

CREDOC
 "Bibliothèque"
 142, rue du Chevaleret
 75013 PARIS
 Tél. : (1) 40 77 85 06

Crédoc
 Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie
Consommation

Revue trimestrielle

n° 2 — 1985/86

Cote
 P 00CO

Consommation - Crédoc. N° 2.
 1985 - mars 1986.

Num
 4238-1

CREDOC•Bibliothèque



Alimentation : des désirs... à la réalité.

L'automobiliste traverse la crise.

Les artisans venus d'ailleurs.

Une mesure de la rentabilité des diplômes.

Opinions et niveau de vie.

Sou1986 - 3352 à 3356

Dunod

**Centre de Recherche pour l'Etude
et l'Observation des Conditions de vie
(CREDOC)**

Le CREDOC, Association sans but lucratif, régie par la loi de 1901, est un organisme scientifique placé sous la tutelle administrative du Commissariat Général du Plan.

Président délégué : Bernard Jouvin.

Vice-Présidents : Philippe Huet, Inspecteur général des finances,
Edmond Malinvaud, Directeur général de l'INSEE.

Directeur : Catherine Blum.

**Consommation
Revue trimestrielle du CREDOC**

Consommation publie des études sur les conditions de vie de la population, notamment les résultats de recherches statistiques, économiques, sociologiques ou psycho-sociologiques sur :

- les conditions de vie et les aspirations des Français,
- la consommation et l'inscription spatiale,
- la prospective de la consommation,
- les politiques sociales et leur évaluation,
- les interactions entre système productif, formes de travail et modes de vie.

Comité de rédaction :

M. Aglietta, C. Baudelot, J.-P. Betbèze, B. Cazes, A. Desrosières, M.-T. Join-Lambert, J. Lagneau, L. Lebart, M.-L. Lévy, L. Lévy-Garboua, P. L'hardy, P. Nasse, H. Péquignot, R. Salais, O. Senhaji, N. Tabard, A. Wolfelsperger, B. Zarca.

Rédacteur en chef : Catherine Blum.

Secrétaire de rédaction : Elisabeth Hatchuel, CREDOC, 142, rue du Chevaleret, 75013 Paris, tél. : 45.84.14.20, poste 422.

Abonnements/Subscriptions

Abonnements 1985/86 et années antérieures	<i>Subscriptions 1985/86 and previous years</i>		
Un an, 4 numéros France 245 FF Autres pays 350 FF (avec taxe supplémentaire pour envoi par avion)	<i>One year, 4 issues 245 FF Other countries 350 FF (with supplement for air mail)</i>		
Le numéro	France 70 FF	<i>Per issue</i>	<i>France 70 FF</i>

C.D.R. Centrale des Revues,
11, rue Gossin, 92543 Montrouge, France, tél. : 46.56.52.66.

Note aux auteurs

Les auteurs qui souhaitent publier dans *Consommation* doivent faire parvenir leur texte en trois exemplaires au secrétariat de la revue. Les auteurs recevront gratuitement 25 tirés-à-la-suite de leur article.

Conditions de vie et aspirations

- 3 **La consommation alimentaire : perception et réalité.**
Santé, gourmandise et restrictions : les attitudes ne reflètent pas toujours la réalité des comportements.
Laurence Haeusler.
- 15 **Comment se forme et se déforme la perception du niveau de vie.**
Ce que pensent les Français mérite d'être étudié.
Ludovic Lebart.

Politiques sociales

- 29 **Une mesure de la rentabilité des diplômés entre 1969 et 1976.**
Bien qu'inégale, la baisse de la rentabilité des études supérieures n'a apparemment épargné aucun diplômé.
Jean-Pierre Jarousse.

Consommation

- 43 **L'automobiliste traverse la crise.**
Hausse du prix des carburants, ralentissement de la progression des revenus, la voiture aurait dû être la composante des modes de vie la plus affectée par la crise.
Jean-Loup Madre.

Modes de vie

- 61 **Artisanat et immigration : deux récits exemplaires.**
Le rapprochement de cas singuliers conduit à reformuler des questions générales.
Bernard Zarca.

Résumés - Summaries

Le CREDOC souhaite la meilleure utilisation et la plus large diffusion possible des informations et des analyses qu'il publie.

Toute reproduction est donc autorisée, sans aucune restriction.

Néanmoins, dans l'intérêt même des lecteurs, le CREDOC demande que la mention précise de la source (Consommation, revue du CREDOC, trimestriel, etc.) et la référence exacte (numéro et date) soient explicitement indiquées.

La consommation alimentaire : perception et réalité

Laurence Haeusler*

Conséquence de l'élévation du niveau de vie, la part de l'alimentation dans le budget des Français continue à baisser : 31 % en 1967, 21 % en 1984, entre 16 et 18 % d'ici à l'an 2000. Pourtant l'alimentation demeure un domaine cher au cœur des Français : pour 75 % d'entre eux, c'est un sujet de préoccupation important. Ils sont conscients des transformations qu'a connues ce secteur : 83 % reconnaissent qu'il y a aujourd'hui plus de choix de produits alimentaires qu'il y a 10 ans. Simultanément, l'offre s'est diversifiée avec le développement notamment des plats préparés et des produits laitiers frais. Pour leur part, les consommateurs se sont orientés vers une nourriture plus riche en protéines animales et contenant moins de produits à haute valeur énergétique comme les féculents et le sucre.

Les prévisions de l'INSEE par grand poste de produits alimentaires tiennent compte des variables habituelles des fonctions de consommation : revenu et prix relatifs. Si cette modélisation retrace bien l'évolution passée de la plus grande partie des postes, dans d'autres cas il convient comme l'INSEE le remarque de supposer un changement de comportement du consommateur. Des éléments plus qualitatifs peuvent être étudiés dans cette optique : diversification de l'offre, prise en compte des problèmes de santé, demande de plus en plus forte pour des produits tout préparés qui entraînent une pratique culinaire quelque peu différente.

Pour tenter de mesurer l'influence des différents facteurs qui affectent la consommation, il paraît intéressant de rapprocher les analyses quantitatives avec les résultats d'enquêtes d'opinions. Pour la première fois, en 1985, l'enquête « Conditions de vie et aspirations des Français » comprenait un volet consacré à l'alimentation¹. Quatre thèmes sont analysés ici dans la perspective d'une confrontation entre les attitudes déclarées et les observations :

- les incidences des contraintes budgétaires ;
- alimentation et santé ;
- raisons d'achat des produits transformés d'usage courant ;
- appréhension des contraintes de temps.

Choix de produits et contraintes budgétaires

Quelques questions cherchaient à apprécier le comportement des Français en cas de modification de leurs ressources. Ce faisant il s'agit d'une tentative d'identification des produits les plus sensibles aux fluctuations de revenu, ceux pour lesquels les Français envisagent des modifications éventuelles de leurs achats. Il faut noter que pour

* Laurence Haeusler est chercheur au CREDOC.

1. Les questions portant sur ce thème ont été introduites à la demande du CNERNA.

aucune de ces questions, une liste des produits n'était proposée. Les réponses fournies sont donc spontanées. Elles ont bien sûr fait l'objet d'un regroupement par post-codage.

Avant de comparer plus en détail ces résultats avec les observations de l'INSEE, il est nécessaire de préciser la population concernée par ces questions.

TABLEAU 1

En cas de diminution de vos revenus,		
— Diminueriez-vous vos dépenses d'alimentation ?		
Oui : 41 %		
— Y a-t-il des produits que vous consommeriez moins souvent ?		
Oui : 51 %		
— Lesquels ? ¹	%	
. viandes, viandes moins chères...	28,5	
. pâtisseries...	11,7	
. fruits, légumes hors saison...	8,9	
. fruits...		5,2
. légumes...		4,1
. alcool...	6,3	
. fromages, produits laitiers...	5,6	
. fromages...		3,8
. confiserie, chocolat...	4,1	
. produits de luxe...	5,0	
. poissons...	1,9	
. boissons non alcoolisées...	1,0	
. plats préparés...	1,0	
. surgelés-conserves...	1,1	
En cas d'accroissement de vos revenus,		
— Iriez-vous plus souvent au restaurant ?		
Oui : 44 %		
— Inviteriez-vous plus souvent des amis à manger chez vous ?		
Oui : 53 %		
— Y a-t-il des produits alimentaires que vous aimeriez consommer plus souvent ?		
Oui : 47 %		
— Lesquels ? ¹	%	
. crustacés, fruits de mer...	19,2	
. viandes chères (gigot, chevreuil)...	12,6	
. fruits, légumes rares...	10,4	
. fruits...		6,2
. légumes...		5,6
. poissons...	11,1	
. saumon...		4,6
. produits de luxe (caviar, foie gras)...	9,5	
. pâtisseries, chocolat...	2,9	
. alcool...	1,3	
. plats préparés...	1,2	
— Y a-t-il des produits alimentaires que vous consommeriez moins souvent ?		
Oui : 18 %		
— Lesquels ? ¹	%	
. pommes de terre...	6,2	
. pâtes...	6,3	
. viandes ordinaires...	2,3	
. conserves...	2,1	
. céréales, riz...	1,7	
. légumes secs...	1,2	
. féculents...	1,2	
. œufs...	0,9	
. surgelés...	0,7	
. produits laitiers...	0,3	
. produits basse qualité...	0,1	
. sucreries...	0,1	

1. Deux réponses possibles.

Les comportements extrêmes

Une part non négligeable (20 %) des Français n'envisage à aucun moment de modifier sa pratique alimentaire en cas d'augmentation ou de diminution de son revenu. Dans ce groupe, les retraités sont fortement représentés (29 % contre 19 % en moyenne), les personnes âgées ainsi que les habitants des petites agglomérations. Le fait de ne ressentir que faiblement les contraintes budgétaires n'est pas absolument propre à l'alimentation, puisque ce sont majoritairement des personnes qui ne s'imposent aucune restriction, quel que soit le poste de consommation : pour 56 % d'entre elles contre 34 % parmi l'ensemble des Français. Ceci ne signifie pas que leur revenu soit particulièrement élevé, mais qu'elles le considèrent comme suffisant. Elles sont également plus satisfaites que la moyenne des enquêtés de leur alimentation, de leur logement ou de leur cadre de vie. De la même façon, leur budget-temps leur paraît moins difficile à gérer : 73 % d'entre elles contre 60 % en moyenne ne modifieraient en rien le temps consacré à la cuisine, même si elles en avaient la possibilité.

Inversement, la population sur laquelle les contraintes budgétaires pèsent le plus fortement, la population qui a le plus envie d'« améliorer son ordinaire » est celle des gens qui déclarent qu'ils consommeraient moins certains produits si leur revenu augmentait (18 %). A toutes les autres questions qui décrivent une certaine forme d'élasticité de l'alimentation vis-à-vis du revenu, ils donnent en grande majorité des réponses positives :

— s'ils avaient moins d'argent : 73 % diminueraient la consommation de certains produits ;

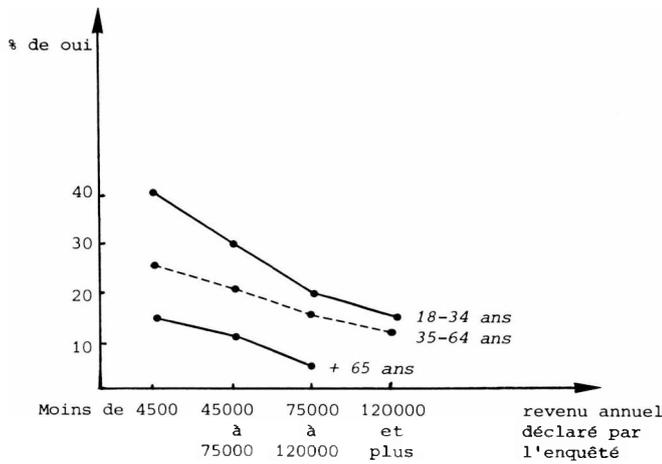
— si leurs ressources augmentaient : 87 % consommeraient davantage certains produits, comme les viandes chères ; 64 % iraient plus souvent au restaurant, 70 % inviteraient plus volontiers des amis.

Les personnes qui modifieraient le plus leur alimentation si leur revenu évoluait sont déjà, actuellement, deux fois plus nombreuses qu'en moyenne à déclarer s'imposer des restrictions sur l'alimentation (39 % contre 19 %). Deux facteurs sont fortement corrélés à ce sentiment de frustration : l'âge et le niveau de revenu (graphique ci-après).

La proportion de personnes dont l'alimentation est très sensible au revenu décroît de 28 % pour celles dont le revenu annuel ne dépasse pas 45 000 F à 13 % pour celles dont le revenu s'élève à plus de 120 000 F. Elle passe de 24 % pour la tranche d'âge 18-34 ans (et même 32 % pour les moins de 20 ans) à 10 % pour les plus de 65 ans. Toutefois, l'effet de l'âge est plus sensible pour la

Influence simultanée de l'âge et du revenu

Consommeriez-vous moins certains produits si vous aviez plus d'argent ?



population à faible revenu : parmi celle-ci, 40 % des 18-34 ans appartiennent au groupe des personnes très contraintes par leur budget contre seulement 15 % des plus de 65 ans. C'est donc parmi les jeunes qui disposent de revenus très modestes que l'on trouve les personnes dont la consommation alimentaire est la plus sensible aux fluctuations du niveau de vie.

La conscience aiguë des contraintes financières, du manque d'argent, comme précédemment l'absence de ce sentiment, n'est pas réservée à l'alimentation. Elle s'accompagne d'insatisfactions vis-à-vis d'autres domaines de la vie courante : logement, conditions de vie, ainsi que d'un désir de disposer de plus de temps pour la cuisine ou pour les repas.

Il y a ainsi deux populations ayant des comportements « extrêmes », face à une modification de leur revenu. On va maintenant détailler les produits cités et comparer les réponses avec ce que l'on sait par ailleurs.

Ce qu'on voudrait consommer moins souvent

Examinons tout d'abord les produits « inférieurs », ceux que les enquêtés mettraient moins souvent à leur menu, s'ils le pouvaient. Sont citées en premier lieu les pommes de terre et les pâtes. Dans la même gamme de produits, on trouve également les légumes secs, le riz et les féculents. Ces aliments, à l'exception du riz, sont classiquement caractéristiques d'une « alimentation ouvrière » et leur consommation par personne en volume ne cesse de décroître depuis 15 ans (tableau 2). Apparaissent également, mais citées seulement par 2 % des personnes, les « viandes ordinaires » et les conserves, sans qu'il soit précisé de quelles viandes ou de quelles conserves il s'agit. Là encore, ceci est assez cohérent avec ce que l'on peut observer sur l'alimentation comparée des ouvriers et des cadres supérieurs, même si pour les conserves

les différences de consommation concernent plutôt les conserves de viandes que celles de légumes.

La liste des produits cités souligne les grands absents : le pain, les boissons alcoolisées populaires (vin ordinaire, bière) et également le lait, consommé 1,3 fois plus par les ouvriers que par les cadres supérieurs et dont la consommation en volume par tête a baissé de 14 % en 15 ans. Il est vraisemblable que le pain et la boisson ne sont pas considérés comme des « produits alimentaires », au même titre que les autres, par les enquêtés.

Revenons maintenant aux questions concernant les biens ayant a priori une élasticité positive vis-à-vis du revenu. L'une avait trait aux aliments sur lesquels porteraient d'éventuelles restrictions, l'autre à ceux qu'au contraire, on aimerait voir davantage sur sa table, si on pouvait se le permettre.

TABEAU 2
Produits dont la consommation par personne a baissé entre 1965 et 1981

	Moyenne ¹ 1965-1967	Moyenne ¹ 1979-1981	Variation 1981/1965 en %
Cidre...	13,5 l	4,6 l	- 65,9
Pommes de terre...	94,5 kg	55,5 kg	- 41,3
Vin...	87,1 l	53,3 l	- 38,8
dont vin ordinaire...	78,8 l	46,3 l	- 41,2
Sucre...	20,0 kg	12,9 kg	- 35,5
Pain...	79,6 kg	49,4 kg	- 37,9
Cheval...	1,3 kg	0,8 kg	- 25,7
Légumes secs...	2,3 kg	1,5 kg	- 23,1
Pâtes alimentaires...	7,4 kg	5,5 kg	- 20,8
Bière...	20,8 l	16,0 l	- 23,1
Lapin...	5,3 kg	4,2 kg	- 20,8
Beurre...	8,9 kg	7,5 kg	- 15,7
Huiles alimentaires...	12,1 l	10,3 l	- 14,9
Lait frais...	84,8 l	72,7 l	- 14,3
Café en grains...	4,2 kg	3,8 kg	- 9,5
Légumes frais...	71,2 kg	64,5 kg	- 9,4
Veau...	4,9 kg	4,6 kg	- 6,1
Fruits secs et à coque...	1,5 kg	1,4 kg	- 6,7

1. Quantités par personne et par an.
Source : Collections de l'INSEE, Série M, n° 108.

Les désirs et leur réalisation

D'après les réponses des enquêtés, la consommation de viande est celle qui présente la sensibilité la plus forte aux variations du revenu : 29 % d'entre eux envisagent des restrictions sur ce poste, soit en en mangeant moins, soit en choisissant des viandes moins chères ; 12,5 % voudraient pouvoir consommer davantage de viandes difficilement accessibles à leur bourse telles que le gigot ou le chevreuil. Ce qui est décrit là est donc plutôt un phénomène de substitution entre les différentes viandes qu'une substitution entre les viandes et d'autres produits.

Mais ce que convoitent le plus les consommateurs, ce sont les crustacés et les fruits de mer. Ce goût pour les crustacés est largement partagé par

différentes catégories de population, même s'il est un peu moins répandu chez les personnes ayant les revenus les plus faibles. Or, on constate que la consommation des « mollusques, crustacés, fruits de mer » s'est fortement démocratisée ces dernières années. En 1967 les « industriels, gros commerçants, professions libérales » en étaient les plus friands, ils en consommaient 6,6 fois plus que les ouvriers. En 1981, les ménages de cadres supérieurs devenus les plus gros consommateurs de crustacés en consomment 2,5 fois plus que les ménages d'ouvriers (tableau 3).

La viande de mouton, qui tente encore beaucoup d'enquêtés (surtout le gigot) est l'un des produits dont la consommation a le plus progressé entre 1967 et 1981 : 73,7 % (en kg) par personne (tableau 4). Là aussi, on observe une uniformisation de la consommation selon les différentes classes sociales, mais à une échelle moindre. En 1967, la consommation de mouton par les « industriels, gros commerçants, professions libérales » était 4 fois plus élevée que celle des ouvriers, en 1981, celle des cadres supérieurs était 1,8 fois plus élevée que celle des ouvriers.

Les autres produits pour lesquels certains Français aimeraient pouvoir dépenser davantage sont les fruits et légumes frais hors saison, ou rares, exotiques (10,4 %) et les poissons (11,1 %) surtout le saumon ainsi que divers produits de luxe (2,5 %). La nomenclature ne nous permet pas d'isoler spécifiquement les fruits et légumes hors saison ou rares ou les produits de luxe. Pour le poisson, le même type d'effet que pour le mouton est enregistré, mais à un niveau bien moins important, l'échelle se resserrant de 2,8 à 1,6 entre les « industriels, gros commerçants, professions libérales » et les ouvriers.

Remarquons que les plats préparés, frais ou surgelés, produits en expansion rapide, chers, et pour l'instant caractéristiques de la consommation des ménages à haut revenu, ne sont cités que par

1,2 % des enquêtés. Leur emploi ne s'est pas encore démocratisé puisque l'échelle pour les produits préparés frais n'est passée que de 3,8 à 3,5 entre 1967 et 1981. On peut toutefois supposer que cet usage va se généraliser. Cependant, il semblerait que les souhaits des Français en matière d'alimentation reflètent surtout les évolutions passées et présentes. Les modifications de la consommation dans un futur proche ne peuvent évidemment pas être déduites à partir de cette question.

Les produits sensibles à une baisse de revenu : viandes et pâtisseries

Les produits sur lesquels les Français sont prêts à s'imposer des restrictions sont en premier lieu les viandes, en second lieu les pâtisseries. Pour les viandes, il s'agit plus de substitution vers des viandes moins chères que d'une diminution réelle de la consommation.

La période 1981-1984, période de rigueur (le pouvoir d'achat a baissé pour de nombreuses catégories de salariés entre 1982-1984 ([cf. Documents du CERC, n° 76]), pendant laquelle la croissance annuelle de la consommation n'a été que de 1,2 % en volume par tête, contre 3 % dans la période 1973-1981, peut permettre de vérifier les affirmations des enquêtés.

Si grâce à l'évolution favorable des prix relatifs, la consommation de viandes a continué à croître, c'est à un rythme beaucoup plus lent qu'auparavant. Il y a effectivement eu substitution entre les différentes catégories de viandes puisque si la croissance en volume de la consommation de viande de boucherie n'a été que de 2 %, celle du poste global de viande, comprenant la charcuterie et les volailles a été de 5 %. La consommation de pâtisserie fraîche, qui connaissait un développement rapide depuis 1960, a été fortement ralentie depuis la période de rigueur, de 1,8 % par an en volume (tableaux 5 et 6).

TABLEAU 3

Les disparités de consommation pour quelques produits selon la catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage

Indice = 100 pour la France entière¹

		Exploitants agricoles	Industriels	Cadres supérieurs	Cadres moyens	Employés	Ouvriers	Ensemble
			gros commerçants professions libérales					
Coquillages, Crustacés, Mollusques...	1967	36	497	195	128	86	75	100
	1981	56	151	172	138	99	70	100
Mouton...	1967	38	306	203	123	107	77	100
	1981	76	106	140	84	81	78	100
Poissons...	1967	72	221	150	102	104	77	100
	1981	77	131	113	101	97	79	100
Total Consom. alimentaire	1967	97	140	115	102	100	92	100
	1981	103	106	106	101	96	88	100

1. Les indices sont calculés sur des francs courants.
Source : Collections de l'INSEE, Série M, n° 1 et 108.

TABLEAU 4

Produits dont la consommation par personne a augmenté entre 1965 et 1981

	Moyenne ¹ 1965-1967	Moyenne ¹ 1979-1981	Variation 1981/1965 en %
Mouton, agneau...	1,9 kg	3,3 kg	+ 73,7
Confiture...	1,8 kg	2,8 kg	+ 55,6
Riz...	2,4 kg	3,7 kg	+ 54,2
Porc frais, salé, fumé...	6,4 kg	8,4 kg	+ 31,3
Charcuterie...	6,8 kg	8,9 kg	+ 30,9
Fromages...	10,8 kg	14,5 kg	+ 31,3
Apéritifs et liqueurs...	2,8 l	3,5 l	+ 25,0
Produits à base de cacao...	2,3 kg	2,8 kg	+ 21,7
Volailles...	11,7 kg	14,1 kg	+ 20,5
Bœuf...	12,9 kg	14,7 kg	+ 14,0
Farine de blé...	3,7 kg	4,1 kg	+ 10,8
Fruits frais métropolitains...	37,1 kg	39,8 kg	+ 7,3
Œufs...	169 unit.	178 unit.	+ 5,3
Poissons, crustacés...	6,6 kg	6,8 kg	+ 3,0

1. Quantités par personne et par an.

Source : Collections de l'INSEE, Série M, n° 108.

Il y a donc cohérence entre les déclarations et les observations pour les viandes et pâtisseries.

Pour les fruits et les légumes, cités par 9 % des enquêtés, les résultats sont moins aisément interprétables. En effet, la consommation de fruits et légumes connaît une chute en volume par tête depuis 1970, expliquée sur certaines périodes par de fortes hausses des prix relatifs. Entre 1981 et 1984 où cette hausse de prix a été encore plus élevée que dans la période précédente (2,4 % contre 0,9 % par an), la consommation des fruits et légumes est restée très stable en volume. La baisse du pouvoir d'achat récente ne paraît pas avoir aggravé la situation.

TABLEAU 5

Evolution de la consommation alimentaire et des prix relatifs

	Evolution de la consommation en volume par tête				Prix relatifs		
	1959-1970	1970-1973	1973-1981	1981-1984	1959-1973	1973-1981	1981-1984
	Pain et céréales...	0,3	1,8	0,7	- 0,4	0,1	1,7
Viandes...	2,0	1,4	1,9	0,9	0,5	- 1,4	- 0,2
Poissons...	1,9	1,5	0,6	- 2,0	2,4	1,0	0,6
Lait-œufs-fromages...	3,25	1,7	2,4	2,0	0,1	- 0,5	0,1
Corps gras...	2,4	1,1	- 0,1	- 0,4	- 1,7	- 0,8	- 0,7
Fruits et légumes...	2,1	- 1,2	- 1,3	- 0,1	- 0,1	0,9	2,4
Sucre...	1,1	0,9	- 2,3	- 1,8	- 1,2	0,4	0,2
Café-thé...	1,8	3,4	1,9	- 1,6	- 3,5	1,2	5,7
Autres produits alimentaires...	6,0	7,4	3,4	2,1	- 2,1	0,7	0,5
Boissons non alcoolisées...	8,6	7,8	0,3	3,5	- 1,6	0,1	0,4
Boissons alcoolisées...	1,0	0,8	- 0,6	- 1,0	- 0,2	- 1,1	- 0,1
Tabac...	2,9	1,4	3,2	2,0	- 1,3	- 2,9	2,1
Ensemble de l'alimentation (y.c. Tabac)...	2,2	1,6	1,1	0,6	- 0,2	- 0,4	0,5
Ensemble de la Consommation...	4,3	5,1	3,0	1,2	-	-	-
Variation de la population...	1,05	0,9	0,4	0,5			

Source : Collections de l'INSEE, Série M, n°s 92 et 112.

La consommation de poissons, dont les prix relatifs ont moins augmenté que les prix des fromages (1,4 %) a connu une baisse très importante de 3,3 % par an en volume. Or les poissons sont moins souvent cités que les fromages et les produits laitiers, dont la consommation continue à croître fortement (tableaux 5 et 6).

TABLEAU 6

Evolution entre 1981 et 1984 de la consommation et des prix de quelques produits

	Prix relatifs	Consommation en volume
Pâtisserie fraîche...	6,2	- 5,3
Fruits et légumes frais...	7,6	1,1
Viandes de boucherie...	- 1,2	2,2
Viandes charcuterie, volailles...	- 0,5	4,5
Fromages...	1,9	4,8
Produits laitiers frais...	- 2,6	10,6
Poissons...	1,4	- 9,7

Source : Collections de l'INSEE, Série M, n° 112.

Pour les produits les plus cités, les observations récentes confirment les affirmations des enquêtés. Mais pour ceux cités par un trop petit nombre d'enquêtés (poissons, produits laitiers, fruits et légumes) les résultats sur une année sont tout à fait insuffisants. Pour affiner les interprétations, il paraît nécessaire de disposer d'évolutions.

Les comportements : liés au niveau de vie ou à sa perception ?

Si certains produits apparaissent plus fréquemment dans le discours des enquêtés que d'autres,

TABLEAU 7
Influence de l'âge

En % des répondants de la tranche d'âge considérée

	18-29 ans	30-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	Ensemble
Produits consommés davantage si le revenu augmentait...					
— crustacés, fruits de mer...	18,6	22,1	21,1	12,0	19,1
— viandes...	15,6	13,2	13,0	6,7	12,5
— poissons...	14,1	11,5	10,8	6,9	11,1
— fruits et légumes...	—	—	—	—	—
— produits de luxe...	11,9	10,7	8,6	5,2	9,5
Produits consommés moins souvent si le revenu diminuait					
— viandes...	28,5	30,4	31,7	21,3	28,5
— pâtisseries...	18,3	19,9	8,0	4,1	13,9

TABLEAU 8
Influence du revenu annuel déclaré par ménage*

En % des répondants

	Moins de 45 000 F	45 000 à 75 000 F	75 000 120 000 F	Plus de 120 000 F	Non déclaré	Ensemble
Produits consommés davantage si le revenu augmentait						
— crustacés, fruits de mer...	14,6	21,3	21,2	19,7	14,9	19,1
— viandes...	22,6	16,2	11,7	8,7	4,6	12,5
— poissons...	11,4	12,5	11,3	12,3	7,2	11,1
— fruits et légumes...	12,5	12,1	10,3	8,8	8,2	10,4
— produits de luxe...	5,5	10,6	9,4	12,7	7,5	9,5
Produits consommés moins souvent si le revenu diminuait						
— viandes...	28,8	33,9	29,1	26,5	21,2	28,5
— pâtisseries...	9,9	13,0	16,4	14,2	13,7	13,9
— fruits et légumes...	6,9	8,7	10,3	7,7	9,7	8,9
— produits de luxe...	3,0	3,9	5,2	8,6	3,4	4,9

* Francs 1985.

TABLEAU 9
**Influence du jugement porté sur l'évolution
du niveau de vie personnel depuis 10 ans**

	Beaucoup moins bien	Mieux	Ensemble
Produits consommés davantage si le revenu augmentait			
— crustacés, fruits de mer...	27,3	16,7	19,1
— viandes...	21,3	10,2	12,5
— fruits et légumes...	19,0	9,1	10,4
Produits consommés moins souvent si le revenu diminuait			
— viandes...	37,5	22,9	28,5
— pâtisseries...	17,5	15,7	13,9

il existe également des différences entre les populations concernées (tableaux 7 à 9).

Dans les tableaux ci-dessus, nous avons mis en évidence le rôle de deux facteurs objectifs : l'âge et le niveau de revenu. Un autre tableau confronte

les produits cités avec l'opinion des Français sur l'évolution de leur niveau de vie depuis 10 ans.

L'envie de mettre à sa table plus de viandes de meilleure qualité est caractéristique des ménages défavorisés et décline très nettement quand le revenu croît (de 23 % à 9 %). Inversement, la consommation de produits de luxe ne se montre sensible au revenu que dans les catégories favorisées, qui en consomment déjà : 11 % des cadres moyens (contre 5 % en moyenne) envisagent des restrictions sur ce poste. Les autres modifications éventuelles de l'alimentation dépendent peu du revenu, même si les enquêtés les plus pauvres se montrent moins friands de crustacés et de fruits de mer que les autres.

Manger davantage de poissons intéresse surtout les jeunes, particulièrement les jeunes hommes (20 % des hommes de moins de 30 ans). Ce sont également les tranches d'âge relativement jeunes (moins de 50 ans) qui envisageraient le plus facilement des restrictions sur les pâtisseries.

Mais si le revenu du ménage et l'âge influencent la sensibilité vis-à-vis de l'alimentation, le jugement porté par les Français sur l'évolution passée de leur niveau de vie joue un rôle aussi important,

sinon plus. Les plus pessimistes sont les plus nombreux à avoir envie de consommer davantage de crustacés et de fruits de mer, de fruits et légumes : respectivement 27 % et 19 % d'entre eux contre 19 % et 10 % en moyenne. Ils sont presque aussi friands que les personnes aux revenus faibles de viandes chères (respectivement 21 % et 23 %). C'est également parmi eux que l'on trouve le plus de personnes qui envisagent des restrictions sur les viandes (37 % contre 28 % en moyenne). Il semblerait que pour certaines questions, le jugement porté par les enquêtés sur l'évolution du revenu soit plus explicatif que le revenu lui-même. Ce jugement contient en effet les traces d'un contexte psychologique et social qui joue aussi sur les opinions².

La santé dans l'assiette

Les repas copieux font partie des plaisirs des pays où menace la pénurie alimentaire. Dans notre société d'abondance relative, la quantité de nourriture, sa valeur énergétique importent moins que sa qualité : 4 % seulement des Français pensent qu'une alimentation doit être avant tout abondante. Mais la définition de cette qualité n'est pas la même pour tout le monde. Entre une nourriture « digeste et légère » (38 %), une alimentation qui satisfait le palais (28 %), et une alimentation avant tout à base de produits naturels (30 %), les avis sont partagés.

Les médecins et les diététiciens soulignent les dangers d'une nourriture déséquilibrée, trop riche. Il ne s'agit plus seulement de se nourrir pour vivre, mais de se nourrir pour vivre le plus longtemps possible, pour éviter les récifs du « trop de ceci » ou du « pas assez de cela » qui rapprochent l'homme de la mort ou de la maladie. Être sensible aux arguments des médecins, privilégier l'aspect « digeste et léger » de la nourriture sont des attitudes plus fréquentes chez les femmes, les personnes qui suivent un régime alimentaire, ainsi que chez les personnes âgées, donc pour celles déjà confrontées à des problèmes de poids ou de santé.

Les associations de consommateurs, elles aussi, se préoccupent de la santé. Leur action est plutôt centrée sur l'abus de produits chimiques dans la nourriture. Les Français leur font confiance puisque pour 55 % d'entre eux, les associations de consommateurs sont les mieux placées pour informer le public sur l'alimentation. Les médecins ne sont choisis que par 33 % des enquêtés ; les agriculteurs, les pouvoirs publics et les industries agro-alimentaires ne semblent pas, dans l'esprit du public, bien placés pour informer sur ce sujet. Mais tous les publics ne placent pas ce problème au même niveau. Mettre en avant le caractère

naturel de l'alimentation avant toute autre considération est caractéristique des populations rurales (38 % des habitants des villages de moins de 2 000 habitants, 23 % des parisiens), ainsi que des personnes au revenu peu élevé.

A l'opposé des deux populations précédentes, existent ceux pour lesquels l'alimentation doit avant tout être un plaisir, et qui préfèrent la lecture du « Gault et Millaut » à celle de « 50 millions de consommateurs ». Ce sont plutôt des hommes et surtout des hommes jeunes : 43 % des hommes de moins de 35 ans, 24 % des hommes de plus de 65 ans, 25 % des femmes de moins de 35 ans, 15 % des femmes de plus de 65 ans.

Le « naturel » l'emporte sur le « diététique »

Les craintes des Français se polarisent essentiellement autour des produits chimiques, des conserves, de tout ce qui apparaît comme peu naturel, comme le veau aux hormones. Les considérations diététiques, qui devraient entraîner une certaine méfiance vis-à-vis des sucres et des graisses, restent marginales face à la crainte des « produits chimiques ». Pourtant, dans les 36 % de la population qui déclarent craindre certains produits, il existe une sur-représentation des personnes qui suivent un régime. Mais même parmi ces dernières, la peur des produits chimiques l'emporte.

La majorité des Français déclare explicitement acheter certains produits car ils sont « bons pour la santé ». Dans cette population soucieuse de sa santé, les femmes sont plus nombreuses que les hommes, on trouve plus de personnes qui suivent un régime qu'en moyenne, et moins d'habitants de petites agglomérations.

Parmi les produits jugés « bons pour la santé », les fruits et légumes viennent largement en tête, suivis par les produits laitiers. Viandes, poissons et céréales sont peu cités (9 %, 6 %, 3 %). Quelques produits modernes dans leur dénomination apparaissent également « diététiques », « biologiques » (tableau 10).

Ces comportements déclarés restent peu explicatifs de l'évolution réelle des comportements alimentaires. Les alcools, les graisses apparaissent très peu dans les produits que l'on craint pour des raisons de santé. Or, l'une des explications probables de la diminution de leur consommation est une meilleure prise en compte des risques liés à leur consommation, et 22 % des Français suivent un régime. Inversement, la consommation de conserves, de préparations contenant des produits chimiques, si redoutés apparemment, continue à croître, même si on préfère désormais les produits surgelés aux conserves traditionnelles.

2. Sur ce point voir dans ce numéro L. Lebart « *Comment se forme et se déforme la perception du niveau de vie* ».

TABLEAU 10

Qu'est-ce qui est bon pour la santé, qu'est-ce qui est mauvais pour la santé dans l'esprit des Français ?

Y a-t-il des produits alimentaires que vous craignez en raison de maladies qu'ils pourraient éventuellement entraîner ?	
Oui : 36 %	
Lesquels ? ¹	%
conserves...	8,6
produits chimiques...	6,2
veau...	4,7
viandes en général...	4,5
coquillages, crustacés...	3,8
graisses-huiles...	3,8
congelés...	2,0
légumes...	2,1
sucre...	1,9
charcuterie...	1,7
porc...	1,7
fruits traités...	1,4
laitages...	1,3
boissons sucrées...	1,2
poissons...	1,1
alcool...	0,9
poulet...	0,7
pâtisseries...	0,4
fast-food...	0,3
Y a-t-il des produits alimentaires que vous achetez parce qu'ils sont bons pour la santé ?	
Oui : 57 %	
Lesquels ? ¹	%
légumes...	28,1
fruits...	23,9
laitages...	17,8
viandes...	8,7
poissons...	6,1
céréales...	3,0
produits diététiques...	2,6
produits biologiques...	2,6
miel...	1,6
huile-margarine...	0,9
sucreries, pâtisseries...	0,6
eau minérale...	0,6
œufs...	0,4

1. Les deux premiers produits cités ont été relevés. Aucune liste n'était proposée.

Si le marché des produits laitiers frais semble en pleine expansion et se substitue à la moindre consommation de lait, celui des fruits et légumes est loin de refléter l'enthousiasme des enquêtés pour leurs bienfaits sur la santé. Comme nous l'avons vu au chapitre précédent ceux-ci ont dû supporter le lourd handicap d'une évolution des prix relatifs extrêmement défavorable. La stabilité de la consommation des fruits et légumes entre 1981 et 1984, malgré une hausse importante des prix relatifs reflète peut-être une préoccupation liée à la santé.

Motifs de consommation ou de rejet des produits transformés

La consommation des aliments transformés, ou perçus comme tels (viande en barquette) est en croissance rapide dans tous les pays industrialisés. De nouveaux produits, de nouveaux types de conditionnement apparaissent chaque jour.

Chaque produit a des caractéristiques spécifiques correspondant à des goûts et des pratiques différentes. En posant une batterie de questions concernant leur usage, nous ne nous intéressons pas aux fréquences de consommation, mais aux raisons qui déterminent cet usage ou non-usage. Sept produits d'utilisation particulièrement répandue ont été sélectionnés : les légumes surgelés, les plats cuisinés surgelés, la purée en sachet, le potage en sachet, le potage en boîte, les plats cuisinés en conserve, la viande en barquette. Les critères proposés pour justifier l'utilisation de ces produits étaient la commodité d'emploi, le prix, le goût et la préférence pour les produits naturels (tableau 11).

TABLEAU 11

Motifs de consommation des produits transformés
En % des personnes interrogées

	des légumes surgelés	des plats cuisinés surgelés	de la purée en sachet	du potage en sachet	du potage en boîte	des plats cuisinés en conserve	de la viande en barquette
Pourquoi consommez-vous...							
c'est pratique...	34,9	22,6	37,6	43,5	12,1	31,7	30,2
c'est bon...	10,9	4,5	3,0	4,7	5,7	3,9	9,1
ce n'est pas cher...	2,1	0,6	0,9	1,2	0,4	1,1	10,2
Total des consommateurs...	48,0	27,7	41,5	49,4	18,1	36,6	49,5
Pourquoi ne consommez-vous pas...							
ce n'est pas bon...	4,6	10,0	20,3	16,4	25,9	18,9	14,3
c'est cher...	4,0	10,8	0,7	0,6	10,1	4,4	2,7
je préfère ce produit frais...	43,4	51,5	37,5	33,6	45,9	40,1	33,5
Total des non-consommateurs...	52,0	72,3	58,2	50,6	81,9	63,4	50,5
Ensemble (Effectifs)	100 (2 000)	100 (2 000)	100 (2 000)	100 (2 000)	100 (2 000)	100 (2 000)	100 (2 000)

Quel que soit le produit considéré, la commodité d'emploi (« c'est pratique ») est la première raison pour laquelle les enquêtés le consomment. La préférence pour les produits frais est le principal motif de rejet. Les critères de goût ou de prix (« c'est bon, ce n'est pas cher ») apparaissent très rarement déterminants pour expliquer l'achat des produits proposés. Les produits pour lesquels les critères « bon, pas cher » semblent décisifs, les légumes surgelés et la viande en barquette sont les moins « transformés » de cette liste, ils ne sont pas « cuisinés ». De même, le prix n'est pas non plus un motif de non-consommation important (pas plus de 10 % de l'échantillon). Certains produits peuvent être refusés parce que « pas bons » par une part relativement importante des enquêtés qui atteint par exemple un quart pour les potages en boîte.

Une analyse factorielle des correspondances montre que les enquêtés ont tendance à avancer le même critère de choix ou de rejet pour l'ensemble des produits proposés.

On peut ainsi définir cinq groupes relativement homogènes suivant ce que chacun met en avant le plus souvent :

- a. « je préfère les produits frais » 39 %
- b. « c'est pratique » 28 %
- c. « ce n'est pas bon » 16 %
 - « c'est bon » 9 %
- d. « c'est cher » 9 %

a. La préférence systématique pour les produits « frais »

Le groupe le plus important, le plus homogène également est formé de ceux qui expriment en premier lieu leur préférence pour les produits frais. Ce refus des produits transformés, s'il touche une grande part de la population, est particulièrement marqué chez les personnes âgées (50 % de plus de 65 ans), donc les retraités (54 % d'entre eux), ainsi que les habitants des petites agglomérations (49 % des habitants des agglomérations de moins de 2 000 habitants) et les exploitants agricoles (58 % d'entre eux).

Ces adeptes des produits frais ne se disent contraints ni par le temps, ni par l'argent dans le choix de leur alimentation. Plus souvent que dans l'ensemble, ils estiment qu'une bonne alimentation est une alimentation à base de produits naturels (35 % contre 30 %) et sont un peu plus nombreux que la moyenne à suivre un régime alimentaire.

b. La commodité d'emploi

Le deuxième groupe par ordre d'importance est formé des Français qui consomment des produits transformés parce que « c'est pratique » (28 %). Cette attitude est particulièrement répandue parmi les jeunes (37 % des 20-29 ans), les parisiens (38 % d'entre eux), les classes sociales favorisées (44 %

des cadres supérieurs, professions libérales ; 40 % des diplômés de l'enseignement supérieur contre 19 % pour ceux qui n'ont aucun diplôme), et plus généralement les actifs.

Cette attitude est beaucoup plus fréquente chez les jeunes que chez les personnes âgées : le pourcentage décroît de 37 % chez les 20-29 ans à 17 % pour les plus de 65 ans. Toutefois on remarque chez les moins de 20 ans une attitude un peu différente : moins nombreux que dans la classe d'âge supérieure à faire partie du groupe qui prône la commodité (27 % considèrent les produits transformés comme « pratiques »), ils sont plus nombreux que la moyenne à les trouver « bons ». Toutefois, l'effectif de cette classe d'âge nous paraît insuffisant pour assurer des conclusions fiables. Les catégories pour lesquelles la commodité d'emploi est la moins citée sont les exploitants agricoles (9 %), ainsi que les retraités (18 %) et les ménagères (24 %). Dans la population attachée au côté « pratique » des aliments on trouve une forte proportion de personnes qui ne rentrent pas chez elles pour déjeuner (33 % contre 22 % en moyenne) et mangent à la cantine ou au café. Plus souvent qu'en moyenne, elles aimeraient accorder moins de temps aux courses et iraient plus souvent au restaurant si elles avaient plus d'argent.

Comme on vient de le voir, ces deux attitudes « c'est pratique », « je préfère les produits frais » caractérisent des populations bien différentes : d'un côté les jeunes, riches, parisiens, de l'autre, les personnes âgées, retraitées, habitant des petites agglomérations.

c. Les critères de goût

Les deux derniers groupes définis mettent en avant des problèmes de goût et sont beaucoup moins caractéristiques. Ceux qui consomment des produits transformés parce que « c'est bon » paraissent un peu plus jeunes. Plus souvent que la moyenne, ils ne sont pas satisfaits de leur logement et ils ressentent certaines contraintes budgétaires sur leur alimentation : s'ils avaient moins d'argent, ils consommeraient moins certains produits, et ils souhaiteraient aller plus souvent au restaurant s'ils en avaient plus.

Comme on le voit, peu de caractéristiques socio-démographiques ressortent de cette description.

Quant à ceux qui rejettent les produits transformés parce que « ce n'est pas bon », les éléments les identifiant sont peu nombreux. Ils s'imposent moins de restrictions que la moyenne des Français (55 % contre 66 %), et leurs dépenses de logement sont plus souvent négligeables (19 % contre 13 %). On remarque également qu'ils sont un peu plus nombreux parmi les célibataires.

d. Les contraintes de budget

Les personnes qui refusent de consommer les produits transformés à cause de leur prix sont peu

nombreuses (9 %), mais bien cernées. Ce sont plus fréquemment des personnes à revenu faible (25 % contre 13 % en moyenne), des ménagères (29 % contre 19 %) et des personnes non diplômées (40 % contre 25 %). Beaucoup d'entre elles s'imposent régulièrement des restrictions sur certains postes de leur budget (79 % contre 66 % en moyenne) et notamment sur l'alimentation (36 % contre 19 % dans l'ensemble).

Un certain nombre d'autres caractéristiques montrent qu'il s'agit d'une population défavorisée : pas de vacances ces douze derniers mois, « impossible de boucler le budget » sans les prestations familiales. Lors d'un achat alimentaire, ces personnes prêtent particulièrement attention aux prix. Si elles disposaient de plus de ressources elles consommeraient moins certains produits, particulièrement les pommes de terre et consommeraient plus souvent d'autres produits. Elles inviteraient également plus souvent des amis.

Les contraintes de temps

Comme nous venons de le voir, les caractéristiques des personnes qui, systématiquement, « préfèrent les produits frais », rejoignent celles des enquêtés qui ne ressentent pas de contraintes budgétaires sur leur alimentation : personnes âgées, ruraux.

TABLEAU 12

Attitudes vis-à-vis des activités ménagères

Aujourd'hui, si la possibilité vous en était offerte, consacreriez-vous...

	à faire les courses	à faire la cuisine	à la durée des repas
plus de temps...	20,7	29,1	25,3
moins de temps...	14,3	10,8	4,0
autant de temps...	64,9	60,1	70,7
<i>Ensemble</i>	100,0	100,0	100,0

Si dans leur grande majorité, les Français ne désirent pas modifier le temps qu'ils consacrent aux activités ménagères liées à l'alimentation (courses, cuisine, repas) c'est également dans cette population que l'adéquation entre les possibilités et les souhaits est la plus fréquente (tableau 12). On la rencontre plus souvent chez les personnes âgées, les retraités (83 %), particulièrement dans les villes petites et moyennes, que parmi les actifs (55 %), surtout ceux qui avouent l'existence de conflits entre le travail et leur vie personnelle (46 %).

Faire les courses : trop long pour les cadres supérieurs

Si les actifs ressentent plus fortement les contraintes de temps, leurs souhaits ne vont pas dans le même sens : certains voudraient pouvoir consacrer plus de temps à ces activités, d'autres les réduire autant que possible.

En ce qui concerne le temps passé à faire les courses, la différence entre catégories sociales est sensible. Les commerçants et artisans ont moins souvent envie que les autres actifs de modifier le temps passé aux courses. Quand ils envisagent cette éventualité, c'est principalement pour faire des courses plus souvent (28 % contre 11 %). Si les ouvriers, les employés préfèrent eux aussi consacrer plus de temps à faire les courses (mais moins nettement que les premiers), les cadres supérieurs et professions libérales, eux, verraient volontiers cette partie de leur emploi du temps diminuer. Les habitants des grandes villes, les détenteurs du bac ou d'un diplôme de l'enseignement supérieur, les hommes jeunes, les « couche-tard » sont également sur-représentés parmi les personnes qui souhaiteraient passer moins de temps à faire les courses.

Vouloir consacrer plus de temps ou moins de temps à faire les courses qu'on ne le fait actuellement est lié à certaines attitudes vis-à-vis de l'alimentation.

Ceux qui aimeraient accorder plus de temps aux achats sont plus nombreux à rentrer chez eux pour le déjeuner. De manière générale, ils se préoccupent davantage de l'alimentation et se montrent moins souvent satisfaits de leur nourriture que l'ensemble des Français. Ils attachent plus d'importance à l'étiquetage des produits : nombre de calories, conseils d'utilisation, teneur en lipides, glucides.

Ceux que les courses ennuiement rentrent peu chez eux pour déjeuner et consomment souvent des produits transformés parce que « c'est pratique ».

Les jeunes tentés par l'art culinaire

Si l'on a vu que l'attitude vis-à-vis du temps passé à faire les courses dépendait énormément de la classe sociale, l'attitude vis-à-vis du temps passé à cuisiner est plutôt liée à l'âge. Les jeunes (20-29 ans), hommes ou femmes, se montrent très désireux de passer davantage de temps à la cuisine. L'envie de s'exercer à l'art culinaire décline peu à peu au fil des ans : de 46 % des 20-29 ans à 26 % des 50-64 ans et à 7 % des plus de 65 ans. D'autre part, elle croît avec le niveau d'instruction : 22 % des non diplômés, 36 % des titulaires du baccalauréat.

Les personnes qui souhaiteraient consacrer plus de temps à la cuisine se montrent également très

sensibles aux contraintes financières qui encadrent leur budget alimentation : si elles avaient plus d'argent, elles inviteraient des amis plus souvent, consommeraient plus certains produits (viandes...), moins d'autres (pâtes, conserves,...). Elles suivent moins de régimes que la moyenne. Dans cette population sont sur-représentés les célibataires, les concubins, les chômeurs, les personnes qui s'imposent régulièrement des restrictions sur différents postes de consommation.

11 % des enquêtés souhaiteraient passer moins de temps à faire la cuisine. Cette attitude est particulièrement fréquente à Paris et dans les autres grandes villes (17 %), et parmi les titulaires du bac (15 %). De façon logique, ces personnes consomment des produits transformés à cause de leur commodité d'emploi.

Des désirs à la réalité

Des souhaits opposés ne reflètent pas toujours des comportements dissemblables. Ainsi, aucune différence n'est observée sur le temps passé à faire les courses, qu'on veuille le réduire ou l'augmenter (tableaux 13 et 14).

Pour l'activité culinaire, le lien entre les souhaits et la pratique est inversé, selon que l'on considère les hommes ou les femmes. Les hommes qui aimeraient passer davantage de temps derrière les fourneaux y sont déjà les plus assidus (2,9 h contre 2,3 h en moyenne), même si cela reste marginal par rapport au travail féminin. Les femmes qui expriment le même désir sont celles qui y passent

TABLEAU 13

Temps passé aux différentes activités liées à l'alimentation selon l'attitude vis-à-vis de ces activités

	Nb. heures moyen	
	Hommes	Femmes
Courses		
— plus de temps...	2,0	3,6
— moins de temps...	1,7	3,6
— autant de temps...	2,0	3,6
<i>Ensemble</i>	2,0	3,6
Cuisine		
— plus de temps...	2,9	7,8
— moins de temps...	2,2	8,4
— autant de temps...	2,0	9,8
<i>Ensemble</i>	2,3	9,0
	Hommes et Femmes	
Repas		
— plus de temps...	9,0	
— moins de temps...	7,8	
— autant de temps...	9,1	
<i>Ensemble</i>	9,0	

TABLEAU 14

Moyennes d'heures consacrées à la cuisine selon l'attitude vis-à-vis des produits transformés

Attitudes vis-à-vis des produits transformés	Hommes	Femmes
	— pratique...	2,4
— bon...	2,2	8,2
— pas bon...	2,5	9,2
— cher...	2,1	8,4
— préfère les produits frais...	2,2	10,2
<i>Ensemble</i>	2,3	9,0

le moins de temps : 2 h de moins que celles qui ne voudraient pas changer leur emploi du temps.

Il est probable que dans ces déclarations d'intention, les enquêtés retiennent davantage l'aspect festif de la cuisine, à l'occasion d'invitations, que les contraintes quotidiennes.

Comportements déclarés et observations

Schématiquement, l'âge, le niveau de revenu et le degré d'urbanisation permettent de différencier les principales attitudes vis-à-vis de l'alimentation. Les ruraux restent attachés à une alimentation à base de produits naturels et aux produits frais. Parmi les urbains et les jeunes, on apprécie la commodité d'emploi des aliments, on ressent plus fortement les contraintes de temps et de revenu. Les jeunes, surtout ceux à revenus faibles, seraient les premiers à changer leur alimentation s'ils disposaient de plus de revenu.

Les comparaisons entre les comportements déclarés et ceux observés mettent en évidence certaines divergences, ou au moins certaines difficultés d'interprétation.

Les produits cités par les Français comme les plus sensibles au revenu restent principalement des produits de type « traditionnel » : viandes, pâtisseries, fruits et légumes frais, crustacés. Seuls 2 % d'enquêtés citent les plats préparés. Or le poste « autres produits alimentaires » qui comprend entre autres les plats cuisinés, les crèmes, les potages, est le seul dont l'élasticité-revenu soit supérieure à 1 en 1980. Les Français ne pensent pas aux boissons, alors que les boissons non alcoolisées (jus de fruits), le café et le thé montrent également une élasticité-revenu importante. Inversement, les fruits et légumes sont parmi les premiers cités, alors que leur consommation est peu sensible au revenu et davantage aux prix.

Pour certains postes comme les boissons alcoolisées, les corps gras, l'analyse selon le revenu et les prix ne suffit pas à expliquer la baisse actuelle de leur consommation. Si des modifications de la pratique culinaire et une plus large prise en compte des considérations diététiques peuvent expliquer une modification du comportement du consommateur, ces produits n'apparaissent pas massivement comme des produits dont on redoute les effets sur la santé.

De manière générale, les attitudes des Français reflètent davantage les évolutions passées que les comportements à venir. Suivre les évolutions des attitudes dans le temps serait nécessaire pour dégager les grandes tendances.

Références bibliographiques

- [1] P. Combris. Une première analyse des déterminants économiques de l'évolution de la consommation alimentaire, INRA, Rungis, 1978.
- [2] D. Darmon. *Collections de l'INSEE*, Série M, N° 92.
- [3] C. et Ch. Grignon. Styles d'alimentation et goûts populaires, *Revue Française de sociologie*, n° 4, 1980.
- [4] Ph. L'Hardy. Données sociales de l'INSEE, 1984.
- [5] Ph D'Iribarne. Consommations alimentaires et comportements socio-économiques, *Consommation*, n° 2, 1977.
- [6] B. Lassaut et B. Sylvander. Rôle des caractéristiques qualitatives des aliments dans l'évolution des consommations, *Economie rurale*, n° 154, 1983.
- [7] M.A. Mercier. *Collections de l'INSEE*, Série M, n° 112.
- [8] M.A. Mercier. *Collections de l'INSEE*, Série M, n° 108.
- [9] N. Tabard. Consommation et statut social, *Consommation*, n° 2, 1972.
- [10] Thi Nguyen Huu, Y. Liautard et D. Richard. *Collections de l'INSEE*, Série M, n° 1.