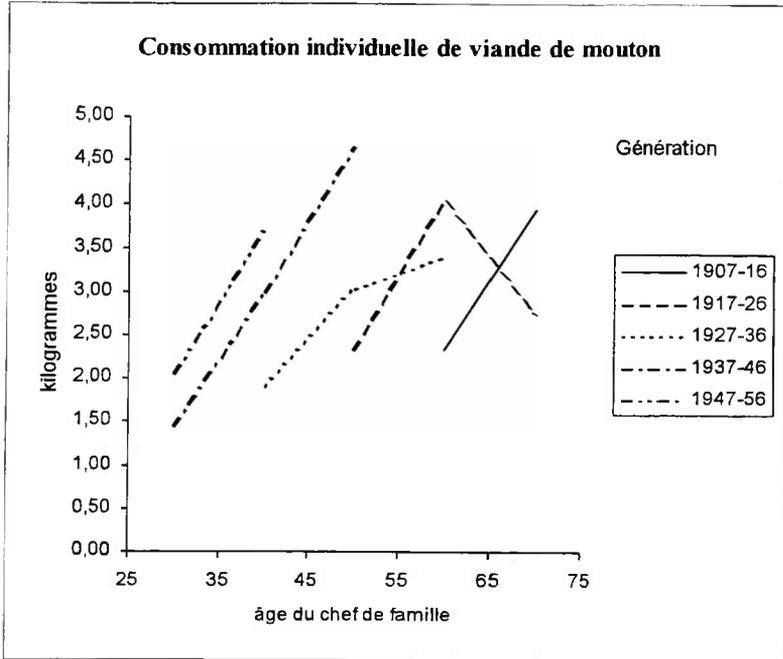


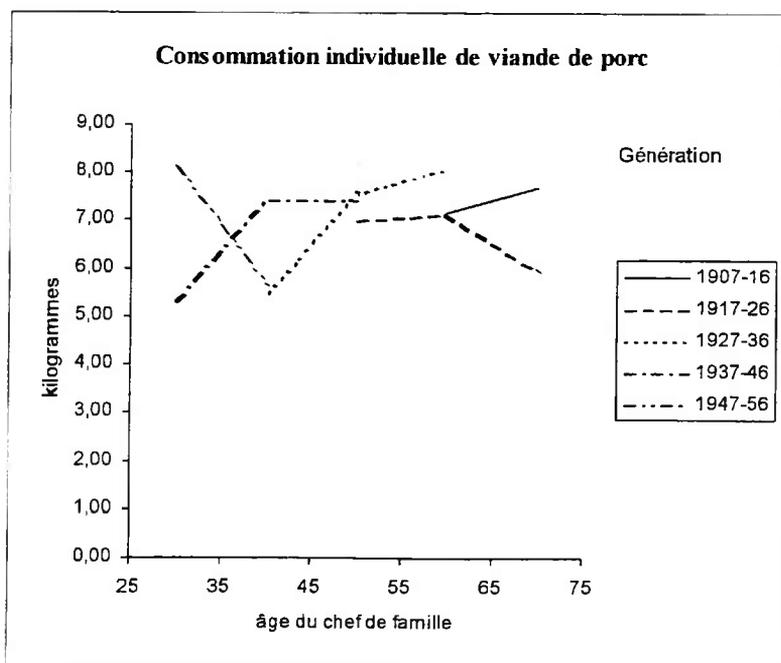
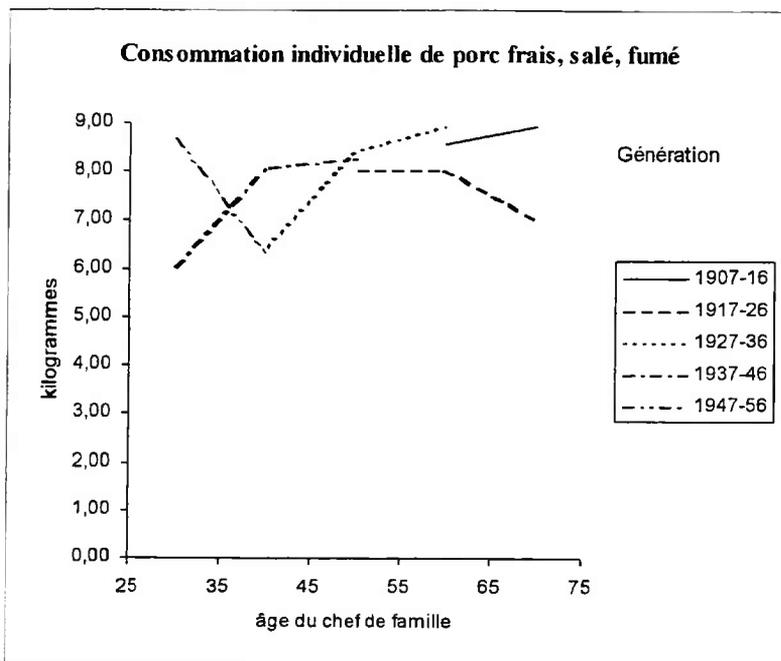


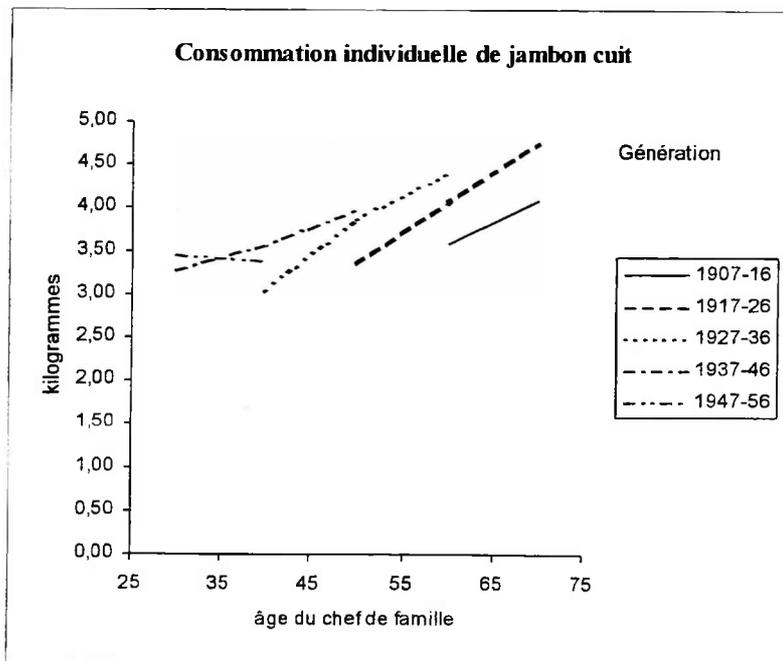
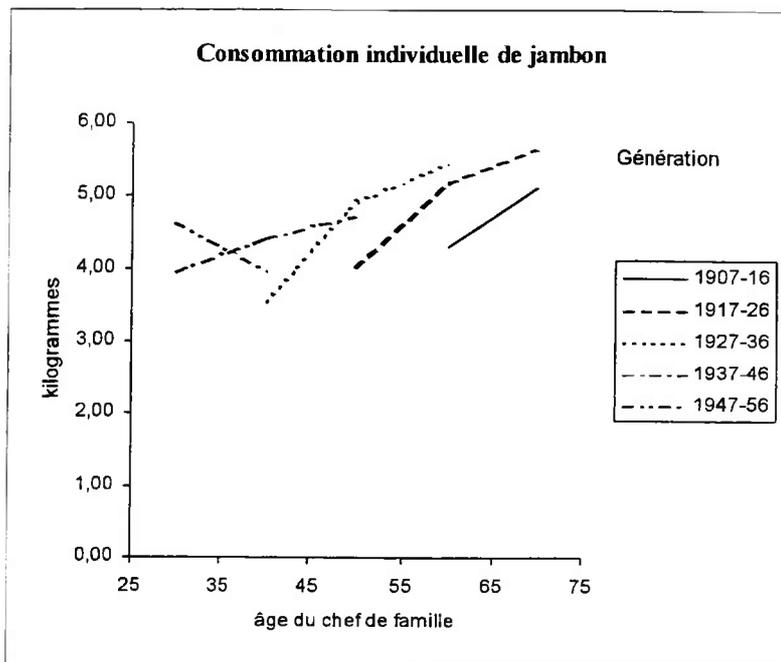


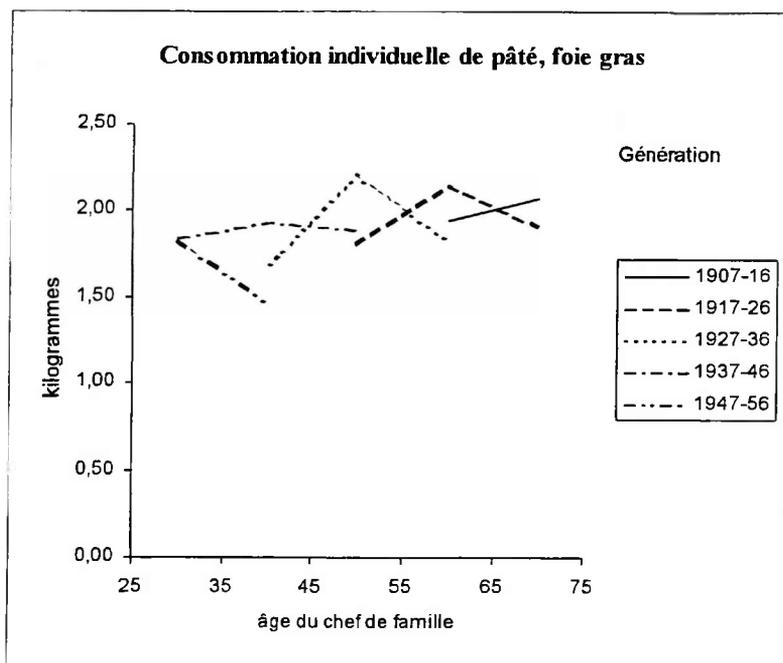
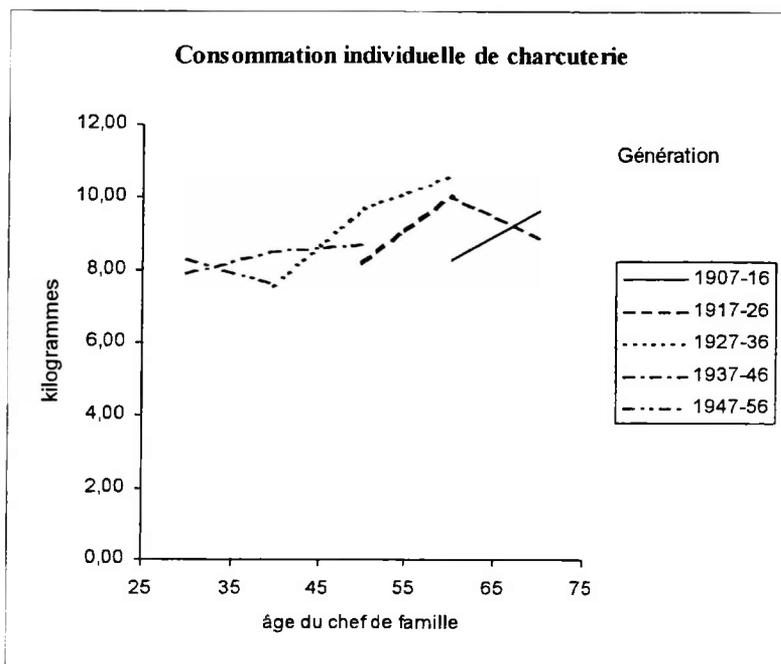


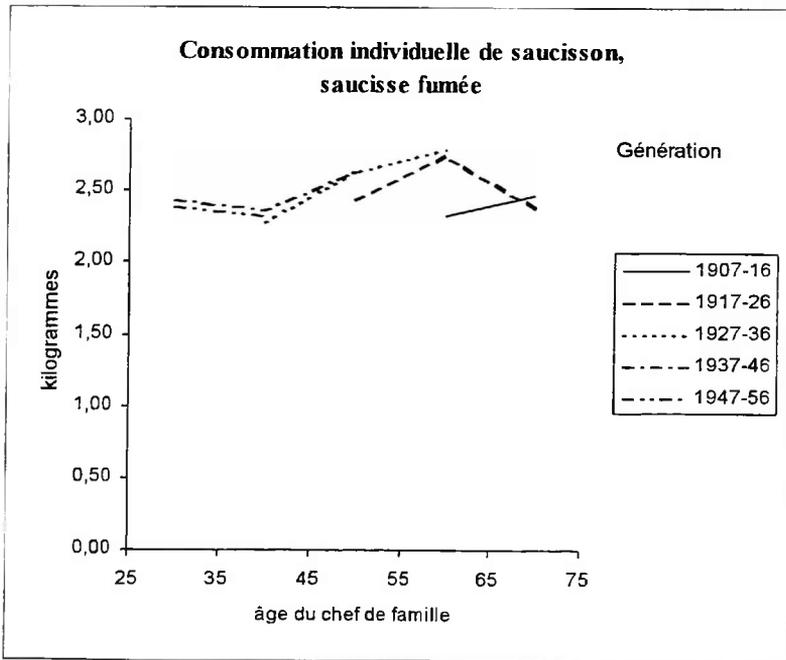
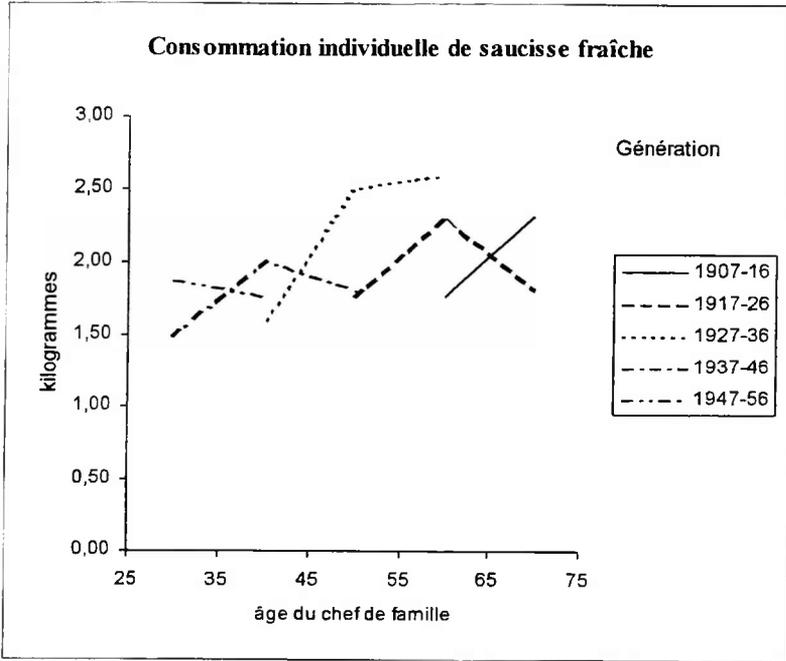


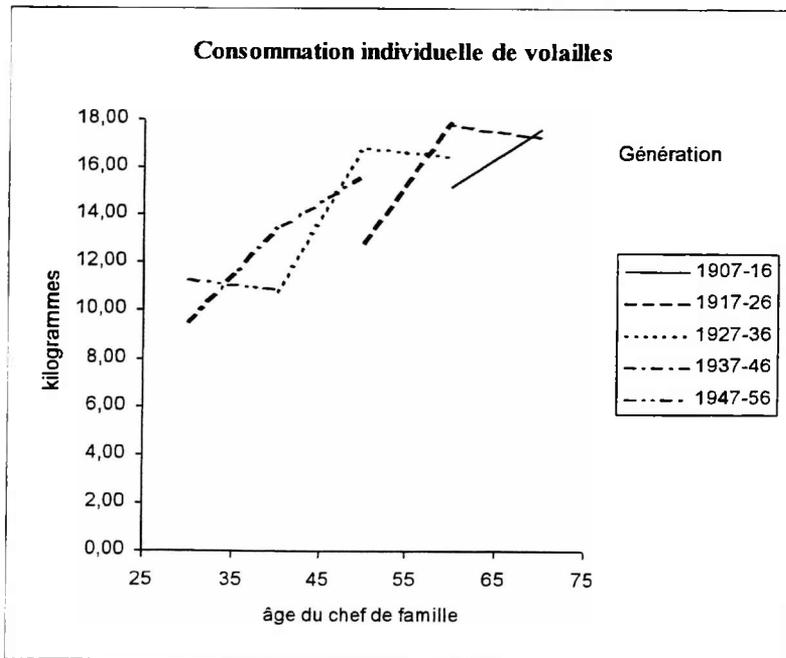
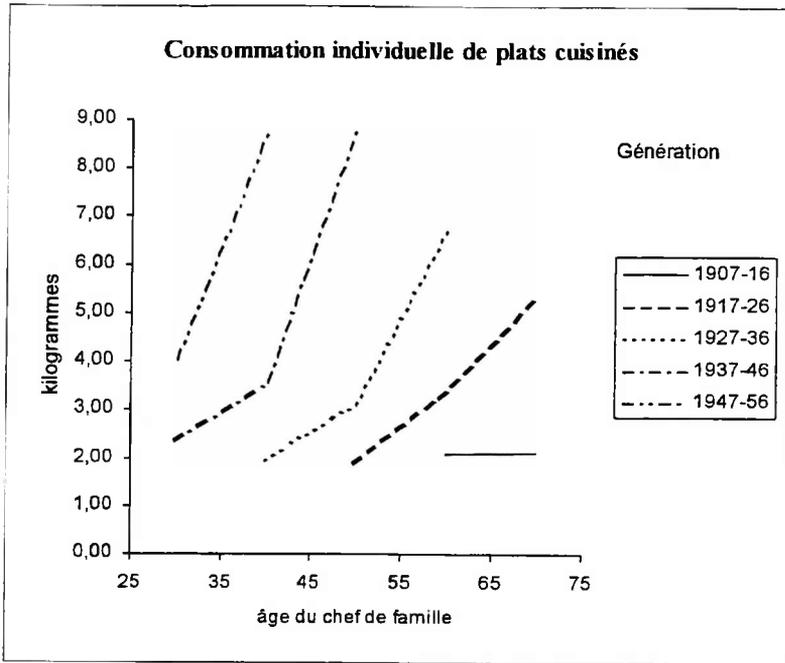


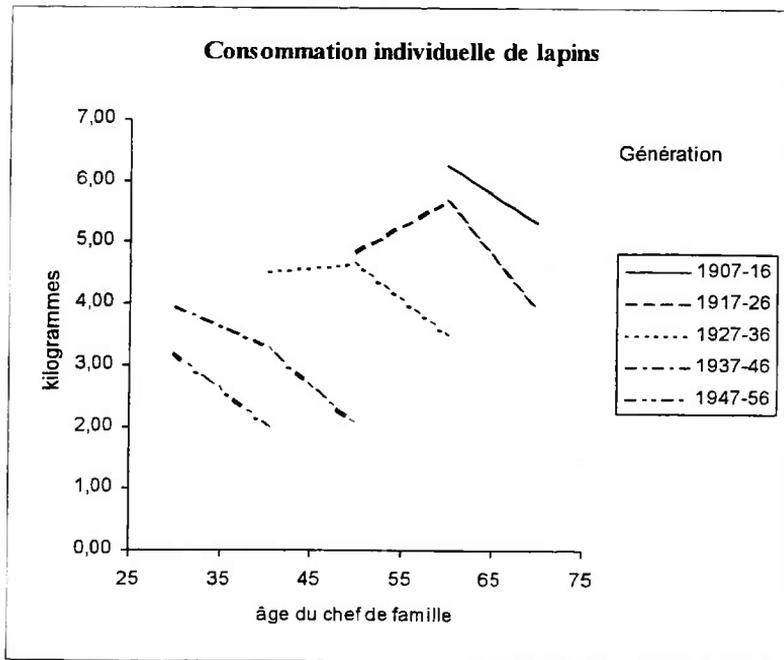
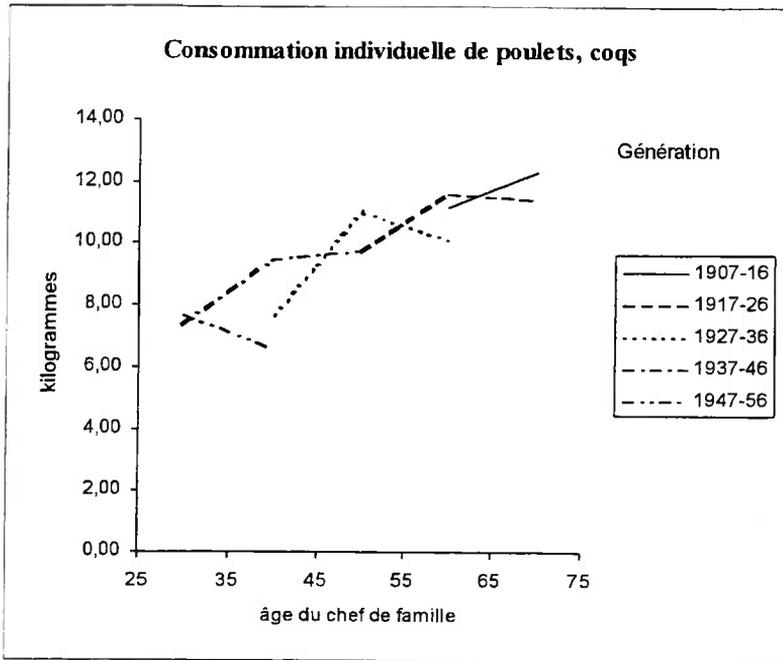


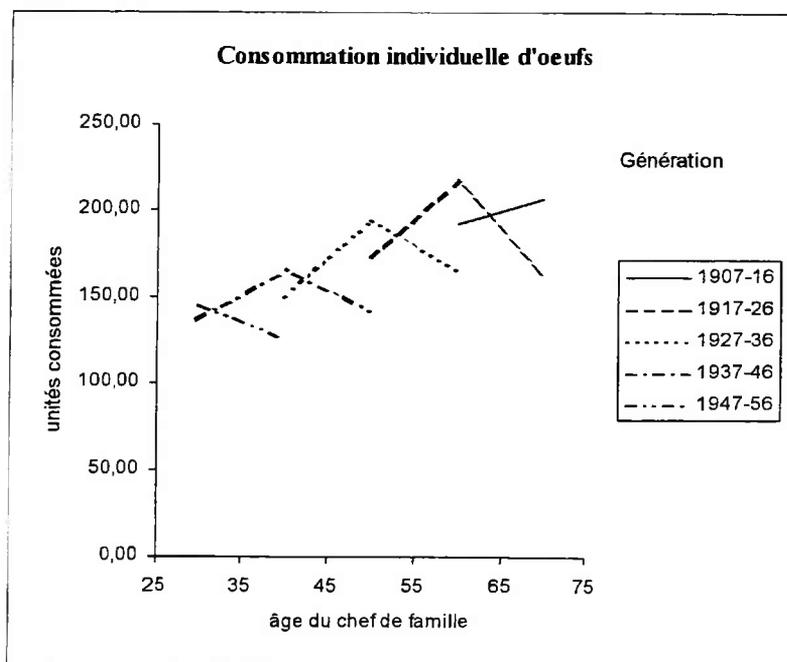
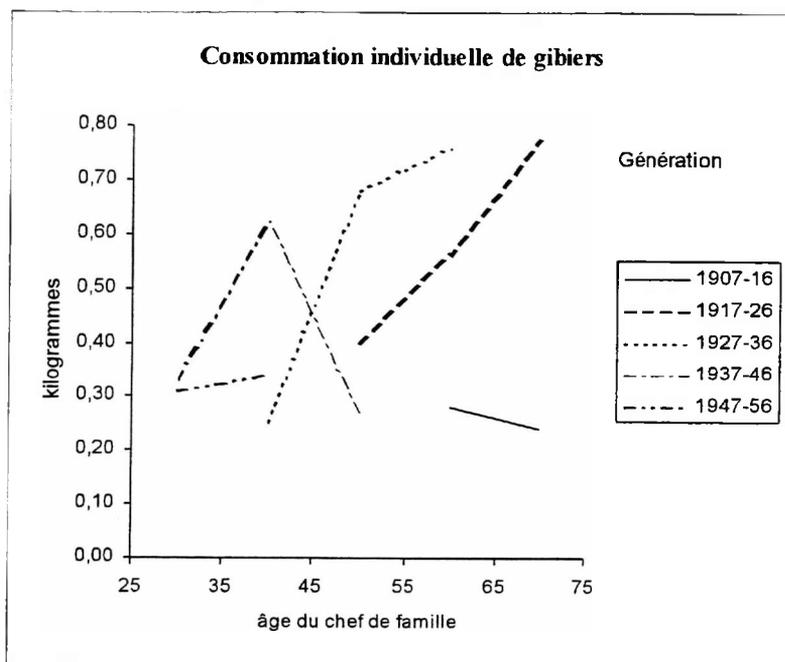


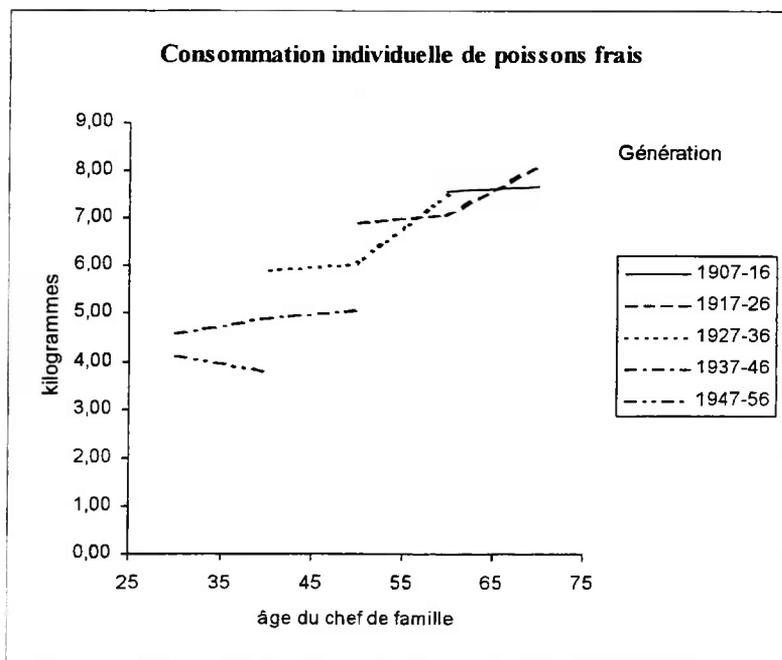
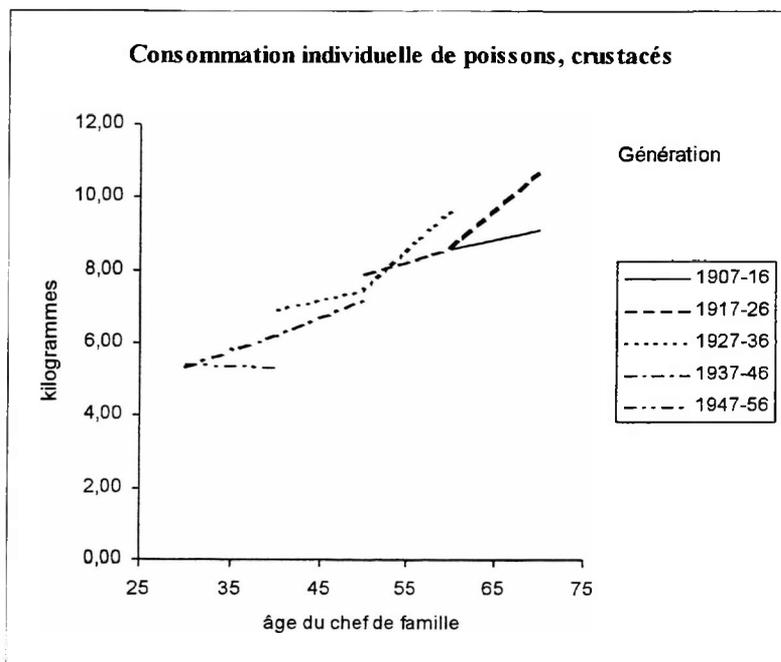


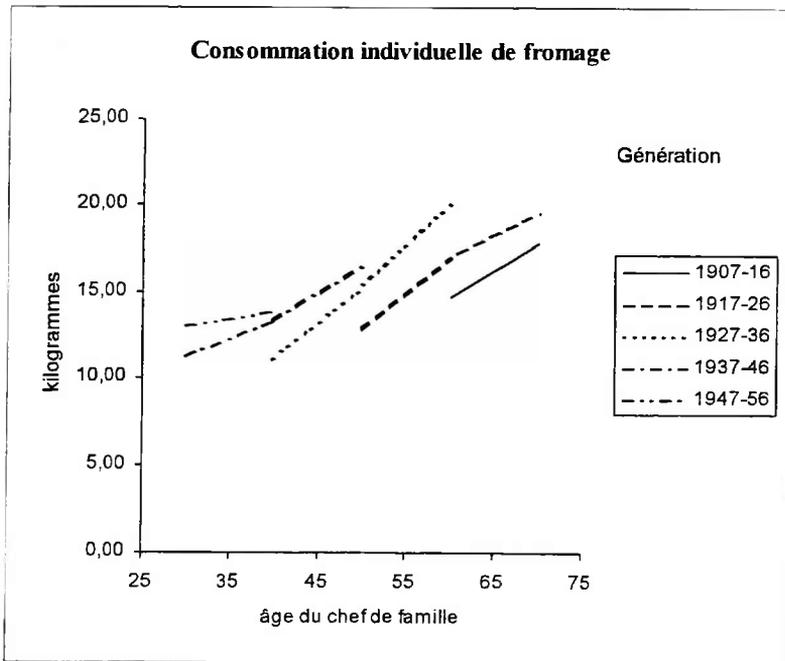
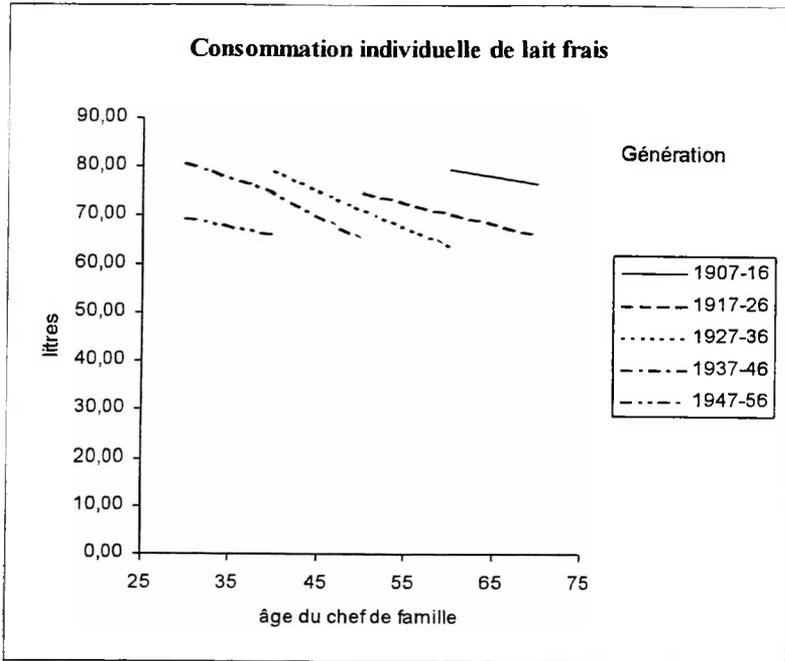


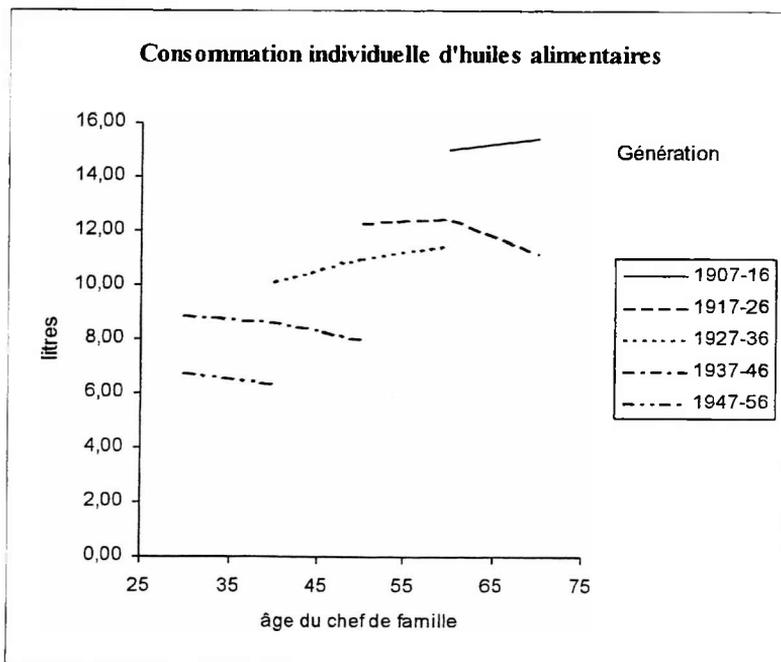
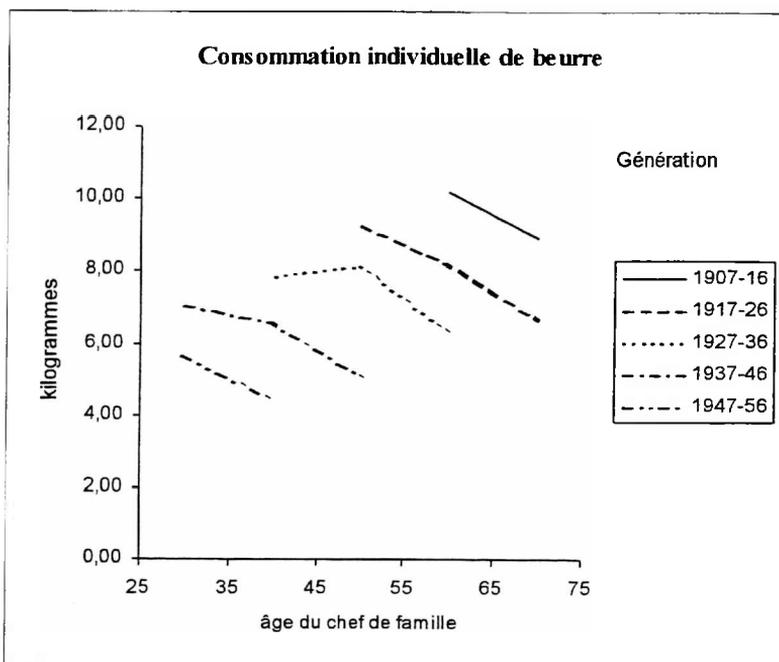


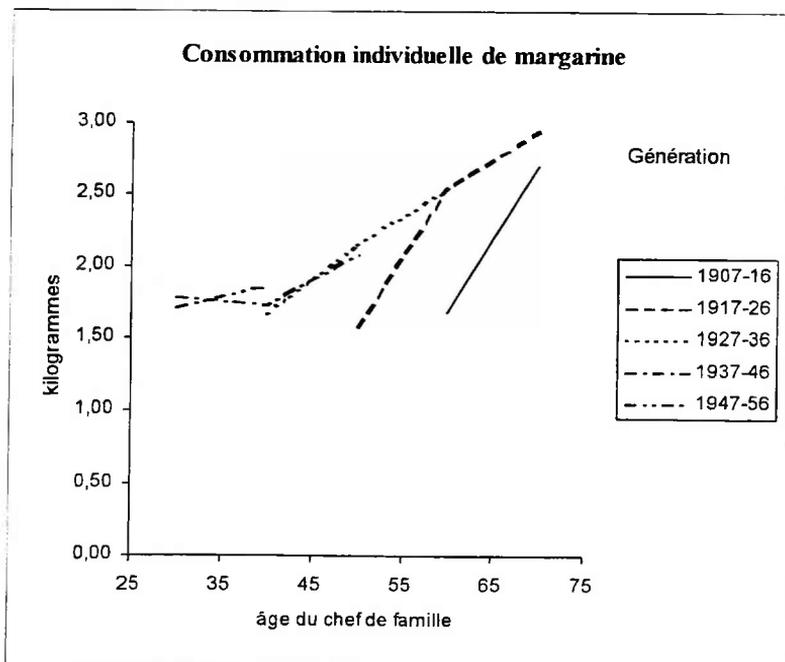
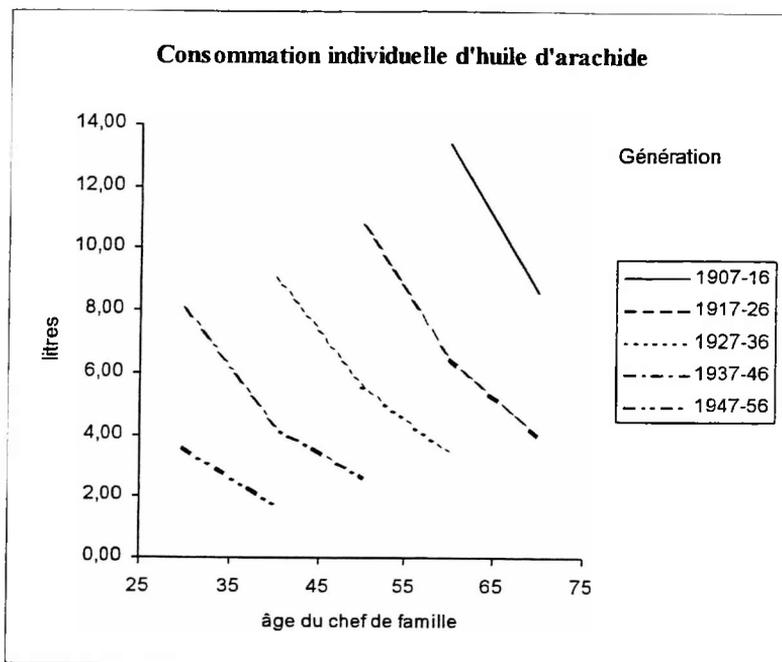


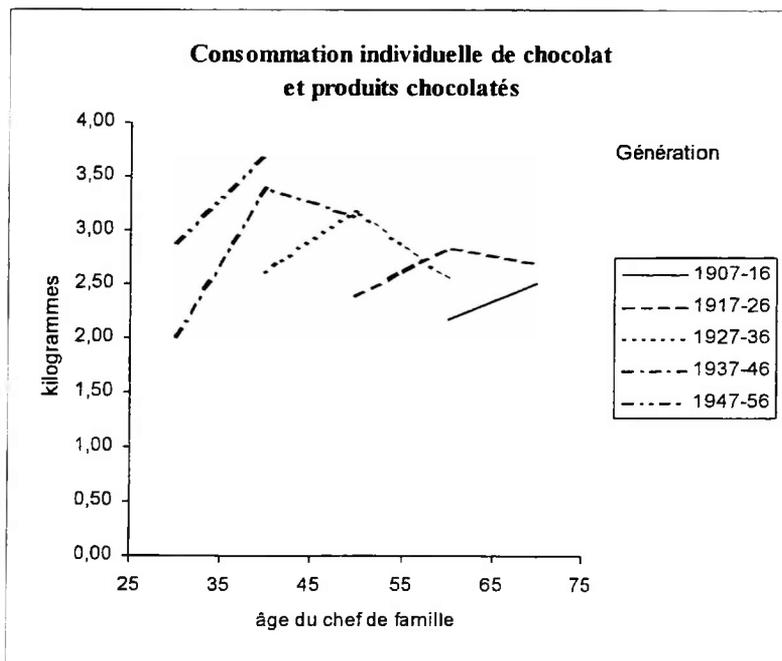
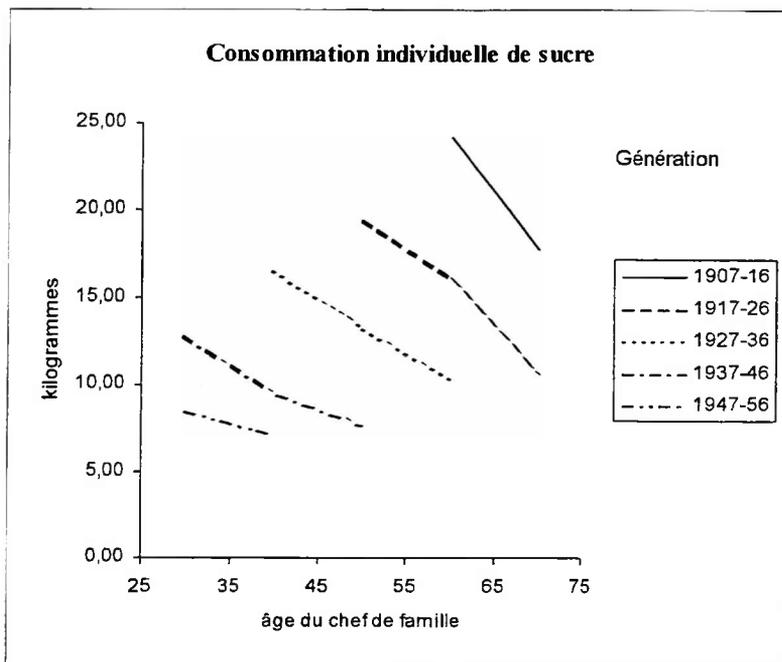


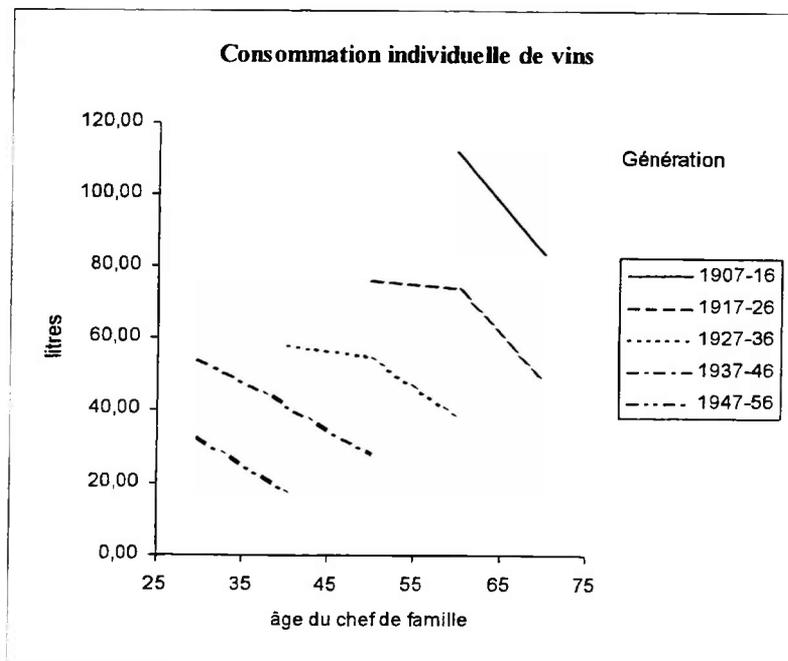
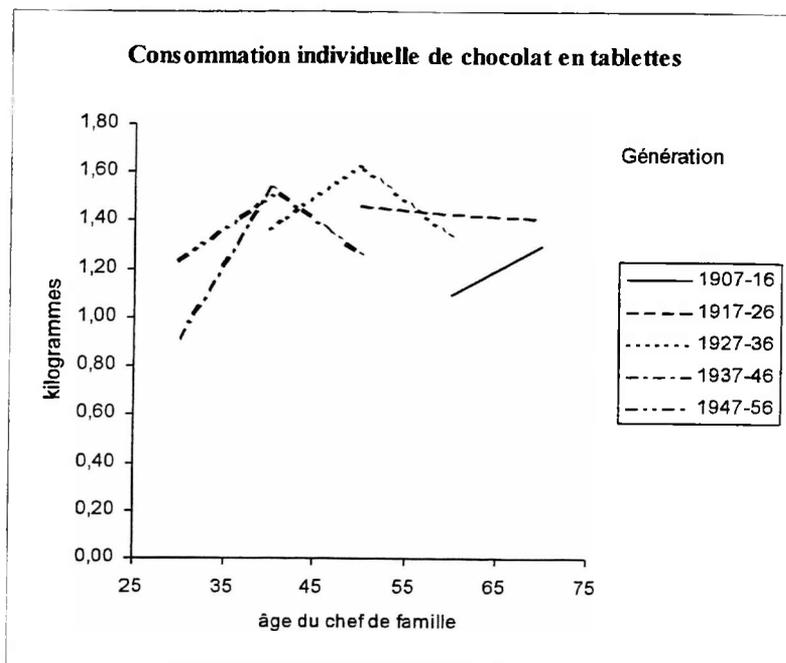


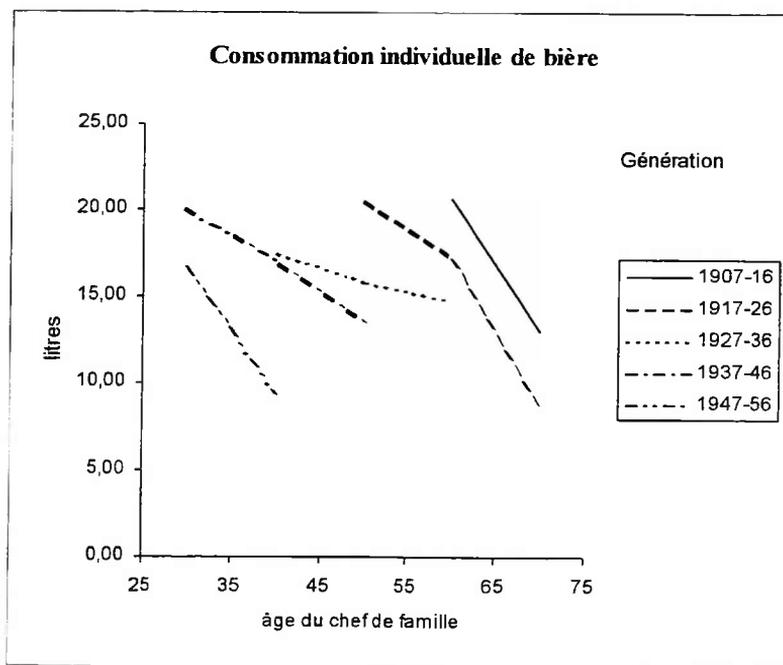
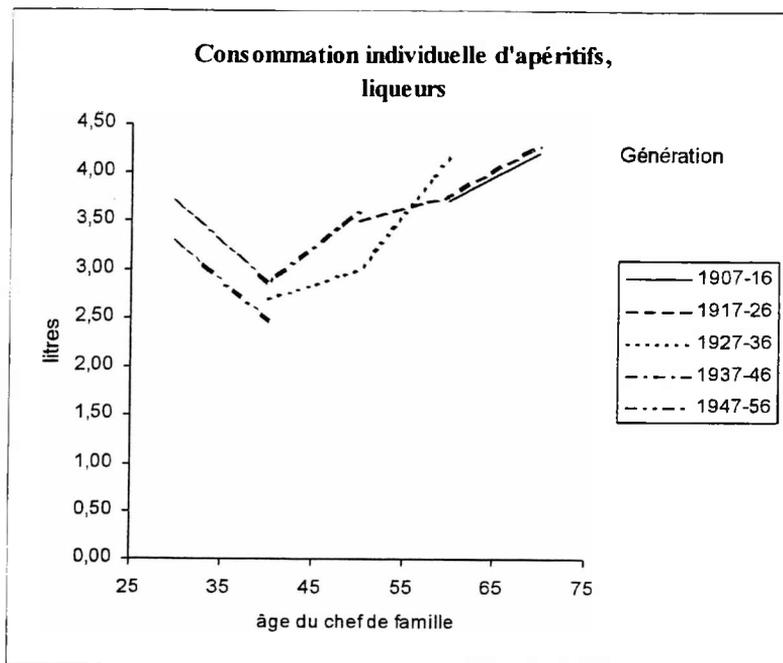


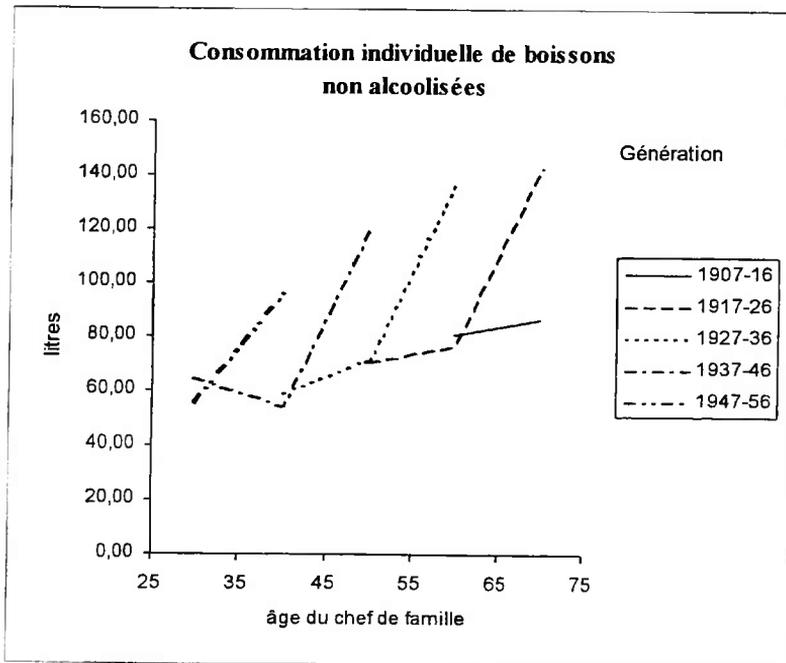
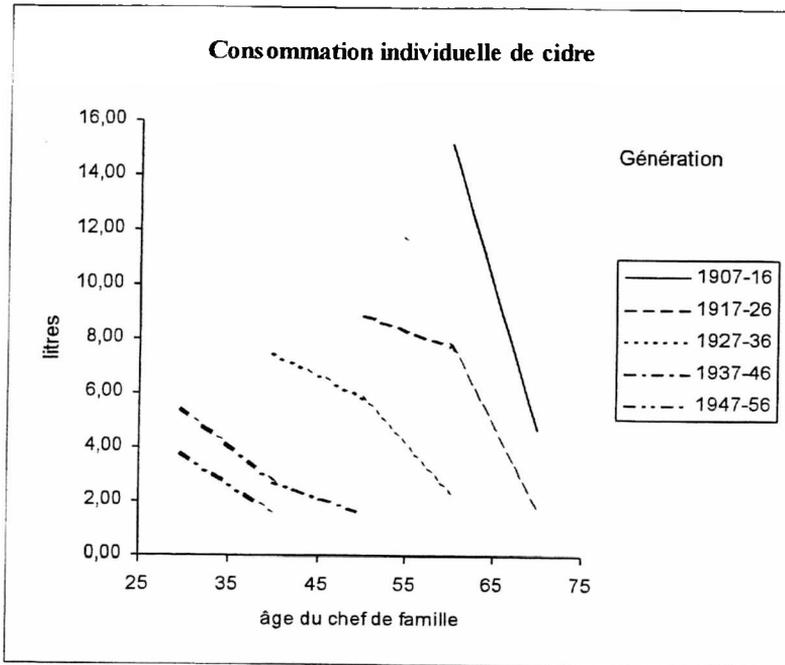


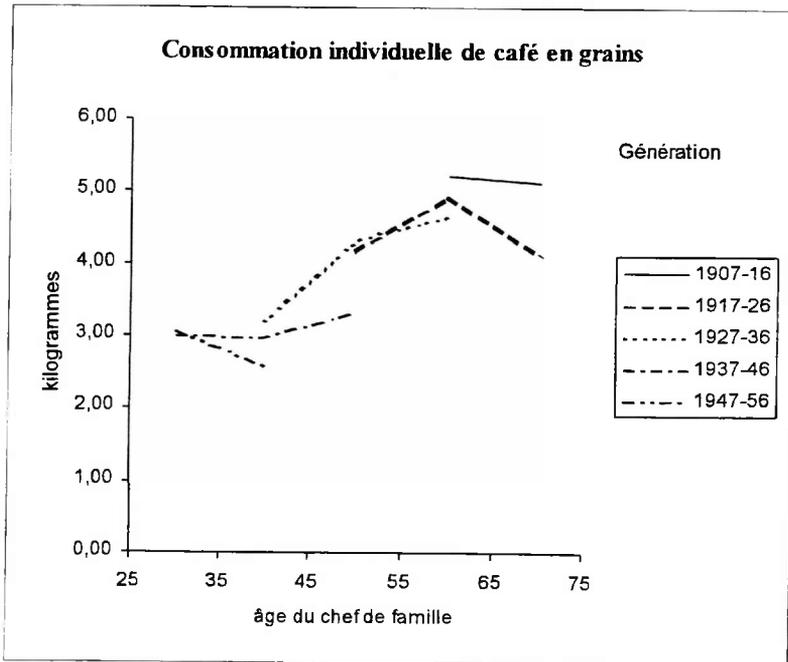
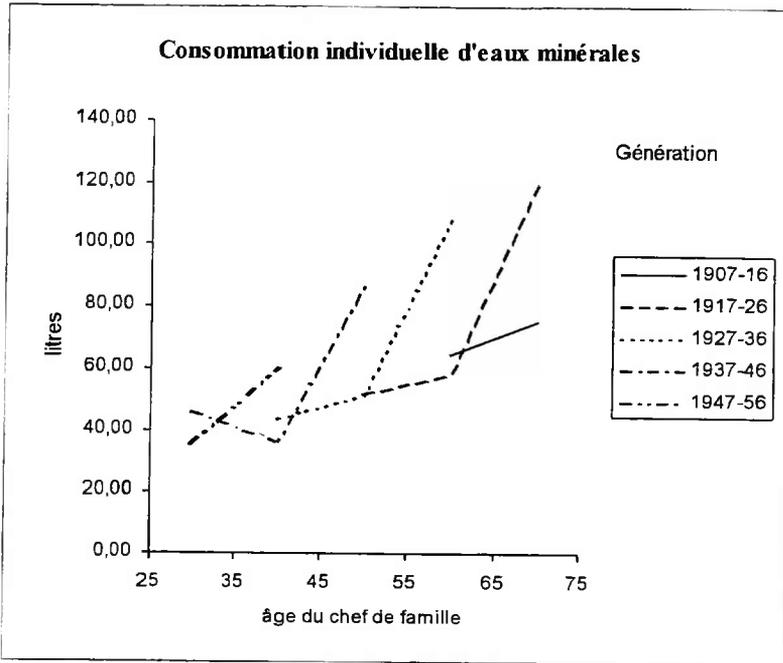












Dépôt légal : Octobre 1997

ISSN : 1257-9807

ISBN : 2-84104-092-5

# CAHIER DE RECHERCHE

## Récemment parus :

**Approche de la structure du paysage associatif dans le domaine de l'environnement**

Bruno MARESCA - n°97 (1996)

**Les nouvelles logiques productives dans les PMI : déterminants et impact sur les performances**

Philippe MOATI, Laurent POUQUET - n°98 (1997)

**La consommation en 1997 : vers le cyber consommateur ?**

Patrick BABAYOU - n°99 (1997)

**L'impensé rebelle : l'identification des facteurs d'incertitude dans les enquêtes sur fichiers**

Patrick DUBÉCHOT, Marie-Odile SIMON - n°100 (1997)

**Traitement des questions ouvertes : comparaison d'une postcodification et de méthodes lexicométrique et d'analyse du discours**

Patrick BABAYOU - n°101 (1997)

**Une grille de mesure des motivations dans une enquête grand public**

Franck BERTHUIT - n°102 (1997)

**Les méthodes d'analyse des emplois d'un champ professionnel : l'intervention sociale**

Patrick DUBÉCHOT - n°103 (1997)

**L'eau et les usages domestiques**

Bruno MARESCA, Guy POQUET, Laurent POUQUET, Karine RAGOT - n°104 (1997)

Président : Bernard SCHAEFER    Directeur : Robert ROCHEFORT  
142, rue du Chevaleret, 75013 PARIS - Tél. : 01 40 77 85 01

ISBN : 2-84104-092-5

# CRÉDOC

Centre de recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de V