

[Saadi Lahlou](#)

Les représentations du “bien manger”

Book section

Original citation:

Lahlou, Saadi (1995) *Les représentations du bien manger*. In: Nicolas, François and Valceschini, Egizio, (eds.) *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*. Inra / Economica, Paris, France, pp. 51-64. ISBN 9782738005700
© 1995 Publisher name [INRA](#)

This version available at: <http://eprints.lse.ac.uk/28536/>

Available in LSE Research Online: March 2011

LSE has developed LSE Research Online so that users may access research output of the School. Copyright © and Moral Rights for the papers on this site are retained by the individual authors and/or other copyright owners. Users may download and/or print one copy of any article(s) in LSE Research Online to facilitate their private study or for non-commercial research. You may not engage in further distribution of the material or use it for any profit-making activities or any commercial gain. You may freely distribute the URL (<http://eprints.lse.ac.uk>) of the LSE Research Online website.

This document is the author's submitted version of the book section. There may be differences between this version and the published version. You are advised to consult the publisher's version if you wish to cite from it.

(1995) - LAHLOU, Saadi . Les représentations du Bien Manger. in : François Nicolas et Egizio Valceschini (éds.) : *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*. INRA-ECONOMICA, Paris, 1995. pp. 51-64.

Les représentations du "bien manger"

Saadi LAHLOU

L'ENQUETE ET LA METHODE

Le CREDOC a interrogé, au printemps 1990, un échantillon de 2000 personnes représentatif des Français de 18 ans et plus (méthode des quotas), dans le cadre du système d'enquête "Aspirations et conditions de vie des Français". La passation s'est faite au domicile des ménages, en face-à-face, par un enquêteur professionnel. L'enquête, d'une trentaine de minutes, comportait notamment la question ouverte : "*Si je vous dis "bien manger" à quoi pensez-vous ?*"

Les réponses des enquêtés ont été retranscrites directement par l'enquêteur lors de l'interview, puis saisies telles quelles pour un traitement informatique par analyse lexicale. Elles sont très variées, par exemple : *un repas de famille dans la joie ; apéritif, fruits de mer, gigot avec flageolets, plateau de fromages fraisiers, glace vins, champagne, café, pousse café ; regarder le nombre de calories qu'il faut et aussi les vitamines.*

Il est possible de classer les individus en fonction de leurs réponses, de caractériser et de quantifier les différents types de répondants ; par exemple, les mots *bon, foie gras, vin, français, frites, steak, restaurant, charcuterie, qualité*, ou encore *banquet, pomme de terre, choucroute, sauce, charcuterie, copains, canard* et *boeuf* sont significativement caractéristiques des réponses masculines. Les réponses des femmes sont caractérisées par l'apparition plus fréquente de *équilibré, légumes, sain, laitages, vitamines*, et encore de *kilos, lait, varié...* Les mots *bouffe, copains, restaurant, couscous, dessert, gâteau* apparaissent plus fréquemment dans le discours des plus jeunes, tandis que chez les plus âgés les formes *peu, sans, excès, modérément, raisonnable*, ou *cholestérol* sont plus typiques.

Ces résultats sont intéressants en eux-mêmes. Cependant, nous avons essayé d'aller plus loin et de trouver ce que sont les différentes dimensions de la représentation sociale du "bien manger" dans la population. En effet, l'action du consommateur est guidée par une représentation subjective qu'il est difficile de ramener à des critères objectifs du produit. Il faut donc pour le comprendre disposer d'un schéma de sa "vision du monde", qui permette de resituer dans ce cadre de référence les propriétés de tel ou tel aliment. Nous avons, pour

obtenir un tel schéma, traité les réponses ouvertes à notre question avec une nouvelle méthode d'analyse des représentations sociales, issue des travaux sur l'analyse lexicale menés au CREDOC (Aucouturier *et al.* 1991, Beaudouin et Lahlou, 1993, Brian 1984 et 1986, Greiveldinger *et al.* 1990, Lahlou *et al.* 1987, Lahlou 1992, Lebart et Salem, 1989, Lion 1991, Yvon 1990) ou par des chercheurs d'autres institutions (Di Giacomo 1981, Flament 1981, Le Bouedec 1984, et surtout Reinert 1987...) à partir de principes développés par Whorf (1927) et Moscovici (1961). Notre méthode ouvre une nouvelle voie qui permet de travailler sur de larges échantillons représentatifs avec des questions ouvertes et donc de quantifier des informations qui n'étaient jusqu'ici accessibles que par des méthodes qualitatives. On la trouvera détaillée dans Lahlou (1992), et Beaudouin et Lahlou (1993).

Elle consiste, en bref, à classer ensemble les phrases qui contiennent des mots ayant la même racine et permet même de rassembler dans une même classe des phrases qui peuvent n'avoir aucun mot en commun, mais dont le sens est proche, par exemple : *repas copieux avec entrée plat de résistance et dessert* se retrouve dans la même classe que *des crudités de la viande et des légumes de la salade et un fruit*.

On analyse ensuite le contenu des classes. On obtient ainsi les thèmes abordés qui sont autant de dimensions de la représentation sociale : *manger à sa faim, aller au restaurant, manger équilibré ...* Une même personne peut aborder plusieurs thèmes dans sa réponse ; les pourcentages fournis ici mesurent l'importance du thème dans la représentation globale.

Le choix d'une question très large comme celle qui a été utilisée vise à essayer de récupérer chez le sujet tout le champ de connotations de l'objet (ici, "bien manger") et s'inspire des méthodes d'association libre développées par Freud. L'idée est simple. Les représentations sociales sont des outils de pensée pragmatiques, c'est-à-dire qu'ils permettent à l'individu de penser le monde pour agir sur lui. Ce sont des représentations *de* quelque chose *pour* celui qui pense (Moscovici, 1976 ; Jodelet, 1984, 1989). Ces représentations, en même temps que le langage qui les exprime, sont apprises par l'expérience concrète du monde au cours de la vie de l'individu. Chaque situation vécue *associe* entre elles des perceptions des objets du monde vécu ; la mémoire conserve ces associations. Ainsi se constitue un vaste réseau d'associations mentales qui relie les images des objets, et le vécu des situations correspondantes (motivations, sensations, émotions, motricité...). L'aspect pragmatique provient de ce que la structure d'enregistrement possède une interface avec le monde et que, pour utiliser une image mécaniste, elle est aussi susceptible de fonctionner comme structure de lecture, donc de produire des réponses motrices. C'est ce qu'on désigne par "apprentissage". C'est par là que la représentation peut guider les comportements.

L'ensemble des représentations est donc une image subjective du monde. Cette image est homéomorphe au monde, du moins d'un certain point de vue : elle en conserve la structure.

Par conséquent, lorsque nous étudierons l'enchaînement des idées (par exemple exprimé à travers nos corps), nous retrouverons quelque chose de l'enchaînement du monde tel qu'il est vécu par le sujet.

Le raisonnement de Spinoza l'explique bien : *L'ordre et l'enchaînement des idées est le même que l'ordre et l'enchaînement des choses (Éthique, livre II, théorème VII), car, Comme les pensées et les idées des choses s'ordonnent et s'enchaînent dans l'Âme, de même exactement les affections du Corps et les images des choses s'ordonnent et s'enchaînent dans le corps. (Éthique, livre V, théorème I), car, Si le corps humain s'est trouvé une fois affecté simultanément par deux ou plusieurs corps, dès que, dans la suite, l'âme s'imaginera l'un quelconque d'entre eux, elle se souviendra aussitôt des autres. (Éthique, livre II, théorème XVIII). Scholie : Par là nous comprenons immédiatement ce qu'est la mémoire. Ce n'est pas en effet autre chose qu'un certain enchaînement d'idées qui enveloppent en elles la nature de choses existantes en dehors du corps humain, enchaînement qui se produit dans l'âme, suivant l'ordre et l'enchaînement des modifications du corps humain. (...) Ainsi par exemple, de la pensée du mot pomus un Romain tombera immédiatement dans l'idée d'un fruit qui n'a aucune ressemblance avec ce son articulé, ni avec lui rien de commun, si ce n'est que le corps de cet homme a souvent été affecté par ces deux choses à la fois ; c'est-à-dire que ce même homme a souvent entendu le mot pomus en même temps qu'il voyait le fruit. Ainsi chacun tombera d'une pensée dans une autre suivant que, dans le corps de chacun, l'habitude aura ordonné les images des choses. Car un soldat, par exemple, voit dans le sable les traces d'un cheval, aussitôt, de la pensée du cheval il tombera dans celle du cavalier, de là dans la pensée de la guerre, etc. Le paysan, au contraire, tombera de la pensée du cheval, dans celle de la charrue, du champ, etc. Ainsi chacun, suivant qu'il aura contracté l'habitude d'associer et d'enchaîner les images de telle ou telle façon, tombera d'une pensée donnée dans une autre. (Éthique, livre II, scholie du théorème XVIII).*

Cette vision justifie directement notre approche par *associations lexicales*. Dans une telle perspective, les “idées” qui nous intéressent et que nous cherchons à reconnaître par analyse des corpus peuvent être considérées comme des ensembles fonctionnels créés par associations d’expériences concrètes du corps. On comprend, par exemple, pourquoi le mot *cholestérol* est plus fréquent dans les associations d'idées des sujets âgés.

Nous considérons la représentation comme un paradigme, celui des objets mentaux qui commutent avec le concept central, dans les esprits des membres du groupe social de référence. Comme ce concept central est difficile à cerner, on peut empiriquement définir la représentation comme l’ensemble des idées qui commutent avec le mot qui la désigne. On obtient, en fait, l’expression de ces idées sous forme linguistique. La représentation est alors approchable, pratiquement, comme l’ensemble des groupes de mots qui commutent avec le mot central. De façon plus explicite, le paradigme est un réseau d’associations ; donc, si l’on

propose un des termes de ce réseau et que l'on demande au sujet de fournir une association, il va fournir un autre terme du réseau, qui va à son tour en évoquer un autre, etc. comme dans l'exemple du cheval de Spinoza. Mais si le sujet a pour consigne de centrer ses associations autour d'un terme, on peut espérer que la commutation va jouer autour de ce terme central, pour faire parcourir au sujet l'ensemble des commutants du paradigme.

Nous cherchons ici, par exemple, à cerner la représentation sociale de *bien manger*. Lorsque l'on demande quels mots évoque cette expression, on obtient les termes qui lui sont associés de façon proche. Comme on demande plusieurs associations et qu'elles s'entraînent l'une l'autre, on peut espérer obtenir tous les commutants psychiques de "bien manger". L'enregistrement de questions ouvertes, posées dans une autre enquête sur le même sujet (Aucouturier *et al.*, 1990) montre de manière assez explicite la façon dont ces évocations se font "en direct". Voici un exemple, où nous soulignons la répétition de la question, ou *écholalie*, qui semble correspondre chez les interviewés à une sorte de recherche du déclenchement d'associations à partir du stimulus qu'est la question :

Q : Si je vous dis "bien manger", quels sont les cinq premiers mots qui vous viennent à l'esprit ?

*E : prendre son temps, quoi encore ? **Bien manger** : prendre son temps et puis être en famille. Je sais pas, il y a beaucoup de choses, euh ... ?*

Q : Cinq mots !

*E : Cinq mots ! (pause de 2 s) Je ne vois pas, **bien manger** ? Je ne vois pas, je ... non,*

Q : Alors pour vous qu'est ce que "bien manger" ?

*E : (1 s) **Bien manger** c'est **manger** euh : (1 s) C'est **manger** euh ... sans gras, sans ..., sans grosses matières grasses bien sûr, sans, sans produits colorants sans ..., **manger** naturel, **manger** des ..., **manger manger** des, naturel oui, **manger** euh, de la verdure, salade, **manger**, **manger** euh, **manger** la campagne quoi, **manger** moins de conserves possible, voilà*

Q : Bien manger pour vous c'est ?

*E : Moi ça consiste à ça à mon âge, oui à mon âge, oui euh, j'estime que je dois faire un régime et, j'évite de trop manger, pour moi **bien manger** c'est de manger relativement avec moins de calories possible (1 s) ouais. (enquête : interrogé dans la rue, de sexe masculin, 62 ans, Certificat d'études, Blanchisseur de profession, résident en Banlieue parisienne, taille ménage : 2 personnes)*

On voit que l'interviewé répète plusieurs fois le mot stimulus, comme pour déclencher un autre mot, embrayer sur une réponse.

Dans l'enquête étudiée ici, nous obtenons à l'issue du questionnement un corpus constitué des réponses des 2000 individus interrogés. Notre objectif est de repérer des représentations à partir de ce corpus. Nous pratiquons les différentes opérations de repérage des formes de la représentation de la façon suivante :

- On rassemble un corpus de textes "à propos de" l'objet qui nous intéresse, par enquête ou sélection dans des bases de données : en l'occurrence, les réponses à la question "*Si je vous dis "bien manger..."*" (On obtient, par une série d'expériences, des vues subjectives et partielles exprimées sous la forme de combinaisons de signes conventionnels).
- On réalise une classification de ces textes dans l'espace de leur expression lexicale, en rapprochant, par des méthodes statistiques, ceux qui ont des traits linguistiques identiques, mots ou chaînes de mots en commun (on compare ces expressions pour en tirer des régularités, c'est-à-dire des combinaisons de signes analogues) ;
- On interprète les classes en termes sémantiques. C'est-à-dire que l'on repère les combinaisons de traits typiques de chaque classe, que l'on construit dans l'espace sémantique un noyau de sens, constitué d'une combinaison de ces traits typiques induite de l'observation , et que l'on formule des lois d'expression de cette combinaison sémantique dans la langue. Pratiquement, on considérera que les règles de production sont l'ensemble des règles de la langue appliquées au noyau sémantique en question. Autrement dit, toutes les expressions "bien formées" du noyau sémantique sont des productions acceptables.(On construit des règles de production de ces combinaisons (règles d'assemblages des signes conventionnels)) ;
- On vérifie que les réponses effectivement classées sont interprétables comme des expressions linguistiquement acceptables des noyaux de sens décrits ci-dessus (*on vérifie que les productions de ces règles correspondent effectivement à des phénomènes observables, par des expériences de validation*).

La principale différence avec la recherche de lois en sciences exactes réside dans la formulation des lois d'expression. En effet, comme on le constate, les traits qui sont utilisés pour construire nos lois de production ne sont pas directement calculables à partir des traits manifestes, mais inférés. En physique, les paramètres observables rentrent directement dans la formulation des lois. Pour nous, les objets pertinents sont des concepts ou des noyaux de sens, qui ne sont pas de la même catégorie ontologique que les objets observables (mots). En mathématiques, on peut désigner des variables (par exemple la masse) et des mesures de ces variables. Il existe une relation simple entre les termes : une variable s'exprime par une mesure dans la réalité. Pour notre problème, la variable n'est pas un outil théorique pertinent, c'est de "concepts" ou de "noyaux de sens" dont nous nous occupons. Or ces concepts s'expriment non pas par un seul trait (ou variable) mais par une combinaison de traits. Ce qui est "mesure" dans les sciences physiques est ici remplacé par une expérience, équivalent du

processus de mesure, *et* une interprétation sémantique. Dans l'analyse lexicale, le processus de mesure véhicule donc une plus grande quantité de connaissances implicites.

Notre méthode vise à instaurer un processus de catégorisation qui prenne en charge automatiquement une grande partie des opérations de ce "calcul analogique". La méthode de classification utilisée fonctionne par comparaison des traits (les mots) composant les textes, elle est donc essentiellement tropique (on infère de l'analogie des parties l'analogie des tous). Le principe qui guide l'interprétation est abductif. Lorsqu'on compare plusieurs expressions (phrases issues des réponses de sujets), on constate que :

(1) - plusieurs expressions (X_i) possèdent le trait a (en l'occurrence, un mot donné)

On en induit :

(2) - il existe *probablement* une classe A dont a est un trait caractéristique

soit : il est probable que (si X_i contient a , alors $X_i \in A$)

On abduit de (1) et (2) :

(3) - alors X_i fait partie de la classe A .

La classification descendante utilisée dans le logiciel *ALCESTE* (Reinert, 1987) construit d'un même mouvement les traits caractéristiques et les classes, car la probabilité que a puisse être un trait provient précisément de ce que a est observé sur un certain nombre d'expressions. En d'autres termes, on choisit comme traits classificatoires ceux qui sont effectivement susceptibles d'être productifs de classifications intéressantes, c'est-à-dire qui permettraient de caractériser un nombre suffisant d'expressions. Les traits trop répandus (non discriminants) ou les traits trop rares (hapax, traits aberrants) ne sont pas intéressants. C'est là une résolution empirique du problème des critères pertinents.

Dans une autre analyse, qui portait sur la description de 1000 petits déjeuners, le mot *noir* est assez fréquent, il intervient fréquemment associé à *café* ("café noir"). Sa situation assez fréquente, mais pas trop, fait qu'il a contribué à la formation d'une classe (Beaudouin *et al.*, 1993) :

Café noir (78 individus)

Cette classe est caractérisée par l'adjectif noir, et même par l'expression café noir. Noir est bien sûr la plupart du temps associé à café, mais on constate quelques cas où il est accolé à un autre mot : crêpes au blé noir, chocolat noir en morceaux, pain noir. Généralement, les aliments solides pris avec le café noir sont peu nombreux et ce sont surtout du pain, grillé ou non, tartiné de beurre et de confiture. 14 réponses (22 %) ne comportent que le café noir ; 35 réponses (55 %) ne citent comme aliment solide que du pain, du beurre et de la confiture. Pour finir, citons quelques réponses caractéristiques de cette classe :

café noir ;

café noir, croissant ou biscottes ;

café noir, Canderel.

La méthode de classement est certes imparfaite dans le détail ; le trait *noir* a fait classer dans cette même catégorie des réponses comme *pain noir*, qui ne correspondraient peut-être pas à nos critères sémantiques de classement. Par ailleurs, comme ce trait (*noir*) entre en compétition avec d'autres traits pour classer les réponses, certaines qui comportaient effectivement le mot *noir* et d'autres traits classificatoires ont été classées dans d'autres classes que la classe *café noir*. Cet exemple est caricatural, mais illustre une difficulté générale de la classification. Car tous les traits sont *a priori* pertinents. Mais certains le sont plus que d'autres, et l'arbitrage, faute d'une connaissance préalable des "vraies" catégories, ne peut être rendu que sur des critères statistiques ; c'est-à-dire que l'on favorise les traits susceptibles de donner une bonne partition d'un point de vue statistique (ce qui ne veut pas dire la partition juste). En ce sens on peut légitimement considérer que les classes obtenues dans l'analyse ci-dessous constituent une "bonne" description du discours des enquêtés sur le "bien manger".

LES DIFFERENTS ASPECTS DE LA REPRESENTATION DU BIEN MANGER

Notre analyse montre que le "bien manger" comporte un aspect concret dans l'univers de l'action quotidienne : **un repas complet** (les produits mangés dans le déroulement du repas). Mais l'acte alimentaire met en jeu d'autres objets que des produits concrets : il s'agit de doctrines, de sensations, de relations sociales. Ces autres dimensions du "bien manger" apparaissent dans les discours où elles s'expriment sous la forme de trois grands thèmes : la **diététique** ou le bien manger raisonné, **écouter son corps** ou le bien manger ressenti, enfin le **repas** ou le bien manger comme acte social. Dans l'univers concret, le mangeur désigne des aliments et décrit le bien manger par des exemples ; avec la diététique le mangeur se situe dans un discours normatif et scientifique ; quant à la voix du corps, c'est celle de "l'animal humain" qui dit sa faim et son désir ; le repas, enfin, le replace dans son environnement socio-affectif. Il existe, bien sûr, d'autres facettes du bien manger, mais notre enquête montre qu'elles sont beaucoup moins répandues, et elles n'ont pas ici de visibilité statistique.

NB : La réponse d'un individu peut aborder plusieurs thèmes. C'est pourquoi les pourcentages présentés donnent l'importance de chaque thème dans la représentation moyenne du "bien manger" dans le discours des Français, et non le pourcentage de Français se situant dans telle

ou telle classe. On donne des fourchettes de pourcentage car les frontières entre les classes sont floues.

Un repas complet (15 à 19%)

Il s'agit du modèle traditionnel du repas structuré : *entrée - plat chaud - fromage - dessert*. Voici quelques extraits de réponses typiques : ... *manger des légumes des fruits, poisson, fromages laitages et un peu de viande /... un bon repas : entrée plat de résistance fromage salade dessert café /... viandes fruits légumes, pain et un coup de rouge ! et du fromage...*

Bien manger, c'est ici ingérer certaines catégories de produits en respectant un ordre formel particulier, celui du repas complet à la française. La caractéristique de cette classe est de donner des réponses en termes d'objets concrets, plats ou produits, et non de raisonnements, d'affects, ni de fonctions. On retrouve classés dans ce thème le steak-frites, les spécialités régionales (françaises ou étrangères), les produits de luxe (foie gras, langouste...). Le rôti et le grillé, cuissons nobles, apparaissent, ainsi que les crudités, mais pas le bouilli. Ce thème est un peu plus fréquent chez les Parisiens ainsi que chez les acheteurs de produits à teneur garantie en vitamines.

Respecter la diététique

Les principes diététiques, largement diffusés par les médias et les spécialistes, apparaissent dans le discours des Français sous deux formes : l'une, positive, met l'accent sur la variété, l'équilibre, le naturel ; l'autre, négative, interdit les excès, surtout de graisse et de sucre.

varié et équilibré (16 à 20%)

Dans ce thème, bien manger c'est avant tout bien s'alimenter. On retrouve à la fois le discours diététique contemporain et la recherche du naturel. Il faut manger *sain, équilibré, varié, naturel*. Bien manger signifie ici incorporer les vertus de la nature en ingérant l'aliment aussi proche que possible de son état naturel. C'est ainsi que l'on refuse les *produits chimiques*, les *conserves*, les *surgelés*, les *colorants*. Le terme *frais*, qui apparaît souvent dans les réponses, a également le sens de "naturel". On retrouve ici l'opposition entre produit frais (*donc bon et naturel*) et produit transformé, dénaturé par l'industrie agro-alimentaire. Cette opposition pose problème à la ménagère pressée, car le produit transformé est plus pratique à utiliser que le frais. Les enquêtés parlent de *diététique* voire utilisent le jargon technique approprié (*glucide, protide, lipide, sels minéraux, énergétique*). Quelques extraits de réponses de cette classe très stéréotypée : ... *manger équilibré, sans produit chimique ni conservateur /... manger sainement, une nourriture variée et produits frais /... manger des produits sains non*

pasteurisés, naturels, des produits sains /... équilibre de l'alimentation, nourriture variée et modérée.../... l'équilibre alimentaire protéines lipides glucides, vitamines sels minéraux ...

Ce thème est plus fréquent chez les femmes, les cadres moyens.

pas trop de graisse ni de sucre (11 à 13%)

Ce thème est construit sur l'interdiction et la restriction. *Bien manger* c'est ici proscrire la gourmandise en ce qui concerne le gras et le sucré, mais aussi les *graisses* et les *calories*. Quelques phrases type : ... *pas trop gras pas trop de sucre et pas trop de calories /... pas manger trop lourd ... pas sucré car j'ai du diabète /... ne pas abuser des graisses entre autres / régime, cholestérol, trop de sucre /... manger en qualité et non pas en quantité ...* Les retraités sont ici sur-représentés. Beaucoup d'entre eux ont une vision très restrictive de l'alimentation, qui a perdu pour eux toute possibilité hédonique.

Écouter son corps

Cette troisième dimension met en scène le mangeur face à la quantité et à la qualité de l'aliment. Là, c'est autant le corps du mangeur que son esprit qui nous répond : il s'agit de se remplir le ventre sans se goinfrer, ce qui rejoint un peu le thème précédent, mais aussi de manger ce qu'on aime : en somme satisfaire les besoins et les désirs, de son corps.

manger juste à sa faim (10 à 14%)

Ce thème contient principalement des prescriptions en termes de quantité. Bien manger, c'est ici : manger en quantité raisonnable, suffisamment pour satisfaire sa faim, mais pas plus. Il s'agit d'une application au domaine alimentaire de la philosophie du juste milieu. Celui-ci est perçu comme une sorte de normalité raisonnable, comme l'indique la fréquence élevée des racines : raisonnable(ment), normal(ement), correct(ement), et des expressions comme *manger à sa faim, ne pas se goinfrer*.

La formule d'Harpagon "il faut manger pour vivre et non vivre pour manger" revient textuellement plusieurs fois, ou sous des formes analogues. On peut considérer que la phrase de Molière est devenue une véritable idée reçue, bien répandue dans la population. Quelques extraits typiques : ... *manger à sa faim, ne pas manger trop riche /... se nourrir normalement pour vivre je parle pas des grandes bouffes /... me nourrir normalement, me nourrir en restant avec une petite faim /... il faut manger pour vivre et non pas vivre pour manger /...*

manger correctement à ma faim sans faire d'excès ... C'est sans doute ici que l'on voit le mieux à l'oeuvre les automatismes de la pensée toute faite, avec ses implications dans le comportement alimentaire : il faut manger à sa faim, mais ne pas dépasser la limite, voire s'arrêter un peu en deçà, et *à la limite avoir une petite faim en sortant de table*. C'est cet aspect de la représentation du bien manger qui contribue à produire le type de dialogue suivant : “- Encore *un peu de gigot ?* - *Non merci, c'est délicieux, mais ça ne serait pas raisonnable*”. Ce thème apparaît plus souvent chez les personnes de 60 ans et plus, les personnes séparées ou divorcées, les sans diplôme, les habitants des petites villes.

manger ce qu'on aime (14 à 17%)

Avec ce thème apparaissent des notions de désir, de plaisir, d'envie. Le discours n'est pas normatif comme dans les deux thèmes précédents, mais subjectif : les mots *je, moi, me, soi* apparaissent très fréquemment. Il s'agit là encore de réponses en termes d'aliments, mais ce qui compte c'est le plaisir qu'ils apportent au mangeur, comme l'indique la fréquence des mots : *envie, apprécier, plaire, plaisir, palais*. Quelques exemples : ... *manger ce qui me plaît, ce que j'ai le plaisir à manger /... se régaler une fois que ça me plaît/...manger quelque-chose qu'on aime/...des spécialités des trucs qu'on ne mange pas souvent /... tout ce qui me fait envie : comme le pinard, le fromage...*Ce thème est fréquent les mangeurs d'âge mûr. Il apparaît aussi chez les consommateurs qui ne sont pas intéressés par les produits enrichis en vitamines.

Le repas, lien social

La dernière grande dimension du bien-manger est sociale : familiale (maternelle surtout), amicale et festive, enfin formelle et gastronomique.

bons petits plats (4 à 6%)

Ce petit thème rassemble des réponses orientées autour de la cuisine. Les chaînes les plus fréquentes sont simples, sans équivoque : *bons petits plats, bon petit repas, bon plat bien préparé, bon repas avec bonne cuisine, plat cuisiné maison*. On retrouve dans les réponses des tournures caractéristiques de l'univers affectif et familial dans le français familier, en particulier le qualificatif affectueux *bon petit*. *Cuisine, plat, petit, français, traditionnel, consistant* et *familial* apparaissent avec des fréquences élevées et très significatives. Bien

manger signifie ici consommer les produits culinaires domestiques. Quelques exemples : ... *aux petits plats à maman /... une table familiale gaie présence d'harmonie et de bonne cuisine /... une bonne bouffe à la française, plats cuisinés maison /... des bons petits plats, pâtisserie /... faire un bon repas avec maman, la bonne cuisine familiale de mon enfance /... les bons petits plats en famille avec des produits sains ...* Cette facette de la représentation porte les affects, l'histoire personnelle du mangeur et son sentiment d'appartenance culturelle. Elle explique la persistance des goûts alimentaires de l'enfance, et leur reproduction lors de la constitution d'une nouvelle cellule familiale. En filigrane apparaît le personnage de la ménagère nourricière. Ce thème un peu passéiste est abordé plus fréquemment par des d'individus non satisfaits de leur cadre de vie et les exploitants agricoles.

convivial (12 à 14%)

Ce thème est assez proche du précédent. Il s'agit de faire des bons repas en famille ou avec des amis, avec de bons petits plats, du bon vin, bref, *une bonne bouffe*. Les réponses se caractérisent par l'accent mis sur le repas non pas comme occasion de manger, mais de se réunir autour d'une table et de *faire la fête*. Le commensalisme et l'ambiance décontractée apparaissent explicitement ou en filigrane dans les réponses. *Repas, famille, table, amis, gueuleton* et *fête* apparaissent pour décrire un cadre général de convivialité bon enfant. La présence de mots comme *barbecue, vin, super, copains, ambiance* renforcent cet accent mis sur la socialité amicale. Quelques extraits typiques : *faire un super bon repas avec des amis /... repas de famille, bonne chère, bon vin, faire la fête /... bon gueuleton, bon vin /... un bon repas en famille, un bon repas d'anniversaire ou de fête de fin d'année ...* Ce thème est caractéristique des jeunes, habitants de villes moyennes, des hommes, des employés et des ouvriers.

le décorum (6 à 8%)

Au rôle social du repas qui apparaît dans les thèmes *petits plats* et *convivial*, ce thème ajoute la dimension gastronomique. On peut le résumer par "aller dans un bon restaurant". C'est principalement le côté gastronomique du restaurant, avec ce que cela implique de rituel et de décorum, qui ressort dans cette classe. C'est pourquoi les repas gastronomiques à domicile (banquet de fête, soupers fins...) se retrouvent dans la même classe. Quelques phrases typiques : ... *restaurant gastronomique/... c'est me payer le restau ou un banquet de famille le week-end/... aller dans un beau restaurant avec des menus raffinés, du foie gras/... faire une sortie au restaurant avec ma femme ...* Dans plusieurs réponses apparaît le caractère exceptionnel de ce type de repas. Ce thème est fréquent chez les jeunes, les habitants de

grandes villes, les hommes, les concubins, des diplômés de l'université ou des grandes écoles, les artisans, commerçants et chefs d'entreprise et les cadres supérieurs ou professions intellectuelles.

REPRESENTATION GRAPHIQUE

L'idée est de construire un espace des connotations reproduisant les proximités entre mots et dans lequel deux mots seront d'autant plus proches qu'ils sont associés dans les réponses des individus. Le graphique ci-après a été obtenu par analyse factorielle sur la base des réponses. Le nuage, projeté dans l'espace des trois premiers axes, a grossièrement pour enveloppe un tétraèdre.

L'analyse montre que le premier axe oppose la classe 1 (les noms de produits) au reste des réponses. Ceci peut s'interpréter comme une opposition entre représentation en termes concrets (des produits) et une représentation plus réfléchie, fournissant des descriptions en termes de propriétés, et non pas seulement de contenu. Ce premier axe oppose en quelque sorte une description en extension du *bien manger* (la liste des produits), à une description en compréhension. Cette opposition entre niveaux de pensée (concret/abstrait) se retrouve également dans d'autres analyses du même type que nous avons effectuées sur d'autres représentations sociales.

L'axe 2 sépare très clairement deux pôles du bien manger que sont l'aspect social et l'aspect diététique. L'axe 3 regroupe de son côté positif des aspects opératoires et personnels de la représentation, avec un vocabulaire à la fois plus pragmatique et plus émotif.

ICI INSERER LE GRAPHIQUE TITRE : LES CHAMPS DE CONNOTATION DU BIEN MANGER

NB LE GRAPHIQUE EST FOURNI SUR UN PAPIER A PART

CONCLUSION : MESURER LE SENS COMMUN

Sur les marchés alimentaires européens, saturés en volume, les firmes alimentaires cherchent à maximiser la quantité de Valeur Ajoutée par calorie vendue. Pour cela, elles intègrent aux aliments du service et de l'image : leurs stratégies de diversification et de communication portent de plus en plus sur les aspects immatériels de l'aliment. Les aspects subjectifs qui

contribuent à la *qualité perçue* de l'alimentation prennent donc de plus en plus d'importance. Ils sont devenus des enjeux centraux du marketing alimentaire des pays européens. Les différents aspects de la représentation peuvent devenir pour le consommateur des signes ou des facteurs de qualité (Lahlou, 1993) qui influenceront sur ses comportements d'achat et de consommation. C'est pourquoi connaître et mesurer ces aspects est devenu une nécessité économique. C'est bien à ce type de préoccupation que permet de répondre la technique qui a été présentée, et que nous avons par ailleurs également appliquée à la perception de produits particuliers (voir notamment Beaudouin et Lahlou, 1993).

Les différentes facettes de ces aspects du "bien manger" qui ont été repérées dans le discours des consommateurs étaient déjà bien connues des spécialistes (voir notamment Fischler, 1990), et des sujets eux-mêmes, ce qui est normal puisque nous analysons ici le sens commun. Mais l'intérêt de ces nouvelles méthodes d'investigation, c'est qu'elles nous permettent de mieux comprendre les formes "naturelles" que prennent les objets ou les actes de la vie courante du point de vue du consommateur, en situant les différents aspects de la représentation les uns par rapport aux autres et en créant ainsi un espace sémantique dans lequel on peut replacer une représentation particulière. Nous avons ici la possibilité de synthétiser et de quantifier ces représentations, ce qui est précieux, par exemple pour les comparaisons internationales. En outre, et ce n'est pas le moindre intérêt de ces méthodes, elles permettent de transmettre simplement aux acteurs de la vie économique une représentation structurée de ces aspects immatériels. Nous espérons que cette connaissance opératoire permettra de guider l'innovation alimentaire et de faciliter l'action des politiques nutritionnelles.

Références bibliographiques

AUCOUTURIER A. L., BEAUDOUIN V., BLOT I., FAIVRE D., LAHLOU S., MICHEAU J., (1991). - Nature et traitement statistique des données textuelles. Réflexions méthodologiques. Paris, *Cahiers de recherche du Crédoc*, n°24, 1991.

BEAUDOUIN, V., LAHLOU, S. L'analyse lexicale, outil d'exploration des représentations. réflexions théoriques et méthodologiques à partir d'une quinzaine de corpus d'origines très diverses. Paris, *Cahiers de Recherche du Crédoc*, n° 48, septembre 1993.

BRIAN, É. - *Analyse des données lexicométriques. Élaboration des programmes*. Paris, Rapport CREDOC n°4909, octobre 1984.

BRIAN, É. - *Techniques d'estimation et méthodes factorielles, exposé formel et application aux traitements de données lexicométriques*. Thèse de Docteur Ingénieur. Université d'Orsay, 1986.

- DI GIACOMO, J. P. - Aspects méthodologiques de l'analyse des représentations sociales. In *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 1981, vol. 1, n°4, pp. 397-422.
- FISCHLER, C. - *L'omnivore*. Ed. Odile Jacob, Paris, 1990.
- FLAMENT, C. - Sur le pluralisme méthodologique dans l'étude des représentations sociales. *Cahiers de psychologie cognitive*, 1981, 1, N°4, pp. 375-395.
- GREIVELDINGER J. F., LION S., MAISONNEUVE C. - *Le consommateur âgé et l'alimentation*. Paris, Collection des rapports du CREDOC, n°92, décembre 1990.
- LAHLOU, S., BETBEZE, J. P., MAFFRE, J. - *Innovation et consommation : le cas du surgelé, tome 3 : le surgelé dans la consommation des ménages*. Paris, Rapport CREDOC non numéroté, mars 1987.
- LAHLOU, S. - Si/alors : "bien manger" ? : application d'une nouvelle méthode d'analyse des représentations sociales à un corpus constitué des associations libres de 2000 individus. Paris, *Cahiers de recherche CREDOC*, n°34, avril 1992.
- LAHLOU, S. La logique du consommateur. *Sciences Humaines*. Hors Série n°2, mai 1993, pp. 40-42.
- LE BOUEDEC, G. - Contribution à la méthodologie d'étude des représentations sociales. *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 1984, vol. 4, n°3, pp. 245-272.
- LEBART, L., SALEM, A. - *Analyse statistique des données textuelles*. Dunod, Paris, 1979.
- LION, S. - Constitution d'un corpus et perte d'information en analyse lexicale : méthodes et pratiques. Paris, *Cahiers de recherche du CREDOC*, n° 13, 1991.
- MOSCOVICI, S. - *La psychanalyse son image et son public*. 1ère ed 1961. Paris, PUF, 1976.
- REINERT, Max. - Un logiciel d'analyse des données textuelles : ALCESTE. *Communication aux 5èmes journées Internationales "Analyse de données et Informatique"*, INRIA, 1987.
- WHORF, Benjamin Lee, (1956). - On the Connection of ideas. (1927). in : *Language, Thought and Reality*. John B. Carroll ed. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1956, pp. 35-39.
- YVON, F. - L'analyse lexicale appliquée à des données d'enquête : état des lieux. Paris, *Cahiers de recherche CREDOC*, n°5, 1990.