



La consommation de légumes des ménages français : préparation domestique ou achats de produits transformés

Marie Plessz, Severine Gojard

► To cite this version:

Marie Plessz, Severine Gojard. La consommation de légumes des ménages français : préparation domestique ou achats de produits transformés. 2010. hal-02821835

HAL Id: hal-02821835

<https://hal.inrae.fr/hal-02821835>

Preprint submitted on 6 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**La consommation de légumes des ménages français :
préparation domestique ou achats de produits
transformés**

PLESSZ Marie, GOJARD Séverine

Octobre 2010

Working Paper ALISS 2010-07



INRA UR 1303 ALISS
65, Bd de Brandebourg
94205 Ivry-sur-Seine Cedex
France

<http://www.paris.inra.fr/aliss>

La consommation de légumes des ménages français : préparation domestique ou achats de produits transformés*

PLESSZ, Marie ¹, GOJARD, Séverine ¹

¹ INRA, UR1303 ALISS, F-94200 Ivry-sur-Seine, France

Correspondant : Marie.Plessz@ivry.inra.fr

Résumé : L'objet de ce papier est d'analyser les déterminants de la consommation de légumes des ménages français, en tenant compte des achats de produits transformés et des produits frais. La consommation de légumes ainsi appréhendée reste-t-elle déterminée par la position sociale ou repose-t-elle sur de tout autres critères, tels que l'accès aux produits ou la composition du ménage ? A l'aide des données d'achats des ménages de TNS *Worldpanel* 2007, nous montrons la prépondérance de l'âge et de la structure du ménage, mais aussi du revenu du ménage, pour expliquer les disparités dans la consommation totale de légumes. Nous nous attachons ensuite à la décomposition du panier de légumes entre produits frais et produits transformés, afin d'examiner les liens entre consommation de légumes transformés et de légumes frais. Les légumes transformés sont-ils un substitut des légumes frais, ou leurs consommations respectives sont-elles régies par des logiques différentes ? Nous nous demandons également si le recours aux produits transformés atténue ou accroît les inégalités sociales dans la consommation de légumes. Nous montrons que la consommation de légumes frais suit les mêmes déterminants que celle de légumes totaux, mais que les achats de produits transformés semblent subir une forme de nivellement, et rester à des niveaux comparables pour tous les ménages. Ainsi, les inégalités entre ménages dans la consommation de légumes reposent pour l'essentiel sur les variations de la consommation de légumes frais. En conséquence, c'est la part des produits transformés dans la consommation totale qui permet d'appréhender les recours différenciés aux légumes transformés selon les caractéristiques du ménage : elle diminue avec l'âge, avec le revenu et avec le niveau de diplôme.

Mots-clés : SOCIOLOGIE, PRATIQUE ALIMENTAIRE, INEGALITE SOCIALE, LEGUME, PRODUIT TRANSFORME, DONNEE D'ACHAT DES MENAGES, FRANCE

* Ce travail s'inscrit dans le cadre du projet « Gouverner les conduites des consommateurs : les cas des politiques de lutte contre l'obésité et de consommation durable », coordinatrice : Sophie Dubuisson-Quellier, programme ANR « Gouverner et administrer » 2008. Nous remercions chaleureusement Christine Boizot-Szantai pour l'aide qu'elle nous a apportée dans l'exploitation des données et Faustine Régnier pour sa relecture.

1 Introduction : légumes frais, produits transformés et position sociale

Au cours des dernières décennies du XX^{ème} siècle, les consommations de légumes frais dans l'ensemble connaissent une évolution plutôt défavorable, qui semble compensée par une augmentation de la consommation de légumes transformés.¹ Nichèle *et al.* (2008) montrent ainsi que, entre le milieu des années 1960 et le début des années 2000, la consommation annuelle de légumes frais par personne et par an diminue de 9 kilos tandis que celle de légumes en conserve ou surgelés (augmente de 10 kilos (Nichèle, Andrieu *et al.* 2008). Il faut cependant noter que la consommation de légumes frais reste de loin supérieure à la consommation de légumes transformés (respectivement 40 kilos environ par personne et par an et près de 10 kilos pour les légumes surgelés et en conserve). Depuis les années 1990, la consommation de légumes frais se stabilise, malgré des fluctuations de court terme (Combris, Amiot-Carlin *et al.* 2008), alors que celle de produits transformés semble conserver une tendance à la hausse, pour les légumes comme pour les autres produits alimentaires (Monceau, Blanche-Barbat et Échampe 2002 ; Besson 2006 ; 2008).

L'examen des quantités consommées suggère que des produits transformés se sont progressivement substitués aux produits frais, pour les légumes comme pour la plupart des denrées alimentaires (Nichèle, Andrieu *et al.* 2008). Cette substitution, observée en moyenne sur l'ensemble des ménages, profite-t-elle de manière équivalente à toutes les catégories sociales ou tend-elle à renforcer les inégalités entre ménages ? La question mérite d'être posée dans la mesure où des travaux menés sur des données datant des années 1980 montrent que les produits transformés sont surconsommés par les ménages les plus riches ou appartenant aux fractions supérieures de la société, en raison notamment de leur prix relatif élevé (Grignon et Grignon 1981 ; 1984). La hausse observée dans la consommation de ces produits transformés pourrait aussi découler d'un effet de structure : on observe en effet que les consommations des produits privilégiés par les classes sociales en déclin numérique diminuent, tandis que celles caractéristiques des paniers alimentaires des classes sociales en expansion augmentent (Grignon et Grignon 1999). Dans le même mouvement, la hausse du taux d'activité salariée des femmes diminue le temps disponible pour les tâches domestiques : le temps consacré à la préparation culinaire diminue entre les années 1980 et les années 1990, en France comme dans d'autres pays industrialisés (Brousse 1999 ; Warde, Cheng *et al.*

2007). Le recours à des produits transformés peut découler d'un mouvement plus général de diminution du temps consacré aux tâches domestiques, que l'on observe de manière prononcée dans les classes supérieures en raison de contraintes plus fortes sur les emplois du temps professionnels (Chenu et Herpin 2002).

L'augmentation de la consommation de produits transformés peut également être imputée à des effets d'offre. Le marché de ces produits s'est développé et diversifié au cours des dernières décennies, avec une baisse de prix relatifs tandis que les prix des légumes frais sont marqués par une plus forte instabilité tout en étant sur une tendance à la hausse (Besson 2008). L'extension rapide de l'offre contribue également à expliquer que les consommations de produits transformés sont sensibles à des effets de génération, les générations les plus récentes les adoptant plus vite que les plus anciennes, en raison de modifications dans les habitudes de préparation culinaire et d'approvisionnement (Volatier 1997).

La diffusion de ces produits s'est-elle accompagnée d'une diversification des ménages concernés par ces consommations ou les produits transformés restent-ils l'apanage des classes supérieures ? Nous avons choisi de nous consacrer dans le cadre de cette contribution à l'analyse de la consommation de légumes. Le choix de ces produits renvoie à leur place privilégiée dans l'analyse des pratiques de consommation, notamment en termes de hiérarchie sociale des aliments (Grignon et Grignon 1981). Les classes supérieures ont en effet une consommation de légumes plus importante mais aussi plus variée que les classes populaires (Grignon 1984).

Ces questions s'inscrivent également dans des enjeux de santé publique : depuis le début des années 2000, les pouvoirs publics, par l'intermédiaire du Plan National Nutrition Santé (PNNS), mettent l'accent de manière visible sur la promotion de la consommation de fruits et légumes. Dans un contexte où la consommation de légumes se heurte à des temps de préparation domestique relativement élevés, le recours aux produits transformés apparaît-il une alternative crédible et si oui, pour quelles catégories de ménages ? Afin de prendre en compte ces consommations de manière exhaustive, nous considérons, dans le cadre de cet article, toutes les formes sous lesquelles les légumes sont commercialisés, depuis les légumes frais, bruts, en vrac, jusqu'aux plats composés qui intègrent au moins une portion de légumes.

Après avoir présenté quelques statistiques descriptives sur la consommation totale de légumes par les ménages français en 2007, nous en ferons une analyse toutes choses égales par ailleurs, afin notamment de pouvoir dissocier l'effet de l'âge de celui du diplôme. La consommation de légumes est-elle toujours déterminée par la position sociale ou repose-t-elle sur de tout autres critères, tels que l'accès aux produits ou la composition du ménage ? Nous montrerons la prépondérance de l'âge et de la structure du ménage, mais aussi du revenu du ménage, pour expliquer les disparités dans la consommation totale de légumes. Nous nous attacherons ensuite à la décomposition du panier de légumes entre produits frais et produits transformés, afin d'examiner les liens entre consommation de légumes transformés et de légumes frais. Les légumes transformés sont-ils un substitut des légumes frais, ou leurs consommations respectives sont-elles régies par des logiques différentes ? Nous nous demanderons également si le recours aux produits transformés atténue ou accroît les inégalités sociales dans la consommation de légumes. Nous montrerons que la consommation de légumes frais suit les mêmes déterminants que celle de légumes totaux, mais que celle des produits transformés semble subir une forme de nivellement, et rester à des niveaux comparables pour tous les ménages. Ainsi, les inégalités entre ménages dans la consommation de légumes reposent pour l'essentiel sur les variations de la consommation de légumes frais. En conséquence, c'est la part des produits transformés dans la consommation totale qui permet d'appréhender les recours différenciés aux légumes transformés selon les caractéristiques du ménage : elle diminue avec l'âge, avec le revenu et avec le niveau de diplôme.

2 La consommation totale de légumes dépend-elle de la position sociale du ménage ?

Dans un premier temps, nous examinerons les quantités consommées de légumes, quel que soit leur degré de transformation, afin de voir si elles se répartissent uniformément dans la population française ou si des disparités subsistent. Nous recourons pour ce faire aux données 2007 du panel de consommation *Worldpanel* (voir encadré). Ce sont des données d'achats relevés à l'échelle du ménage, qui excluent donc l'autoconsommation et l'alimentation hors domicile.

Présentation des données

Nous avons utilisé l'année 2007 du panel de consommateurs *Worldpanel*, dans lequel 2765 ménages ont renseigné leurs achats de certains produits alimentaires dont les fruits et légumes². Des variables de redressement permettent d'obtenir une population de ménages enquêtés dont la composition est comparable à la population française. L'avantage de ces données réside dans la précision de la description des produits et dans la mise à jour régulière des nomenclatures. Les données *Worldpanel* permettent ainsi d'évaluer la consommation de légumes des Français quel que soit leur degré de transformation par les industries agro-alimentaires. Par ailleurs, l'enregistrement des achats en continu sur l'année permet de calculer des quantités consommées par an en tenant compte de la saisonnalité des produits, particulièrement importante pour certains produits frais, tels les fruits ou les légumes. Il contourne aussi les problèmes liés à la collecte rétrospective des prises alimentaires (Escalon, Bossard *et al.* 2009).

2.1 L'âge, premier déterminant de la consommation totale de légumes

Nous avons choisi une définition des légumes (hors pommes de terre) qui couvre la plus large gamme possible de produits qui en contiennent (voir annexe 5.2). Nous avons ainsi pris en compte, outre les légumes frais, une large variété de produits qui ont été transformés, à un degré variable, par les industries agro-alimentaires :

- les crudités épluchées en sachet (salade en sachet) ;
- les légumes congelés après avoir été simplement blanchis (« surgelé cru ») ;
- les conserves de légumes, y compris les légumes sous vide (haricots verts en boîte ou en bocal...) ;
- les potages qu'ils soient liquides ou déshydratés ;
- les légumes cuisinés qu'ils soient en conserve, surgelés ou frais (ratatouille en boîte, poêlée de légumes...) ;
- les plats composés contenant au moins une portion de légumes (ex : lasagnes aux légumes, plat de colin, riz et petits pois...) quel que soit leur conditionnement (surgelés, sous vide, conserve, barquette, frais), y compris les petits pots et plats préparés destinés aux bébés.

² Pour une présentation détaillée de ces données, voir annexe 5.1. et Nichèle *et al.* (2008).

Les quantités sont mesurées en grammes par unité de consommation (UC) et par an et c'est le poids total de l'article qui a été retenu dans tous les cas. En effet nous n'avons aucun moyen de savoir quelle est la proportion de légumes dans un potage (qui contient généralement aussi des pommes de terre) ou dans un plat composé³. Malgré cette limite, nous avons tenu à inclure ces deux types de produits contenant des légumes, car notre objectif est bien de capter toutes les formes sous lesquelles les ménages peuvent consommer des légumes. De ce point de vue, inclure les légumes achetés pour cuisiner chez soi une soupe, par exemple, mais exclure la soupe achetée « toute prête » serait un artefact.

En 2007 les ménages achètent en moyenne 64kg de légumes par UC et par an mais 50% d'entre eux en achètent moins de 54kg⁴. La Figure 1 présente les quantités totales de légumes achetés (par UC et par an) en fonction des caractéristiques sociodémographiques. Nous avons examiné les variables les plus pertinentes au vu de la littérature consultée : l'âge, la structure du ménage et le revenu ainsi que le diplôme. Nous n'avons pas utilisé la catégorie socioprofessionnelle parce que les effectifs par catégorie sont insuffisants dans *Worldpanel* (pour certaines modalités). Nous utilisons le fait de disposer d'un potager pour capter l'effet de l'autoconsommation.

Les variables qui affectent le plus la consommation de légumes sont l'âge de la panéliste et la composition du ménage. Les achats de légumes sont plus importants dans les ménages où la panéliste est âgée. Les familles avec enfants et les hommes seuls consomment moins de légumes que les femmes seules et les couples sans enfants⁵. Ainsi une personne de plus de 60 ans achète presque deux fois plus de légumes qu'une personne de moins de 30 ans. Par contraste, les variations en fonction du niveau d'étude, du revenu par tête ou de l'accès à un potager sont relativement faibles. En outre, les fortes variations dans les quantités de légumes achetées en fonction de l'âge expliquent sans doute en partie les autres variations observées. Ainsi l'âge moyen des panélistes selon le type de ménage est de : 61 ans pour une femme seule, 46 pour un homme seul, 56 ans pour les couples sans enfants et 40 ans pour les couples avec enfant. Les personnes qui ont le niveau collège ont en moyenne 58 ans contre 41 pour

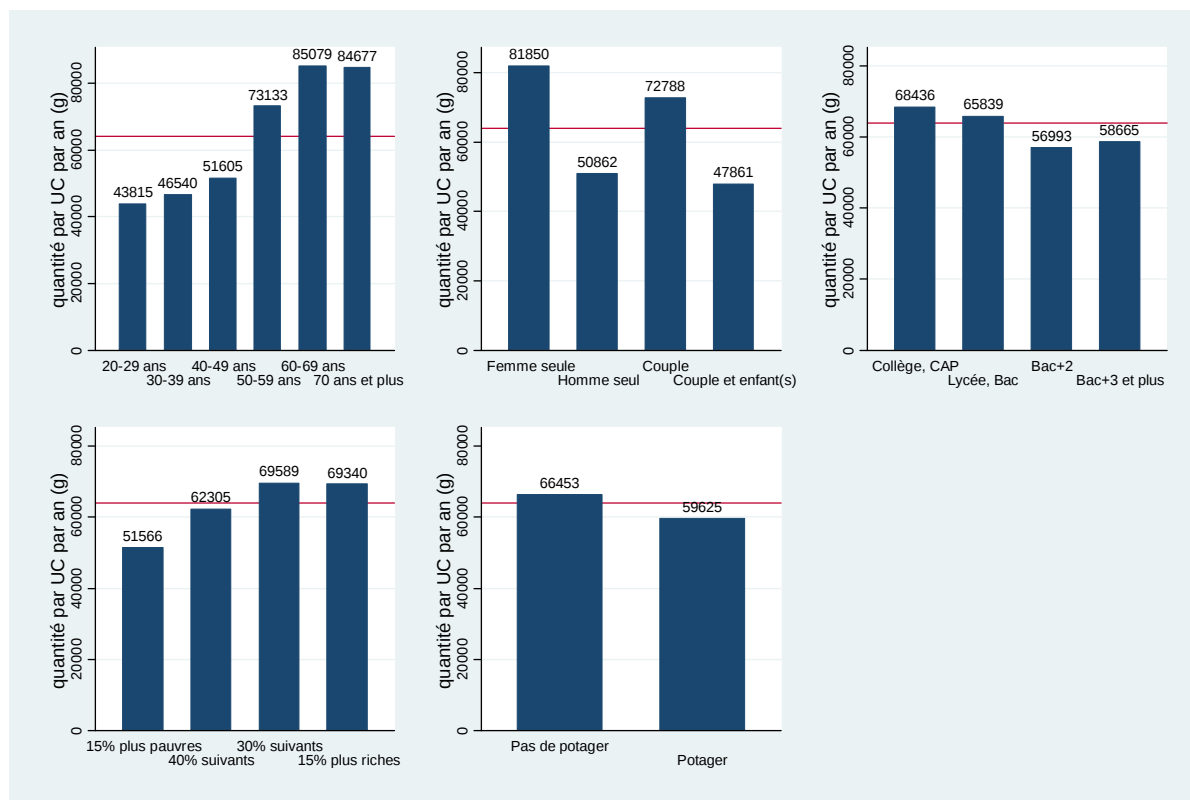
³ Les plats composés représentent toutefois à peine plus de 5% des quantités de légumes achetés, voir Tableau 2.

⁴ Par comparaison, dans l'enquête Individuelle Nationale sur les Consommations Alimentaires 2006 (INCA 2) basée sur les déclarations des aliments effectivement mangés, un adulte de 18 à 79 ans mange en moyenne 159g/jour de légumes ou légumes secs (hors plats composés) soit 54,4kg/an/personne (Lafay 2009, p. 50). Les différences dans la méthodologie et la délimitation des légumes entre les deux enquêtes sont à l'origine de cet écart.

⁵ Il s'agit ici de couples sans enfant cohabitants, donc aussi bien des couples jeunes n'ayant pas (encore) d'enfants que des couples plus âgés dont les (éventuels) enfants sont partis du domicile.

celles qui ont un diplôme du supérieur, ce qui peut expliquer que les plus diplômés consomment un peu moins de légumes que les moins qualifiés.

Figure 1 : Quantité totale de légumes achetés selon la situation du ménage (g/UC/an)



Note : Quantité moyenne : 64 000g/UC/an. *Worldpanel* 2007. Échantillon Fruits et légumes pondéré.

Dans l'enquête INCA 2 (Lafay 2009, p. 191), le lien entre âge et consommation de légumes est similaire à celui que nous observons ici. INCA 2 révèle également un lien positif entre consommation de légumes et diplôme une fois neutralisé l'effet de l'âge et du sexe. Il s'agit donc à présent de séparer l'effet des différentes caractéristiques repérées ici, grâce à des régressions multivariées. Est-ce que, une fois tenu compte de variables comme l'âge ou le fait de disposer d'un potager, la position sociale (mesurée par le revenu et le niveau d'études) a un effet sur les quantités totales de légumes achetés ?

2.2 L'effet propre de la position sociale sur les achats de légumes

Nous réalisons ici une régression (avec mesure robuste de la variance⁶) pour prédire la quantité totale de légumes achetés par UC et par an (en grammes). En outre nous introduisons deux variables de contrôle. Par la variable « contrôle repas » nous tenons compte de la

⁶ Cette mesure de la variance produit des erreurs standard plus amples, mais robustes quand l'hypothèse d'homoscédasticité des résidus n'est pas respectée, comme c'est le cas ici.

différence entre la taille du ménage (qui détermine le nombre d'unités de consommation) et le nombre de repas effectivement pris au domicile (voir annexe 5.2)⁷. En contrôlant également le fait de disposer d'un potager, nous tenons compte, dans une certaine mesure, du fait que l'autoproduction peut se substituer à l'achat de légumes. Le fait d'avoir un potager diminue ainsi de 10,9kg les achats de légumes frais sur l'année (par UC), toutes choses égales par ailleurs. On confirme ainsi que les ménages qui ont un potager achètent moins de légumes, comme le suggérait la Figure 1.

Tableau 1 : Déterminants des quantités totales de légumes achetés en g/UC/an (régression linéaire robuste)

Variable	Coefficient
Contrôle repas	18972***
Contrôle potager	-10928***
20-29 ans	-12290***
30-39 ans	-4784*
40-49 ans (réf)	0
50-59 ans	11484***
60-69 ans	20382***
70 ans et plus	20359***
Femme seule	3509
Homme seul	-18646***
Couple (réf)	0
Couple et enfants	-8567***
Revenus 15% inférieurs	-5501*
Revenus 40% suivants (réf)	0
Revenus 30% suivants	5331**
Revenus 15% supérieurs	6727**
Collège, BEP CAP (réf)	0
Lycée, bac	3290
Bac+2	3230
Supérieur à bac+2	3932
Constante	44774***
N	2624
r ²	23.9%

Note : * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001. Données *Worldpanel* 2007, échantillon Fruits et légumes non pondéré.

Lecture : un homme seul achète 18646g de légumes (par UC et par an) de moins qu'un couple sans enfants à diplôme, revenus, âge identiques, une fois tenu compte des repas pris à domicile et de l'accès à un potager.

Toutes choses égales par ailleurs, l'effet propre de l'âge et de la composition du ménage restent massifs. Une personne de moins de 30 ans achète presque 33kg de légumes de moins (par UC et par an) qu'une personne de plus de 70 ans. De la même façon, la consommation annuelle de légumes d'un homme seul est inférieure de plus de 18kg à celle d'une femme seule ou en couple. Les familles avec enfants se situent entre ces deux pôles. En comparant les couples avec et sans enfants, il faut garder en mémoire que ces catégories mêlent chacune

⁷ Les achats peuvent en effet dépendre de la proportion de repas pris au domicile, elle-même variable selon les ménages. Par exemple dans l'enquête INCA 2, les enfants et les personnes de 18 à 55 ans prennent en moyenne plus d'un tiers de leurs déjeuners à l'extérieur contre 14% pour les 55-79 ans (Lafay 2009, p. 41-47).

au moins deux types de situations hétérogènes. Parmi les couples sans enfant on compte aussi bien les jeunes couples qui n'ont pas encore d'enfant, que ceux plus âgés dont les enfants sont partis (ou qui n'en ont jamais eu). De même, parmi les ménages avec enfants certains ont de jeunes enfants auxquels ils peuvent dans une certaine mesure imposer (et ainsi transmettre) leurs choix alimentaires, d'autres ont des enfants plus âgés, adolescents, qui ont pu acquérir une certaine autonomie dans leurs goûts comme dans leurs pratiques alimentaires (Diasio, Hubert et Pardo 2009).

L'effet du revenu sur la consommation de légumes, qui apparaît ici net de l'effet de l'âge et de la composition du ménage, est significatif et positif : les 15% les plus riches achètent plus de 12kg/UC/an de légumes de plus que les plus modestes. Toutefois le diplôme n'a pas d'effet significatif sur la consommation de légumes. L'impression donnée par les statistiques descriptives d'une diminution des achats de légumes au fur et à mesure que le diplôme augmente n'est donc pas confirmée une fois tenu compte de l'âge et du revenu. C'est bien parce qu'ils sont plus âgés que les ménages les plus diplômés dans leur ensemble achètent moins de légumes frais.⁸

Il semble donc que les quantités de légumes achetés et consommés au domicile dépendent en premier lieu de la situation démographique du ménage, en particulier sa composition et l'âge de ses membres. Cela renvoie potentiellement à un effet du cycle de vie qui va de pair avec l'évolution de la composition du ménage. Mais un effet de génération intervient sans doute aussi pour expliquer la surconsommation des plus âgés (Volatier 1997). La position dans la hiérarchie sociale joue aussi un rôle mesuré ici par le revenu mais le diplôme n'a pas d'impact mesurable sur la consommation totale de légumes. Quel est le rôle des achats de légumes transformés dans ce constat ? Leur prise en compte a-t-elle pour conséquence de niveler les différences selon la position sociale, ou au contraire de les accentuer comme cela semblait être le cas dans les années 1980 ?

Par ailleurs, depuis les années 1980, les modes de vie des ménages se sont modifiés. En effet Chenu et Herpin (2002) montrent sur la base des enquêtes *Emploi du temps* 1986 et 1998 que le temps de loisir des cadres a stagné, les classes populaires disposant à la fin du XXème siècle de plus de temps de loisir que les plus diplômés. Dans le même temps le loisir des

⁸ Dans l'enquête INCA 2 les quantités de légumes mangés relevés auprès des plus diplômés (155g/jour) sont plus importantes que chez les personnes qui ont été jusqu'à l'école primaire (115g/jour) une fois tenu compte de l'âge et du sexe (mais pas du revenu), mais la définition des légumes est différente : notamment, les plats composés et potages sont exclus (Lafay 2009, p. 53).

femmes s'est accru aux dépens des tâches domestiques. On peut se demander si ces évolutions se sont accompagnées d'un recours accru aux produits transformés, en particulier dans les fractions aisées de la population.

3 Le recours aux légumes transformés : un substitut aux légumes frais ?

3.1 Les achats de légumes transformés peu sensibles à la position sociale et démographique du ménage

Sur les 64kg de légumes par UC que les ménages ont achetés en 2007 en moyenne, 39,2kg sont des légumes frais, soit 55,5% de la consommation de légumes des Français. En 2001 Nichèle *et al.* (2008) mesuraient sur le même panel de données une consommation de légumes frais d'environ 40kg par personne et par an auxquels s'ajoutaient 10kg de légumes en conserve et surgelés. Les achats de légumes surgelés et en conserve auraient augmenté depuis 2001 puisqu'ils s'élèvent en 2007 à 11,5kg/UC/an. La nomenclature utilisée par Nichèle *et al.* excluait les potages et les plats composés contenant des légumes, qui ajoutent, dans notre nomenclature, environ 10kg de légumes par UC. L'ajout des plats composés (qui tendrait à surestimer la consommation de légumes puisqu'ils contiennent d'autres aliments) n'accroît que de 2,3kg la consommation annuelle de légumes par UC.

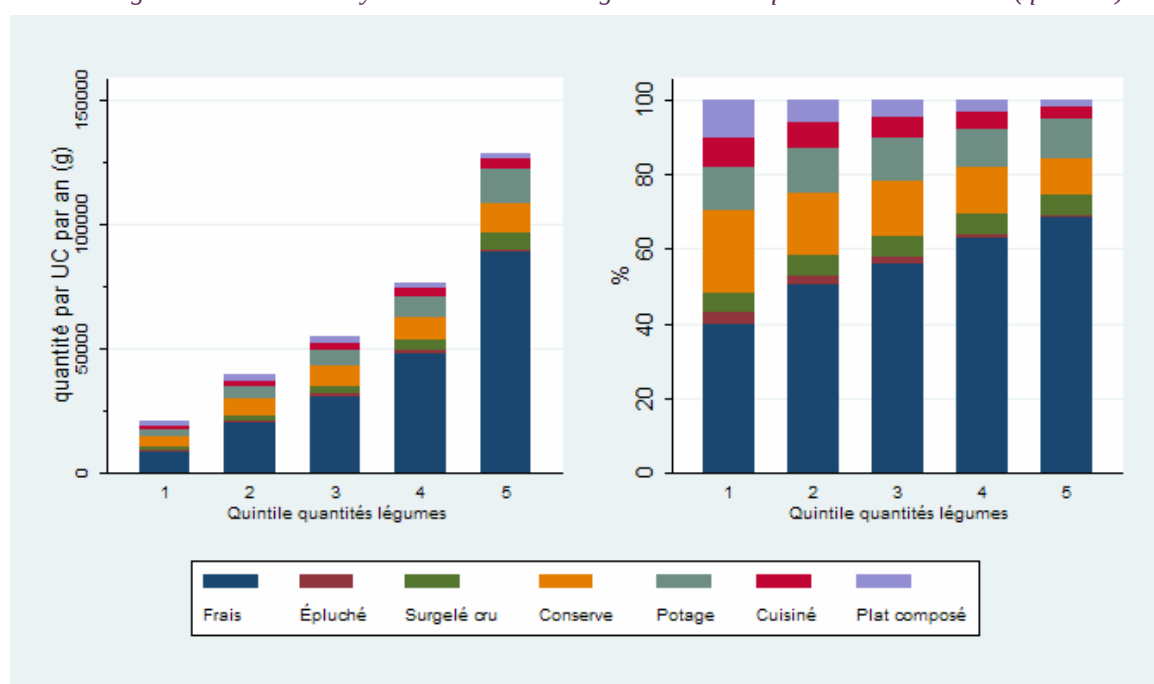
Les produits transformés étant extrêmement variés, nous présentons ici des statistiques descriptives sur la structure des achats de légumes en distinguant plusieurs catégories de produits. Les catégories renvoient au degré de transformation, compris comme le degré de simplification et le gain de temps que les produits permettent d'obtenir dans la préparation des repas (voir en annexe la construction des différentes catégories en fonction du degré de transformation des légumes). Ainsi le plat composé dispense à la fois du travail de préparation et du travail qui consiste à composer un menu puisqu'il propose en général soit un plat unique, soit une assiette apportant viande, légume et souvent féculent. Les quantités achetées en moyenne, la structure des achats (en grammes par UC sur l'année) et la dépense moyenne par kg sont présentées dans le Tableau 2. Dans la Figure 2 on compare la consommation de légumes des ménages qui en sont petits ou gros consommateurs.

Tableau 2 : Achats de légumes selon le degré de transformation (moyennes)

	Quantité (kg/UC/an)	Structure (%)	Dépense (€/kg)
Frais	39.2	55.5	2.17
Épluché sachet	0.9	1.9	7.86
Surgelé cru	3.4	5.4	2.33
Conserve	8.1	15.2	3.12
Potage	7	11.2	1.94
Cuisiné	3	5.7	3.43
Plat composé	2.3	5.1	4.34
Total	64.0 ⁹	100	2.47

Source : Worldpanel 2007. Échantillon Fruits et légumes pondéré.

Figure 2 : Structure moyenne des achats de légumes selon la quantité totale achetée (quintiles)



Source : Worldpanel 2007. Échantillon Fruits et légumes pondéré.

Lecture : les 20% des ménages qui consomment le moins de légumes (premier quintile) consomment moins de 25kg de légumes par UC et par an, dont moins de 40% sont achetés frais.

Plus un ménage achète de légumes au total, plus les produits frais sont prépondérants dans ses achats. La corrélation est d'ailleurs très forte ($r=0,9$) entre quantités de légumes frais et quantités totales de légumes tandis que la corrélation entre quantité de légumes transformés et quantités de légumes frais est faible et positive (0,15). Ainsi les 20% des ménages qui achètent le moins de légumes achètent 21kg/UC/an de légumes. Ils achètent moins de 40% de produits frais, et plus de 10% de plats composés. Au contraire, les 20% plus gros consommateurs, qui consomment plus de 128kg/UC/an, se fournissent en frais à hauteur de 68%. Parmi les produits transformés, les produits dont la part est la plus sensible aux

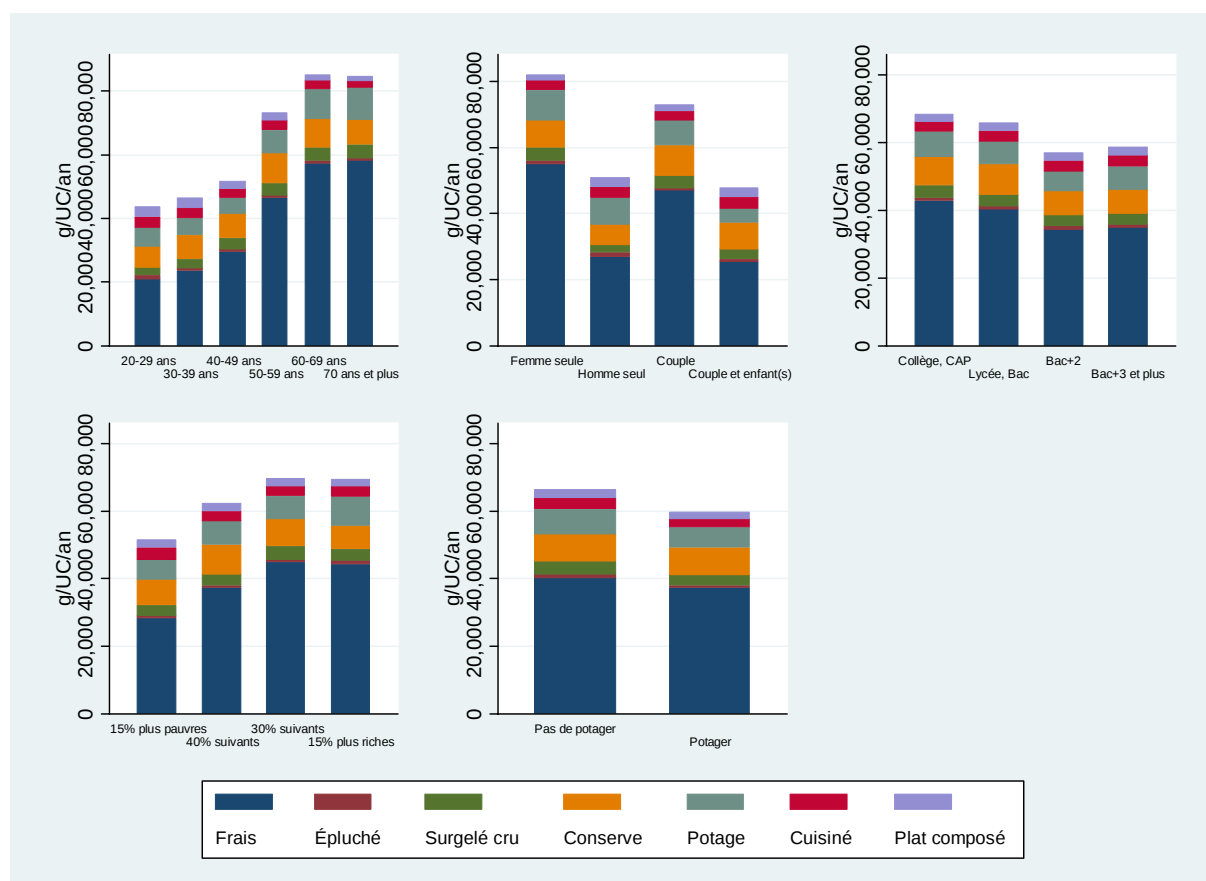
⁹ Le total peut ne pas être identique à la somme des quantités détaillées du fait des arrondis.

variations de la quantité totale de légumes achetés sont les plats composés et les légumes cuisinés, suivis des légumes en sachets et des conserves.

Nous avons montré précédemment que les ménages gros consommateurs de légumes sont plus âgés, plus souvent en couple et plus aisés que la moyenne. Nous examinons donc à présent la structure des paniers de légumes selon les variables sociodémographiques utilisées précédemment. Les paniers de légumes selon la composition du ménage et la position sociale se caractérisent par de fortes variations de la quantité de légumes frais, et des quantités de légumes transformés relativement stables quelle que soit la variable étudiée. Les catégories de légumes transformés, prises individuellement, ne présentent pas non plus de variations très fortes. Certes les crudités épluchées sont plus caractéristiques des ménages jeunes et des célibataires alors que les potages ont plus de succès chez les plus de 60 ans. Les plats composés contenant des légumes, « aliments-services » par excellence, sont très prisés par les moins de 40 ans et les hommes seuls¹⁰ mais restent présents chez les retraités, ainsi qu'à tous les niveaux de diplôme et de revenu.

¹⁰ Saint Pol montre également, par une comparaison entre la consommation alimentaire des hommes et des femmes vivant seuls, que la consommation en légumes transformés est, parmi les dépenses alimentaires, la plus affectée par le sexe (Saint Pol (de) 2008).

Figure 3 : Achats de légumes selon le degré de transformation et les caractéristiques du ménage (g/UC/an)



Données : Worldpanel 2007. Échantillon Fruits et légumes pondéré.

Le fait d'avoir un potager va de pair avec une moindre consommation de légumes transformés, en particulier très transformés. L'autoproduction ne conduit donc pas seulement à de moindres achats de légumes frais. Les ménages qui ont un potager délaissent aussi les produits transformés, soit qu'ils ne soient pas intéressés par leurs avantages (gain de temps et souvent conservation longue) soit qu'ils fassent leurs propres conserves et surgelés¹¹.

Enfin les plus diplômés consommeraient un peu moins de légumes frais. Ici aussi le fait que les moins diplômés sont en moyenne plus âgés invite à une analyse multivariée.

3.2 Les achats de légumes frais, marqueurs de la position sociale ?

Sur la base de ces statistiques descriptives il semble que la différenciation sociale des consommations de légumes ne passe pas par les quantités de produits transformés tant celles-ci semblent nivelées quel que soit le critère choisi. Ainsi une régression comparable à celle du Tableau 1 échoue à prédire les quantités de légumes transformés achetées : le R^2 est inférieur

¹¹ L'équipement des ménages paysans en congélateurs (plus rapide que celui des ménages urbains) conforte cette hypothèse (Guillou et Guilbert 1989).

à 6% et en dehors des variables de contrôle seul l'âge a un effet faiblement significatif (voir en annexe Tableau 5). Il semblerait donc qu'en 2007 le recours aux légumes sous forme de produits transformés se soit fortement nivelé et ne soit plus un marqueur de la position sociale. Ils ne sont plus l'apanage des catégories supérieures sans pour autant être devenus une consommation « populaire ». Les explications peuvent être multiples : nous avons évoqué la baisse du prix relatif et la plus large diffusion de ces produits. En tout cas la baisse du temps libre chez les cadres et du temps domestique pour les femmes n'a pas conduit à une surconsommation de ces produits par les plus aisés et les plus diplômés. Bien au contraire il semble que les plus riches se distinguent par de grandes quantités de légumes frais. Ce résultat est-il confirmé par une modélisation multivariée ?

Nous modélisons ici, par un modèle similaire à celui du Tableau 1, les quantités de légumes frais par UC et par an (en grammes). Peut-on voir dans les achats de légumes frais, plus que dans les consommations totales un marqueur de la position sociale ? Il semble que l'on puisse effectivement imputer aux produits frais l'essentiel des variations dans les consommations totales de légumes tant les coefficients du Tableau 1 et du Tableau 3 sont comparables. En effet les premiers déterminants de la consommation de légumes frais restent l'âge et la composition du ménage. Les moins de 30 ans consomment ainsi « toutes choses égales par ailleurs » 33kg de légumes frais de moins que les plus de 70 ans (par UC et par an). L'effet du revenu est comparable à ce qu'il était sur les quantités totales.

Tableau 3 : Déterminants des quantités de légumes frais achetés en g/UC/an (régression linéaire robuste)

Variable	Coefficient
Contrôle repas	10734***
Contrôle potager	-6165***
20-29 ans	-14128***
30-39 ans	-6667***
40-49 ans (réf)	0
50-59 ans	8479***
60-69 ans	17439***
70 ans et plus	18997***
Femme seule	3678*
Homme seul	-16807***
Couple (réf)	0
Couple et enfants	-7135***
Revenus 15% inférieurs	-3465
Revenus 40% suivants (réf)	0
Revenus 30% suivants	5657***
Revenus 15% supérieurs	7234***
Collège, BEP CAP (réf)	0
Lycée, bac	2764
Bac+2	4244*
Supérieur à bac+2	3950
Constante	26809***
N	2624
r ²	23.8%

Note : * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001. Worldpanel 2007. Échantillon Fruits et légumes non pondéré.

Lecture : un homme seul achète 16807g de légumes frais (par UC et par an) de moins qu'un couple sans enfants à diplôme, revenus, âge identiques, une fois tenu compte des repas pris à domicile et de l'accès à un potager.

Au final les plus riches resteraient comme par le passé de gros consommateurs de légumes frais, alors même que la pression sur leurs emplois du temps s'est accrue (Chenu et Herpin 2002). Le diplôme aurait quant à lui un effet négligeable même compte tenu de l'âge. Les quantités de légumes achetés sous formes de produits transformés se sont nivelées par le haut au cours des dernières décennies. Toutefois, cela n'est pas sans conséquences sur la part des produits transformés dans le panier de légumes des ménages : logiquement, celle-ci est plus élevée chez les plus modestes.

3.3 La part des légumes transformés diminue avec le niveau de diplôme

Ce sont donc les quantités de légumes frais par tête qui varient en fonction de la position sociale. Une quantité de légumes sous forme transformée s'y ajoute mais elle est peu sensible aux caractéristiques sociales du ménage mis à part l'âge et le célibat masculin. Il en résulte une augmentation de la consommation totale de légumes et une diminution de la part des produits transformés dans les paniers des ménages les plus riches. Les français préféreraient-ils manger moins de légumes plutôt que de consommer uniquement des produits transformés ? Les dépenses moyennes par kilogramme de chaque catégorie de légumes, présentées dans le

Tableau 2, suggèrent pourtant que les légumes frais sont sensiblement moins chers que les produits transformés, en particulier les plus élaborés. Pourtant, les ménages les plus pauvres en achètent nettement moins que les plus riches, que ce soit en quantité ou en proportion de leur panier de légumes.

Tableau 4 : Déterminants de la part des légumes transformés dans les quantités totales de légumes achetés en points de pourcentage (régression linéaire robuste)

Variable	Coefficient
Contrôle potager	-2.11*
20-29 ans	12.92***
30-39 ans	7.66***
40-49 ans (réf)	0.00
50-59 ans	-3.12*
60-69 ans	-6.51***
70 ans et plus	-9.58***
Femme seule	-0.59
Homme seul	13.17***
Couple (réf)	0.00
Couple et enfants	3.71**
Revenus 15% inférieurs	2.37
Revenus 40% suivants (réf)	0.00
Revenus 30% suivants	-3.89***
Revenus 15% supérieurs	-3.86**
Collège, BEP CAP (réf)	0.00
Lycée, bac	-1.60
Bac+2	-3.24*
Supérieur à bac+2	-4.87***
Constante	45.26***
N	2652
r ²	15.7%

Note : * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001. *Worldpanel* 2007. Échantillon Fruits et légumes non pondéré.

La part de transformé est exprimé en pourcentage de la quantité totale achetée (en g).

Lecture : le pourcentage de légumes transformés dans la consommations de légumes d'un homme seul est de 13.17 points supérieur à celui d'un couple sans enfants à diplôme, revenus, âge identiques, une fois tenu compte de l'accès à un potager.

Dans le Tableau 4 nous avons modélisé la part des légumes transformés (en quantités) dans le panier de légumes des ménages¹². On confirme que les plus jeunes panélistes accordent une place nettement plus importante aux produits transformés dans leurs achats de légumes comparés à leurs aînés. Les hommes surconsomment également les légumes transformés, mais les familles aussi y ont plus recours que les couples. L'ensemble de ces résultats nous permet de revenir sur la question de l'impact de l'âge et de la génération sur les consommations de produits transformés. Ainsi, l'hypothèse que la consommation de légumes frais va diminuer au fur et à mesure que des générations habituées à avoir recours aux produits élaborés remplaceront leurs aînées (Hébel et Recours 2007) nous paraît négliger

¹² Le contrôle pour le nombre de repas pris à domicile n'est pas utile puisque nous modélisons une proportion.

l'effet, perceptible ici, de la position dans le cycle de vie. Ainsi, la mise en couple affecte fortement la façon dont on cuisine et dont on mange (Devine, Connors *et al.* 1998 ; Kemmer, Anderson et Marshall 1998 ; Ciosi-Houcke, Pavageau et Pierre 2002). On peut donc supposer, par exemple, que la consommation de légumes des jeunes hommes va augmenter au fur et à mesure qu'ils vont se mettre en couple et avancer en âge. La présence d'enfants au domicile semble favoriser légèrement le recours aux produits transformés, que ce soit par pression sur les emplois du temps, ou par achats de produits destinés à la consommation infantine (par exemple, les petits pots pour bébés). Par contraste, les ménages sans enfants, que ce soit de jeunes ménages sans enfants ou des ménages plus âgés dont les enfants sont partis, privilégient davantage le recours au frais dans leurs achats de légumes.

L'effet du revenu est la conséquence logique de ce que nous avons montré jusqu'ici : les français dont le revenu par tête est inférieur à la médiane achètent en proportion plus de légumes transformés que les autres. Cela pourrait s'expliquer par les contraintes spécifiques qu'impose l'usage de produits frais, et qui s'ajoute au prix payé au commerce : non seulement les légumes frais doivent être cuisinés ce qui demande du savoir-faire et du temps, mais en plus, ils doivent être épluchés – si l'on achète 1 kg de carottes ou *a fortiori* 1 kg d'artichauts, on n'a pas un kilo à manger. Enfin et surtout, les légumes frais se conservent relativement peu par rapport à la plupart des produits transformés. Les ménages peuvent donc les éviter par peur de gaspiller, ou parce qu'ils font leurs courses à des intervalles de temps trop espacés pour consommer des légumes frais régulièrement. Toutefois une autre interprétation est possible, qui voit dans l'achat de produits transformés non le résultat d'une contrainte, mais un choix de consommation. Régnier et Masullo soulignent en effet « la valorisation en milieu populaire des produits de l'industrie agroalimentaire ou des formes de restauration rapide (...) : ces produits industriels sont la preuve d'une participation à la société de consommation, dont les membres des catégories modestes sont exclus par bien d'autres aspects » (Régnier et Masullo 2009, p. 757).

Le diplôme enfin a un effet négatif sur la part du transformé dans le panier. En outre cet effet est graduel (il est particulièrement fort pour les plus diplômés). Une sensibilité plus forte à certains enjeux environnementaux tout comme une méfiance plus grande à l'égard des produits issus de l'industrie agroalimentaire peuvent être invoquées pour expliquer cet effet spécifique.

Ainsi il semble peu probable que ceux des ménages français qui pour diverses raisons consomment peu de légumes frais, utilisent les produits transformés comme substituts. Ces produits, plus ou moins substituables sur le plan nutritionnel, ne le sont sans doute pas du point de vue de leur usage (achat, stockage, préparation et utilisation des restes), ni du point de vue du sens qu'ils revêtent aux yeux de ménages dont les positions sociales diffèrent.

4 Conclusion

La consommation de légumes est au centre de nombreuses préoccupations contemporaines, pour des raisons de santé publique et, dans une moindre mesure, pour des raisons d'impact environnemental. Les messages normatifs promouvant la consommation de fruits et légumes sont particulièrement présents dans l'espace public depuis la mise en place du premier Plan National Nutrition Santé en 2000. Par ailleurs, la littérature en sociologie de l'alimentation identifie les légumes comme une consommation clivante : autoconsommés, ils sont spécifiques de l'alimentation paysanne ; achetés, ils sont plus présents dans les paniers des membres des classes supérieures ; transformés, comme tous les « aliments-services », ils sont également surconsommés dans le haut de la hiérarchie sociale (Grignon et Grignon 1981 ; 1984 ; 1999). Dans cet article nous avons cherché à identifier les déterminants des achats de légumes frais et transformés en 2007, en privilégiant trois angles d'approche :

- La consommation de légumes est-elle toujours déterminée par la position sociale ?
- Quel est le lien entre consommation de légumes transformés et de légumes frais ? Les légumes transformés sont-ils un substitut des légumes frais, ou leurs consommations respectives sont-elles régies par des logiques différentes ?
- Les inégalités sociales observées dans la consommation de légumes sont-elles atténuées par la prise en compte de la consommation de légumes sous forme transformée ?

Au terme de cette analyse de la consommation de légumes, y compris sous forme transformée, il ressort que le déterminant majeur de la consommation de légumes est l'âge de la personne qui effectue les achats : on retrouve ici un résultat classique de la littérature, qui invoque des effets de génération ou de période pour interpréter la croissance de la quantité de légumes avec l'âge (Volatier 1997) ; c'est particulièrement sur les quantités achetées en frais que ces écarts d'âge s'expriment. Cependant, contrairement à ce que l'on aurait pu attendre, les quantités de légumes achetés sous forme transformée ne diminuent pas avec l'âge (ce

serait plutôt l'inverse). Si la part de légumes achetés sous forme transformée diminue avec l'âge, c'est donc surtout parce que les achats de légumes frais augmentent. Le second effet mis en évidence sur la consommation totale de légumes comme sur la consommation de légumes frais est celui de la structure du ménage : les hommes seuls et les familles avec enfants achètent peu de légumes frais et une proportion importante de légumes sous forme transformée, à l'opposé des femmes et des couples sans enfant à domicile. On repère probablement ici un effet de cycle de vie combiné à une question de compétences culinaires, les hommes seuls consacrant sans doute moins de temps aux activités culinaires et ayant relativement moins de savoir-faire dans ce domaine. La consommation totale de légumes est affectée par la position sociale (ici par le revenu), mais c'est surtout par l'intermédiaire de la consommation de légumes frais que s'expriment ces effets sociaux : plus un ménage est riche, plus il achète de légumes frais. En revanche, les quantités de légumes achetés sous forme transformée sont peu sensibles aux inégalités sociales, qu'elles soient appréhendées par le revenu ou par le diplôme. La part de légumes achetés sous forme transformée est toutefois sensible au diplôme, ce qui tend à suggérer que les ménages les plus diplômés évitent le plus possible de recourir aux légumes manufacturés. En résumé, les plus diplômés ne consomment guère plus de légumes frais que les plus modestes, mais ils font une place moins importante aux produits transformés, d'où une consommation totale de légumes peu sensible au diplôme.

En conclusion, la consommation de légumes frais apparaît comme la forme dominante de la consommation de légumes. On relève tout d'abord une domination quantitative : les légumes frais représentent la plus grosse part des quantités de légumes achetées, en particulier chez les ménages gros consommateurs de légumes. Les déterminants de la consommation totale de légumes suivent de très près ceux de la consommation de légumes frais. Cette prépondérance s'accompagne d'une domination symbolique : même si le discours de politique alimentaire officiel insiste sur la qualité des légumes transformés, certains arguments pèsent encore en faveur du frais, tels que le respect de la teneur en vitamines. Ainsi, plus de 40 % des Français considèrent que l'affirmation « les produits surgelés contiennent moins de vitamines que les produits frais » est vraie, selon le Baromètre Nutrition Santé (Escalon, Bossard *et al.* 2009, p. 95). Enfin, les légumes frais sont vecteurs d'un effet de domination sociale : c'est sous forme fraîche que les classes supérieures achètent la plus grande partie de leurs légumes, et les effets du revenu se conjuguent à ceux du diplôme sur ce dernier point. Les légumes frais sont souvent moins chers à l'achat mais leur caractère plus périssable peut conduire à des pertes entre l'achat et la consommation que les ménages les plus aisés sont plus capables

d'assumer que les moins fortunés. Les légumes transformés pâtissent également de la méfiance à l'égard des procédés industriels de transformation, variante du « malaise alimentaire » défini par Grignon et Grignon dans les années 1980 (Grignon et Grignon 1981) pour caractériser les pratiques alimentaires des fractions les plus diplômées des classes moyennes et des fractions intellectuelles des classes supérieures. Cette domination sociale peut, en retour, contribuer à la domination symbolique des légumes frais. Cependant d'autres logiques, telles que la participation à la société de consommation par l'intermédiaire de consommation de produits manufacturés (Régner et Masullo 2009), pèsent en faveur de la consommation de légumes transformés en particulier pour les ménages des classes populaires. Les enjeux de distinction associés à la consommation de légumes porteraient ainsi sur des dimensions différentes des produits selon la position sociale : à la prédilection pour les produits frais des classes supérieures répondrait la valorisation des produits manufacturés dans les classes populaires. Si la consommation totale de légumes n'est que peu affectée par la hiérarchie sociale, au-delà de l'effet du revenu, c'est sans doute parce que ces effets de valorisation différenciée se compensent.

5 Annexes

5.1 Mode de recueil des données dans *Worldpanel*

Les panélistes sont muni(e)s d'une scanette semblable à celle des caissières de supermarchés. Chaque achat du ménage sauf le pain et (pour le sous-échantillon Fruits et légumes) la viande, le poisson et le vin non munis d'un code-barres par le fabricant, doit être enregistré en scannant le code-barres du produit. Pour les produits sans code-barres du fabricant (typiquement les légumes à la pesée au supermarché ou au marché) le/la panéliste doit peser l'article et l'identifier dans une liste pré-renseignée de produits. Les panélistes doivent également indiquer le prix payé. Les panélistes reçoivent des points qui leur permettent de choisir des cadeaux (appareil photo numérique, cocotte-minute...). Les ménages qui ont fourni moins de 48 semaines de données valides ne sont pas pris en compte dans l'échantillon.

5.2 Définition des légumes et des degrés de transformation des légumes

Nous analysons ici la consommation de légumes (y compris les légumes secs) sous toutes leurs formes, des moins aux plus transformées, à l'exclusion des pommes de terre et de toutes les céréales. Les données *Worldpanel* contiennent des informations très détaillées sur les produits, qui permettent de définir des degrés de transformation des légumes, dans une perspective qui soit la plus proche possible des usages qui sont faits des produits. Nous avons ainsi distingué :

N°	Catégorie	Définition
1	Frais	<i>Légumes frais, entiers non épluchés :</i> Légumes secs (lentilles, haricots blancs...) Sachets de légumes frais non épluchés, y compris mélanges de légumes (ex : pour pot au feu)
2	Épluché sachet	<i>Produits frais prêts à consommer :</i> Salades en sachet, Crudités prêtes à consommer en sachet (ex : carottes râpées, mini-légumes)
3	Surgelé non cuit	<i>Légumes épluchés coupés, surgelés, à cuisiner.</i> Mélanges de tels légumes (ex : mélange pour couscous)
4	« Conserve »	<i>Légumes cuits, assaisonnés mais non cuisinés, que l'on peut mobiliser tel quel ou dans des préparations plus élaborées :</i> légumes appertisés y compris mélanges très simples (petits pois-carottes) légumes cuits préemballés sous vide
5	Potage	<i>Attention, ils ne contiennent pas que des légumes (beaucoup de pommes de terre ou de pâtes et parfois de la viande ou du poisson).</i> Potages surgelés, en bouteille, brique etc. Potages déshydratés

Potages pour bébés		
6	Cuisiné	<i>Légumes cuisinés conçus comme des accompagnements :</i> Légumes cuisinés surgelés (poêlées, bols, plats de légumes), appertisés (ex : ratatouille) y compris barquettes plastique ou alu, ou déshydratés. Purées déshydratées contenant des légumes. Petits pots de légumes pour bébé.
7	Plat composé avec légumes	<i>Plat contenant au moins une portion de légume (hors pommes de terre) et une portion de viande ou poisson, qu'on peut se contenter de réchauffer et manger :</i> Plat congelé, appertisé ou frais, avec ou sans code barre. Cassoulet, couscous et saucisse-lentilles inclus. Plats composés pour bébés.

Le degré de transformation des produits intervient ici pour approcher le gain en temps de préparation apporté par l'usage de tel ou tel produit transformé. Ainsi, pour les haricots verts, par exemple, un conditionnement sous forme de surgelés non cuit (catégorie 3) permet d'économiser le temps d'épluchage mais non celui de cuisson. Ces mêmes légumes en conserve (catégorie 4) nécessitent d'être réchauffés (à moins d'être intégrés froids dans une salade) mais peuvent également se prêter à un assaisonnement. Le recours à une préparation cuisinée (catégorie 6) ou à un plat composé (catégorie 7) contenant des haricots verts permet d'en consommer sans se livrer au travail de « composition » du repas.

Pour calculer les quantités nous avons utilisé le poids du produit y compris pour les plats préparés car il était impossible d'estimer la proportion de légumes qu'ils contiennent¹³. Il s'agit donc de la quantité (en grammes) de légumes ou produits contenant au moins une portion de légumes, achetée par le ménage. Nous avons utilisé l'échelle d'Oxford pour calculer les quantités par unité de consommation : le premier adulte du ménage représente 1 UC, chaque personne supplémentaire de 15 ans et plus représente 0,7 UC, chaque enfant vaut 0,5 UC.

Enfin, les informations *Worldpanel* ne couvrent que les achats pour l'alimentation à domicile. Or un ménage d'adultes qui travaillent et d'enfants scolarisés prend moins de repas à domicile qu'un ménage de retraités, et donc achète sans doute moins de légumes. Dans les régressions nous avons pu tenir compte du nombre de repas effectivement pris à la maison, une information qui est récoltée dans *Worldpanel* en demandant à la panéliste « en moyenne, combien de personnes mangent à la maison ? » pour chaque repas (midi et soir) de la semaine.

¹³ Pour les purées et les potages déshydratés nous avons pris le poids après dilution dans la quantité d'eau recommandée.

Nous avons calculé le nombre moyen de repas pris à la maison sur les 14 repas de la semaine et avons rapporté cette moyenne au nombre de personnes dans le foyer. Ce ratio peut être supérieur à 1 si le ménage nourrit régulièrement des personnes qui ne vivent pas son toit, par exemple des retraités qui accueillent leurs petits enfants, ou un père divorcé qui garde ses enfants quelques jours chaque semaine.

5.1 Quantités de légumes transformés achetés

Tableau 5 : Déterminants des quantités de légumes transformés achetés en g/UC/an (régression linéaire robuste)

Contrôle repas	8238***
Contrôle potager	-4764***
20-29 ans	1838
30-39 ans	1883
40-49 ans (réf)	0
50-59 ans	3005*
60-69 ans	2943*
70 ans et plus	1362
Femme seule	-169
Homme seul	-1839
Couple (réf)	0
Couple et enfants	-1432
Revenus 15% inférieurs	-2036
Revenus 40% suivants (réf)	0
Revenus 30% suivants	-326
Revenus 15% supérieurs	-507
Collège, BEP CAP (réf)	0
Lycée, bac	527
Bac+2	-1014
Supérieur à bac+2	-19
Constante	17965***
N	2624
r2	05.8%

Note : * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001. *Worldpanel* 2007. Échantillon Fruits et légumes non pondéré.

Références bibliographiques

- Besson, D. 2006. « Quinze ans d'achats de produits sucrés : moins de sucre, davantage de produits transformés ». *Insee Première*, n° 1088.
- . 2008. « Le repas depuis 45 ans : moins de produits frais, plus de plats préparés ». *Insee Première*, n° 1208, p. 1-4.
- Brousse, C. 1999. « La répartition du travail domestique entre conjoints reste très largement spécialisée et inégale », p. 135-151. *France Portrait Social : édition 1999-2000*. Paris, INSEE.
- Chenu, A. et Herpin, N. 2002. « Une pause dans la marche vers la civilisation des loisirs ? ». *Économie et statistique*, p. 15-37.
- Ciosi-Houcke, L., Pavageau, C. et Pierre, M. 2002. « Trajectoires de vie et alimentation. Les pratiques culinaires et alimentaires révélatrices des constructions identitaires familiales et personnelles », p. 307-329 in Garabau-Moussaoui, I., Palomares, E. et Desjeux, D. (dir.). *Alimentations contemporaines*. Paris, L'Harmattan.
- Combris, P., Amiot-Carlin, M.J., Baberger-Gateau, P., et al. 2008. *Les fruits et légumes dans l'alimentation : enjeux et déterminants de la consommation*. Versailles, Éditions Quae.
- Devine, C.M., Connors, M., Bisogni, C.A., et al. 1998. « Life-Course Influences on Fruit and Vegetable Trajectories: Qualitative Analysis of Food Choices ». *Journal of Nutrition Education*, vol. 30, n° 6, p. 361-370.
- Diasio, N., Hubert, A. et Pardo, V. (dir.). 2009. *Alimentations adolescentes en France : principaux résultats du programme de recherche AlimAdos*. Paris, OCHA.
- Escalon, H., Bossard, C., Beck, F., et al. (dir.). 2009. *Baromètre santé nutrition 2008*. Saint-Denis, INPES.
- Grignon, C. et Grignon, Ch. 1981. « Alimentation et stratification sociale ». *Cahiers de nutrition et de diététique*, vol. 16, n° 4, p. 207-217.
- . 1984. « Les pratiques alimentaires », p. 336-339 in INSEE (dir.). *Données sociales*. Paris, INSEE.
- . 1999. « Long-term trends in food consumption: a French portrait ». *Food and Foodways*, vol. 8, n° 3, p. 151-174.
- Guillou, A. et Guilbert, p. 1989. « Le froid domestiqué : l'usage du congélateur ». *Terrain*, n° 12, p. 7-14.
- Hébel, p. et Recours, F. 2007. « Effets d'âge et de générations : transformation du modèle alimentaire ». *Cahiers de nutrition et de diététique*, vol. 42, n° 6, p. 297-303.
- Kemmer, D., Anderson, A.S. et Marshall, D.W. 1998. « Living together and eating together: changes in food choice and eating habits during the transition from single to married-cohabiting ». *Sociological Review*, vol. 46, n° 1, p. 48-73.
- Lafay, L. (dir.). 2009. *Étude individuelle nationale des consommations alimentaires : 2006-2007 (INCA 2)*. Paris, AFSSA.
- Monceau, C., Blanche-Barbat, E. et Échampe, J. 2002. « La consommation alimentaire depuis quarante ans - De plus en plus de produits élaborés ». *Insee Première*, n° 846, p. 1-4.
- Nichèle, V., Andrieu, E., Boizot-Szantai, C., et al. 2008. « L'évolution des achats alimentaires : 30 ans d'enquêtes auprès des ménages en France ». *Cahiers de nutrition et de diététique*, vol. 43, n° 3, p. 123-130.

- Régnier, F. et Masullo, A. 2009. « Obésité, goûts et consommation. Intégration des normes d'alimentation et appartenance sociale ». *Revue française de sociologie*, vol. 50, n° 4, p. 747-773.
- Saint Pol (de), T. 2008. « La consommation alimentaire des hommes et femmes vivant seuls ». *Insee Première*, n° 1194.
- Volatier, J.L. 1997. « Les effets d'âge et de génération dans la consommation alimentaire ». *Gérontologie et Société*, n° 83 « Alimentation Nutrition », p. 67-82.
- Warde, A., Cheng, S.-L., Olsen, W., *et al.* 2007. « Changes in the Practice of Eating ». *Acta Sociologica*, vol. 50, n° 4, p. 363-385.

ALISS Working Papers

2010

[2010-06](#) Blanchard, P.; Huiban, J.P, Mathieu, C. **The Dynamics of French Food Industries: Productivity, Sunk costs and Firm Exit**, *Aliss Working Paper*, 2010-06, juillet 2010, 26 p.

[2010-05](#) Chandon, P., Etilé, F. Comportements alimentaires et politiques de santé nutritionnelle. Prix, information, marketing quelles régulations ? *Aliss Working Paper*, 2010-04, mai 2010, 20 p.

[2010-04](#) Chandon, P., Etilé, F. **Marketing et économie des choix de consommation alimentaire en relation avec la santé : un bref état des lieux**, *Aliss Working Paper*, 2010-04, mai 2010, 30 p.

[2010-03](#) Lhuissier, A., Weight-Loss Practices among Working-class Women in France, *Aliss Working Paper*, 2010-03, avril 2010, 13 p.

[2010-02](#) Clark, A.E., Etilé, F. **Happy House: Spousal Weight and Individual Well-Being**, *Aliss Working Paper*, 2010-02, avril 2010, 32 p.

[2010-01](#) Giraud-Héraud, E., Grazia, C., Hammoudi, A. **Hétérogénéité internationale des normes de sécurité sanitaire, stratégie des importateurs et exclusion des producteurs dans les pays en développement**, *Aliss Working Paper*, 2010-01, février 2010, 44 p.

2009

[2009-05](#) Caillavet, F., Nichèle, V., Soler, L.G. **Are Nutrition Claims an Adequate Tool for Public Health?** *Aliss Working Paper*, 2009-05, juillet 2009, 21 p.

[2009-04](#) Etilé, F., Jones, A.M. **Smoking and Education in France**, *Aliss Working Paper*, 2009-04, avril 2009, 55 p.

[2009-03](#) Bruegel, M., Chevet J, M., Lecocq, S., Robin, J.M. **On the Crest of Price Waves or Steady as She Goes? Explaining the Food Purchases of the Convent-School at Saint-Cyr 1703-1788**, *Aliss Working Paper*, 2009-03, avril 2009, 50 p.

[2009-02](#) Bazoche, P., Combris, P., Giraud-Héraud, E. **Willingness to pay for appellation of origin: results of an experiment with pinot noir wines in France and Germany**, *Aliss Working Paper*, 2009-02, janvier 2009, 18 p.

[2009-01](#) Lhuissier, A. **"Faire régime": approches différenciées d'une pratique corporelle en milieu populaire**, *Aliss Working Paper* 2009-01, janvier 2009, 19 p.

2008

[2008-10](#) Hammoudi, A ; Nguyen, H.H. ; Soler, L.G. **Segregation and testing strategies for GM/non GM coexistence in supply chains**. *Aliss Working Papes* 2008-010, octobre 2008. 31 p.

[2008-09](#) Deola, C. ; Fleckinger, P. **Pesticide regulation : the case of French wine.** *Aliss Working Paper 2008-09*, octobre 2008, 23 p.

[2008-08](#) Lecocq, S. **Variations in choice sets and empirical identification of mixed logit models: Monte Carlo evidence**, *Aliss Working Paper 2008-08*, août 2008, 23 p.

[2008-07](#) Giraud-Héraud, E. ; Hammoudi, A. ; Hofmann, R. ; Soler, L.G. **Vertical relationships and safety standards in the food marketing chain**, *Aliss Working Paper 2008-07*, juillet 2008, 30 p.

[2008-06](#) Régnier, F. ; Masullo A. **Une affaire de goût ? Réception et mise en pratique des recommandations nutritionnelles**, *Aliss Working Paper 2008-06*, juillet 2008, 51 p.

[2008-05](#) Giraud-Héraud, E. ; Grazia, C. ; Hammoudi, A. **Strategies for the development of brands in the agrifood chains**, *Aliss Working Paper 2008-05*, juillet 2008, 34 p.

[2008-04](#) Cardon, P ; Gojard, S. **Les personnes âgées face à la dépendance culinaire : entre délégation et remplacement**, *Aliss Working Paper 2008-04*, Juillet 2008, 22 p.

[2008-03](#) Allais, O. ; Bertail, P. ; Nichèle, V. **The effects of a "Fat Tax" on the nutrient intake of French Households**, *Aliss Working Paper 2008-03*, Juin 2008, 36 p.

[2008-02](#) Etilé, F. **Food Price Policies and the Distribution of Body Mass Index: Theory and Empirical Evidence from France**, *Aliss Working Paper 2008-02*, Juin 2008, 52 p.

[2008-01](#) Boizot-Szantaï, C., Etilé, F. **Le prix des aliments et la distribution De l'Indice de Masse Corporelle des Français**, *Aliss Working Paper 2008-01*, Mai 2008, 19 p.