

## L'analyse anthropologique du rapport des Français au pain

Une réponse culturelle aux comportements alimentaires



Observatoire du pain

le pain

Mars 2011

*« A l'image de toute relation intime, le rapport que les Français entretiennent avec le pain recèle une part de mystère... »*

**Abdu Gnaba, Auteur d' *Anthropologie des mangeurs de pain*, L'Harmattan, 2011**

# SOMMAIRE

## Communiqué

L'analyse du rapport des Français au pain révèle l'existence de « familles alimentaires »

### Fiche 1

L'anthropologie pour mieux comprendre les comportements alimentaires des Français

### Fiche 2

Le pain, aliment anthropologique et acteur culturel

### Fiche 3

Les familles de mangeurs de pain révèlent la diversité d'une société en mouvement

### Fiche 4

L'analyse du rapport au pain révèle le rôle déterminant de la femme dans la consommation alimentaire

### Fiche 5

Le pain, un aliment inscrit dans l'ADN de la société à la française

### Fiche 6

L'anthropologie peut faciliter de la prévention nutrition et santé

### Fiche 7

L'intérêt de l'ouverture de la recherche sur l'alimentation et le pain aux sciences humaines

#### Contacts

Valérie Mousquès-Cami

[v.mousquescami@observatoiredupain.glaboetie.org](mailto:v.mousquescami@observatoiredupain.glaboetie.org)

Presse - Lucie Hacquin - 01 44 88 88 25 -

[presse@observatoiredupain.fr](mailto:presse@observatoiredupain.fr)



## Observatoire du pain

le pain

# L'analyse du rapport des Français au pain révèle l'existence de « familles alimentaires »

Afin d'enrichir la recherche sur les comportements alimentaires, l'Observatoire du pain a lancé en 2009 la 1ère étude socio-anthropologique sur les Français et le pain. Après 16 mois de terrain, l'ouverture aux sciences humaines dans un domaine habituellement réservé aux sciences de l'alimentation a ainsi apporté de nouveaux éléments de compréhension des comportements alimentaires.

A travers la consommation de pain, naissent des conclusions innovantes sur la consommation de pain et sur l'existence de familles alimentaires, aujourd'hui regroupées dans l'ouvrage d'Abdu Gnaba « Anthropologie des mangeurs de pain » aux éditions l'Harmattan.

## Les sciences humaines offrent un nouveau regard sur les sciences de l'alimentation

Les ressorts de la consommation alimentaire sont divers. Les schémas habituels des besoins énergétiques, de l'appétit, de la disponibilité des produits, du goût ou de l'équilibre alimentaire, ne cimentent qu'une partie de ces comportements. Au-delà de cela, ils dépendent aussi d'une multiplicité de prismes culturels qui se superposent, complétant les considérations historiques sur la question. **La nouveauté du regard anthropologique apporte des réponses à la ramification des modes de consommation des Français (fiche 1).**

Intéressé par la perspective de l'utilisation des sciences humaines dans l'interprétation des comportements alimentaires, l'Observatoire du pain a initié en 2009 une **recherche inédite en socio-anthropologie** sur le rapport que les Français entretiennent avec un aliment symbolique et qui ne laisse jamais indifférent, le pain. En même temps qu'une **ouverture des sciences de l'alimentation** à une nouvelle manière d'analyser les habitudes alimentaires, cette étude a permis de mettre en lumière **des conclusions innovantes sur le lien entre les Français et le pain (fiche 2) et l'existence de familles alimentaires (fiche 3).**

## Une société aux comportements multiples et mouvants

Pendant 16 mois, l'équipe scientifique a réalisé 750 rencontres sur tout le territoire, dans la rue, à leur domicile, au sortir de leur boulangerie, ou en groupes. L'équipe de Sociolab\* a cherché à comprendre les ressorts cachés de la consommation de pain. Dans cette étude est alors apparu que le rapport à la tradition, dans sa définition anthropologique\*\*, est profondément structurant dans la manière que chacun a de consommer. Sous l'étude du rapport au pain, se dessine donc une société hétérogène de consommateurs aux profils très particuliers (fiche 3). Le pain témoigne à lui seul d'une **société mouvante** où l'individualisation et la recherche du plaisir modifient les ressorts de la consommation.

Hommes et femmes, jeunes et moins jeunes, révèlent à travers leur consommation de pain leur vision profonde de la tradition, de leurs valeurs, de leurs individualités. Mais au sein de cette trame aux multiples facettes, il s'avère que **l'acteur féminin prend une place toute particulière**. La femme, à travers ce pain qui recouvre une dimension autre que nutritive, prend une place significative dans l'évolution des comportements sociaux face à l'alimentation (fiche 4). À la fois mère prescriptrice, porteuse d'innovations, ouvrière d'une tradition qu'elle revisite constamment, la femme modifie progressivement les contours de l'alimentation journalière.

## Le rapport au pain cristallise les comportements des Français et les rassemble

Le travail anthropologique a montré l'intérêt du pain comme témoin de société. Malgré leurs différences, tous les Français se regroupent autour du pain pour lui accorder un statut particulier, rassembleur, identitaire, symbolique, qui augure d'une belle pérennité en France (fiche 5). Cette mise à jour collective autour d'un aliment culturel confirme l'intérêt pour l'enrichissement des sciences de l'alimentation par des analyses nées des sciences humaines. Les patients en nutrition pourraient ainsi voir leurs considérations nutritionnelles s'affiner par la considération d'un vécu alimentaire personnel (fiche 6).

*Créé en 2006, l'Observatoire du pain contribue à l'amélioration des connaissances scientifiques sur le pain, la nutrition et l'alimentation. Son engagement se traduit par différents travaux de recherche (composition nutritionnelle des pains, index glycémique, comportements alimentaires...) et des actions d'information à destination des professionnels de santé et de prévention auprès des consommateurs (fiche 7).*

[www.observatoiredupain.fr](http://www.observatoiredupain.fr)  
Twitter : ObsduPain

**Contact Presse**  
[presse@observatoiredupain.fr](mailto:presse@observatoiredupain.fr)  
Lucie Hacquin - 01 44 88 88 25

\*Institut de recherche agréé par le Ministère de la Recherche et de l'Enseignement Supérieur [www.sociolab.com](http://www.sociolab.com)

\*\*« La tradition est, et a toujours été, un principe dynamique, une suite continue de petites modifications apportées au fil du temps. Loin d'être une antinomie de l'innovation, elle consiste à respecter l'essence d'un rituel en conjuguant au présent un savoir-faire ancestral. » Abdu Gnaba, Auteur d'*Anthropologie des mangeurs de pain*, L'Harmattan, 2011

# L'anthropologie pour mieux comprendre les comportements alimentaires des Français

En initiant une étude sur la relation entre les Français et le pain, l'Observatoire du pain voulait mieux comprendre les représentations qui entourent cet aliment grâce à la vision anthropologique des ressorts sa consommation. Le parti pris original a été d'appréhender la globalité des Français face à un produit qui les rassemble, le pain. L'originalité des conclusions qui rassemblent tous les Français autour de leur pain a donné lieu à la publication d'un ouvrage dédié : *Anthropologie des mangeurs de pain* aux éditions l'Harmattan

L'ouvrage *Anthropologie des mangeurs de pain : le pain de l'anthropologue retrouve les consommateurs du quotidien*

L'Observatoire du pain a confié ce travail de recherche à Sociolab\*. Fondé et dirigé par Abdu Gnaba, docteur en anthropologie et sociologie comparative, cet institut a pour l'occasion œuvré sous la direction scientifique de Richard Pottier, ancien expert de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), Professeur émérite d'anthropologie à l'Université René Descartes, Faculté des Sciences Humaines et Sociales (Paris 5, Sorbonne).

## **16 mois de terrain pour appréhender le pain de tous les Français**

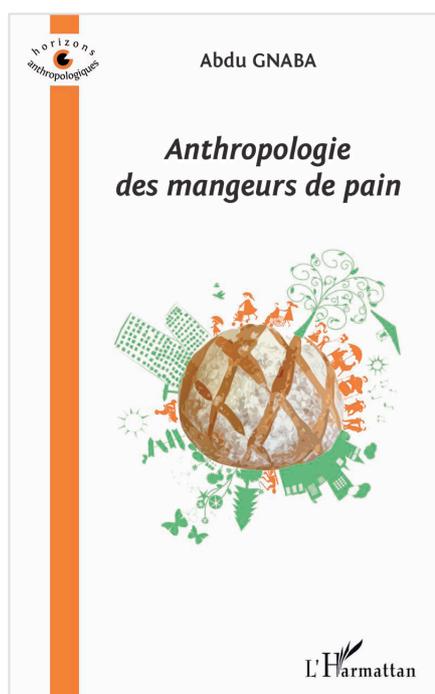
L'étude positionne le pain comme sujet de recherche socio-anthropologique. Parti pris, elle accorde une attention particulière aux comportements et à la parole des consommateurs et permet de donner du sens à sa consommation. Une phase d'enquête ethnographique puis ethnologique a été déployée dans sept grandes ou moyennes villes et leurs banlieues, ainsi que dans plusieurs villages sur tout le territoire. Plus de 200 rencontres de plus d'une heure trente, plus de 150 entretiens aux sorties des boulangeries et près de 300 entretiens informels se sont ajoutés à des dizaines de journées d'observation et à l'animation de focus groups.

L'étude enseigne qu'à la différence de tous les autres aliments, les Français ne parlent pas du pain comme d'un produit, mais le racontent comme une histoire. **Autour du pain et de sa consommation naissent une multitude d'histoires personnelles ou partagées qui témoignent des valeurs, des motivations et de l'imaginaire de tous les Français.**

L'intérêt scientifique de ces enseignements et de la dimension narrative des rapports au pain a conduit les éditions l'Harmattan à publier l'ouvrage *Anthropologie des mangeurs de pain* d'Abdu Gnaba en 2011.

À l'image de toute relation intime, le rapport que les Français entretiennent avec le pain recèle une part de mystère. Malgré le bouleversement actuel des habitudes alimentaires, le pain fait toujours partie de leur vie, et c'est ce qui en fait un objet éminemment culturel. Que l'on songe au moment particulier où, au sortir de la boulangerie ou en chemin vers la maison, chacun rompt un morceau du pain qu'il vient d'acheter, tout frais et souvent encore chaud, puis le mange avec délectation. Il s'agit là sans doute de la pratique la plus commune à tous les mangeurs de pain, quels que soient leur âge, la région où ils vivent, leurs habitudes alimentaires. Que l'on considère le pain comme une nourriture de base ou de plaisir, que l'on soit individualiste ou généreux, et quel que soit notre profil de mangeur de pain, à cet instant précis nous sommes tous identiques, au double sens du terme : parfaitement semblables et inscrits dans la même identité. C'est par cet acte simple, intime et spontané que se noue l'histoire qui nous lie au pain, une histoire que l'on aime à raconter, à partager, parce qu'elle nous rassemble. Le pain, un aliment narratif, symbolique et identitaire... Questionner le pain, c'est questionner le rapport à l'identité et à la tradition. Qu'est-ce que l'identité ? C'est un rapport, une relation de soi aux autres. Et le pain, parce qu'il est un foyer de sens et un tisseur de liens entre les individus, demeure intrinsèquement un aliment identitaire. Quant à la tradition, c'est essentiellement un principe dynamique. Très éloignée de la définition communément admise, la tradition n'est pas une répétition du passé, mais un dialogue ouvert entre les acquis d'hier et les attentes du jour. D'un point de vue anthropologique, la tradition est une réinvention permanente.

Spécialiste des identités culturelles, **Abdu GNABA, 38 ans, anthropologue et directeur de l'Institut Sociolab\***, est le fondateur de la société d'études internationales, qui met les sciences sociales au service de l'entreprise. Il est l'auteur de *La mémoire réinventée*, parue chez L'Harmattan en 2009.



**ANTHROPOLOGIE DES MANGEURS  
DE PAIN**

Abdu Gnaba  
Collection Horizons anthropologiques

**SOMMAIRE**

***La perception statique de la tradition***

**Un aliment narratif :** le pain ne se dit pas, il se raconte

**Un aliment symbolique :** le pain se raconte parce qu'il se partage

**Un aliment identitaire :** le pain se partage, donc il fédère

**Six profils de mangeurs de pain :** une nouvelle typologie des mangeurs de pain

**Le pain et les femmes :** l'évolution de la consommation de pain au regard de la place de la femme dans la société

**Le prix du pain** une affaire de perception

**Le pain bio :** une idéologie au naturel

**Le pain authentique :** tous les goûts sont dans la culture

**Le pain pour tous**

**Le principe dynamique de la tradition**

# Le pain, aliment anthropologique et acteur culturel

La richesse des conclusions de l'étude anthropologique *Les Français et le pain* a donné lieu à l'écriture d'un ouvrage scientifique, *Anthropologie des mangeurs de pain* d'Abdu Gnaba. Loin de l'image communément partagée d'un pain éternel et immuable, le pain « vécu », le pain anthropologique, est beaucoup plus riche et révèle les configurations sociales actuelles.

## Le pain, un témoin socio-anthropologique révélateur des évolutions sociales

### Le pain révèle une tradition dynamique, une tradition imaginée au présent

Le pain est l'un des rares aliments à charrier autant de charge historique. Sous cet angle, le pain a été l'aliment indispensable : la miche pour les paysans, puis la baguette pour les ouvriers. Malgré ces représentations bien ancrées dans notre imaginaire, il continue pourtant à accompagner les Français (97,6% d'entre eux en consomment quotidiennement\*). Des Français pourtant différents de leurs aînés, travaillant majoritairement dans le tertiaire, vivant dans de nouvelles configurations sociales. Malgré cela, le pain reste, rassemble et mute. Et, en même temps, cette notion de tradition évolue.

**Définir ce qui est traditionnel est finalement très actuel** : la vision de tradition en dit souvent plus sur le présent que sur le passé. Force est de constater que le regain du « tradition » dans l'alimentation, aussi vécu par le pain, est le signe manifeste d'un présent et non d'un passé, avec tout son imaginaire, ses représentations et toutes ses aspirations. Simples rappels, plutôt révélateurs : la baguette, symbole que l'on pourrait penser « historique », n'a qu'un siècle d'existence quand la notion de baguette de tradition n'a été légalement définie qu'en 1993...

*« Ce passage du témoin entre les générations, chacune d'entre elles différant sensiblement de la précédente, c'est la tradition. Car la tradition doit être considérée comme un principe dynamique, un mouvement perpétuel, une voix continue qui ne s'oppose pas à la modernité mais dialogue avec elle pour l'éclairer de son expérience. » \*\**

### Le pain, miroir d'une société plus individualiste et plus hédoniste

Révélateur d'une tradition vécue au présent, le pain révèle aussi quelles influences sont en jeu dans la société actuelle. **Dans un contexte de surabondance alimentaire, le pain perd de son caractère nécessaire. Intervient donc désormais dans cette multiplication des choix alimentaires la notion de plaisir.**

De fait, la consommation de pain devient plus facultative et est de plus en plus associée à la qualité. Entre le plaisir personnel, subjectif, s'immisce un rapport rationnel de qualité, des critères de conservation et d'équilibre alimentaire. Le pain, dans ce nouveau rapport à l'alimentation, bénéficie d'une image positive : essentiel à l'équilibre nutritionnel, il est un aliment « sûr ». Signe de ce passage du pain-nécessité au pain-plaisir : la transition de consommation entre la miche de pain et la baguette, désormais prépondérante. Le gros pain est un aliment de base, familial et nourricier, tandis que la baguette répond plus souvent aux attentes d'individus souvent seuls, désireux de manger rapidement en se faisant plaisir avant de songer à se rassasier. On remarque même un pain de semaine, « *un pain de raccroc* », et un pain de week-end, « *un vrai pain* »\*\*. A l'heure des plats tout prêts et de la déritualisation des repas, le pain, entre pains spéciaux et nouvelle tradition, s'adapte aux nouvelles données de la société tout en conservant son historicité rassurante.

\*Enquête Credoc « Comportements et consommations alimentaires en France », 2010

\*\*Abdu Gnaba, Auteur d'*Anthropologie des mangeurs de pain*, L'Harmattan, 2011

## Le pain, un aliment anthropologique « tisseur de lien social »

### Le pain, un aliment narratif

*« A la différence de tous les autres aliments, les Français ne parlent pas du pain comme d'un produit, mais le racontent comme une histoire. »\**

Interrogés sur le pain, les Français ne parlent pas d'un aliment mais ils parlent d'eux, de leurs expériences personnelles ou partagées. *« Le pain ne se dit pas, il se raconte »\**. Les narrateurs se surprennent à parler aussi longuement d'un sujet de prime abord banal. Le pain révèle la personnalité, les souvenirs, les goûts et les histoires de chacun qui en parle. Chargé d'affects, il se raconte autant qu'il nous raconte : c'est un aliment narratif.

*« Le pain est une relation, dans le double sens du terme : un récit et un lien. » \**

### Le pain, un aliment symbolique

Malgré une connaissance sommaire de son mode de fabrication et d'une quasi incapacité à qualifier son goût, les Français ont le sentiment d'intégrer complètement le pain dans leur vie. Les Français y sont attachés et s'y sentent intimement liés ; en ce sens, le pain est symbolique, porteur de valeurs unificatrices plutôt que de connaissances concrètes. S'il n'est plus l'aliment religieux, ni le symbole du travail fourni, le pain n'a pas perdu sa charge symbolique. **Dans une société qui glisse vers une recherche du plaisir, le plaisir de l'alimentation se conforte dans un pain, aliment sain, synonyme d'équilibre, de rassasiement et de convivialité, symbole de « l'être ensemble ».**

### Le pain, un aliment identitaire

Pour les mangeurs, le pain est l'aliment stable et sûr par nature. Au cœur des inquiétudes alimentaires, il est en quelque sorte le garant d'un savoir-faire hérité, symbole d'un vivre ensemble idéalisé, équilibré et convivial. On s'y réfère d'autant plus lorsqu'on est loin de chez soi, à l'étranger et qu'il manque. Au-delà d'un territoire, l'identité moderne aux prises avec la mondialisation se construit surtout autour de comportements et de valeurs propres. **Malgré leurs différences, tous les Français se retrouvent identiques autour du pain, au sens de « semblables » inscrits dans une même identité.** Tous les Français sont dans le pain qu'ils consomment : *« On est Français par le pain. Un territoire en soi, un terroir en nous. »\**

**« Les muets du pain n'existent pas »**

*« Incontestablement, le pain parle à tous ; et tous, qu'ils en mangent fréquemment ou pas, parlent du pain. »*

**Abdu Gnaba, Auteur d'Anthropologie des mangeurs de pain, L'Harmattan, 2011**

# Les familles de mangeurs de pain révèlent la diversité d'une société en mouvement

Cette étude anthropologique démontre que le pain est pour tous. Il n'en reste pas moins que ce pain génère une multitude d'histoires et de valeurs personnelles, témoignant d'une multitude de styles de consommation. Cette analyse du rapport au pain met au grand jour un nouveau rapport au monde qui multiplie les options de consommation et de modes de vie, et laisse apparaître l'existence de familles alimentaires. La définition socio-anthropologique de la tradition, selon l'étude *Les Français et le pain* réalisée par Sociolab\*, structure les mangeurs de pain en 6 profils distincts. En tant qu'aliment de base, le pain rend possible la personnalisation de sa consommation.

« Pour les Français, le pain reste et restera présent, mais c'est de plus en plus « un pain à la carte ». »\*\*

## L'Authentique (La tradition arrêtée)

Un repas sans pain n'existe pas sur sa table et sous son toit. L'Authentique aime le pain de toujours, celui qui nourrit et qui rassemble la famille autour d'un repas traditionnel. Sans ambages et rassurant, le gros pain ou la baguette sont ses deux pains de référence, le reste étant trop farfelu.



## L'Hédoniste (L'anti-tradition figée)

Le plaisir est son argument alimentaire. L'Hédoniste est à l'image de ce double mouvement actuel de recherche de l'exaltation subjective des sens et d'application rationnelle et attentive pour atteindre le bien-être. L'originalité, l'innovation sont toujours bienvenues voire indispensables dans son repas. Ainsi, la baguette courante sera délaissée au profit des petits pains spéciaux ou de la baguette de tradition française.



## Le Bipolaire (La tradition en pointillé)

Le Bipolaire alterne entre le tout traditionnel et l'innovation envers et contre tout. Bien qu'intrinsèquement authentique, il se laisse parfois tenter par de nouveaux pains. Il incarne la tradition en tension, l'innovation à tâtons.



\*Institut de recherche agréé par le Ministère de la Recherche et de l'Enseignement Supérieur. [www.sociolab.com](http://www.sociolab.com)

\*\*Abdu Gnaba, Auteur d'*Anthropologie des mangeurs de pain*, L'Harmattan, 2011

### Le Nomade (La tradition en mouvement)

Le Nomade porte la modernité dans son rythme rapide et soutenu et, de fait, invente constamment son rapport au pain. S'il en mange assurément, c'est quand il peut et où il peut. Il reconnaît la valeur du pain mais son alimentation n'est pas une contrainte, il l'adapte constamment à son rythme de vie. Il consomme donc toutes les sortes de pain sans préoccupation.



Icomene

### Le Déphasé (La tradition en suspens)

Le Déphasé mange moins de pain que les profils précédents mais a conscience qu'il faut qu'il le fasse. Il le rattache à la famille qu'il aura un jour ou à un futur environnement plus serein. L'alimentation n'est pas une priorité au regard de ses autres occupations. C'est un retardataire du pain, mais un retardataire conscient de vouloir changer. Sa consommation, quand il le peut, oscille essentiellement entre la baguette courante et le pain industriel.



Icomene

### L'Errant (La tradition disparue)

L'Errant est certainement le seul à être détaché du pain. Il ne s'oppose pas à sa consommation s'il lui plaît, mais il l'appréhende comme une matière neutre, comme une autre pâte. Tant qu'il est accessible, il en mangera, mais n'hésitera pas à le remplacer par des pizzas, beignets ou autres produits associés à la praticité... et aussi, souvent, au déséquilibre alimentaire. On retrouvera donc dans les placards de l'Errant du pain industriel et parfois, sur le coin de sa table, une baguette courante.



Icomene

# L'analyse du rapport au pain révèle le rôle déterminant de la femme dans la consommation alimentaire

Selon l'étude socio-anthropologique *Les Français et le pain*, les mangeurs de pain empruntent des voies de consommation différentes, en fonction de leurs rapports à la tradition et au plaisir. Les Français ont été étudiés sous le prisme de leur rapport au pain. Au sein des 6 profils identifiés, les profils féminins dénotent par leurs particularités. Entre l'Authentique féminin, mère de famille attentive à sa communauté et l'Hédoniste, l'antinomie n'est pas si claire. Entre mère précautionneuse et initiatrice de nouveautés alimentaires, la femme témoigne tout particulièrement de cette tradition revisitée au présent.

## Le pain, un allié régulier et raisonné de la femme

Les considérations féminines sur le pain ont changé depuis les années 80 : le pain n'est plus proscrit mais est désormais un allié de l'équilibre alimentaire. Si « le pain ne fait pas grossir », il n'en reste pas moins un apport énergétique : dans un monde sédentarisé où la femme est soucieuse de sa ligne et de sa santé, cette dernière reste donc attentive à la consommation qu'elle en fait.

Le pain est réhabilité et s'intègre dans une alimentation alliant équilibre et saveur. La femme devient ainsi l'initiatrice d'une tendance à « l'hédonisme » alimentaire. Sa consommation est source de plaisir mais aussi d'équilibre. *« Le pain qu'on aime remplace le pain qui nourrit » \**. Elle introduit beaucoup de raisonnement dans son plaisir alimentaire. Ainsi les nouvelles Hédonistes font souvent du sport ; ces précautions présagent d'un souci de l'alimentation. Selon l'étude anthropologique, plus consciencieuse, l'hédoniste rationnelle **picore le plaisir et l'originalité tout en préservant son équilibre personnel**. Le profil de l'errant est un peu moins présent chez les adolescentes qu'il ne l'est chez leur alter ego masculin.

## La mère et le pain communautaire



*« Des fois il m'arrive de prendre un pain aux céréales, quand ça me tente (...). Celui qui mange régulièrement des pains spéciaux, c'est un petit mangeur de pain. Moi, je vois mon mari, quand il y a du pain aux céréales à la maison, il en mange pas beaucoup. Lui c'est la baguette, c'est tout ! Il ne recherche pas les pains fantaisie. Il veut le pain traditionnel, normal. »* **Témoignage de Catherine**

*« La symbolique du pain comme aliment de base, corrélée aux valeurs du travail physique, y perdure encore par le biais des valeurs incorporées qui façonnent le sens commun et les discours stéréotypés : la miche ou la baguette représenteraient le pain normal, celui du grand mangeur de pain, un pain d'homme par opposition aux pains nouveaux, les pains spéciaux, assimilés à des pains fantaisies de petits mangeurs, et par extrapolation, à des « pains de femme ». » \**

Dans le rapport au pain persiste toutefois la figure de l'Authentique féminin, d'autant qu'elle est souvent mère de famille. Le repas garde son rôle de rituel quotidien et la femme, cuisinière, est au centre de la table, comme le pain. **Elle est le pilier du rassemblement familial** dans un modèle patriarcal et traditionnel. Le pain, miche ou baguette courante, fruit du travail du père, est alors un aliment de base, encore nécessaire, et symbolise ce rapport au monde stabilisé, sécurisé et rassurant. Toutefois, l'Authentique féminin se laisse parfois tenter à être une Bipolaire, notamment le week-end, en essayant « des pains de femme » plus originaux.

## La femme au cœur de l'innovation alimentaire

Exception faite de l'Authentique et du Bipolaire, il n'y a pas de ritualisation du repas. Si le modèle familial a tendance à instaurer un modèle régulier et stable, désormais plusieurs modèles existent hors de la famille : quitter le foyer familial ne signifie plus forcément aller en fonder un autre ailleurs. Dans ce mouvement de restructuration des modèles sociaux (célibataires, étudiants, jeunes couples sans enfants...), la cuisine devient de plus en plus facultative, d'autant que la femme quitte le rôle de cuisinière quotidienne sans être véritablement remplacée. Ainsi le modèle alimentaire ne comporte plus les mêmes frontières.

De fait, les contours de l'alimentation se modifient car le « guide » traditionnel change de rythme et d'envies. La femme inspire les nouveaux modes alimentaires et souvent, les nouveaux pains. C'est donc à travers la femme et ses bouleversements que naissent la plupart des nouveaux comportements alimentaires. La place est désormais au désir et à l'instantané. **Ce plaisir du goût amène directement au désir de découverte et laisse plus facilement la place à la nouveauté que dans un modèle du repas ritualisé.** Le pain, dans ce contexte, devient original, marie les goûts et les saveurs. Il se personnalise et perd de sa masculinité.

## La femme dans une tradition dynamique : se réapproprier le communautaire d'une manière personnelle

Dans une individualisation des mœurs et des goûts, chacun vit en autonomie dans le sens étymologique où chacun édicte ses propres règles de vie. L'ouvrage *Anthropologie des mangeurs de pain* prouve que **le pain est réapproprié par la mère pour éduquer au bien manger.** La femme fait face à des enfants qui ne répondent plus forcément aux prescriptions et se nourrissent mal. Même les jeunes femmes ont en elles cette projection de la future mère prescriptrice alimentaire et dans cette figuration, le pain occupe une place importante de « remise à niveau alimentaire ». « *Plus tard, je mangerai peut-être plus de pain. Quand on est vieux, on prend plus de pain. Parce que j'aurai des enfants, un mari et qu'il mangera du pain.* » (Éléonore, Témoignage).

Le pain devient le moyen de fournir de bons repères et de reprendre le pouvoir domestique ayant tendance à se déliter. Ce rôle de ciment communautaire se conjugue avec la notion de plaisir alimentaire. La mère réinstalle sa place de médiateur familial, une place traditionnelle, tout en utilisant une voie moderne, la notion de plaisir, plus individuelle. Elle manifeste son envie de retrouver l'ancien plaisir de rassembler tout en préservant les acquis des nouveaux modèles alimentaires. Les femmes, dans cette tension double entre la préservation du communautaire et la recherche d'un plaisir personnalisé, incarnent au plus près cette idée de tradition dynamique. Elles réinventent le modèle historique, le préservent même, mais y installent désormais les critères de plaisir et de santé. Elles sont les initiatrices d'une tradition réinventée où le pain reste et est désormais riche de diversité.

« On remarque que certaines mères préfèrent éviter la tension autour d'aliments peu appréciés en favorisant les aliments plaisants, même s'ils ne sont pas source d'équilibre. La sociologie offre là une des explications aux freins possibles de l'application des règles nutritionnelles. »

**Séverine Gojard, Docteur en sociologie, responsable scientifique de l'équipe sociologique de l'alimentation à l'INRA**

# Le pain, un aliment inscrit dans l'ADN de la société à la française

A l'instar d'une gastronomie consacrée par l'Unesco, le pain ouvre la marche d'un rapport privilégié entre les Français et l'alimentation. Malgré les différences de pratiques que le travail anthropologique met à jour, il existe un fond commun autour du pain, considéré par tous comme un produit authentique et donc légitime, l'inscrivant de manière pérenne dans le patrimoine passé, présent et futur des Français.

## Un aliment à l'authenticité personnalisée

Le terme d'authenticité est récurrent dans les entretiens anthropologiques sur le pain. *« Le pain est toujours l'une des composantes des repas gastronomiques, soit un repas de plus d'une heure toujours à plusieurs et comprenant en général pain, entrées, fromages et vin. A l'heure actuelle, 15% des repas se font sur cette base en France. »\** Pourtant ce modèle gastronomique est défendu comme modèle authentique du fait de la présence d'« aliments authentiques », notamment le pain. Cette occurrence montre qu'à travers le pain, chacun veut parler de ses valeurs, de sa représentation du monde. Chacun ne peut vraiment dire ce qui rend le pain authentique. Cette dimension symbolique et spirituelle peut opérer sans que les sujets en aient conscience.

Les critères de qualité sont avancés ; le fait qu'il soit le travail de l'artisan contribue également à le rendre plus authentique. Mais alors que le boulanger investit sur cette qualité en créant de nouveaux pains, plus élaborés, beaucoup soupçonnent un subterfuge marchand qui éloignerait de l'authenticité. Ce concept se raccroche beaucoup à un lieu où l'identité et la personnalité se sont formées. *Et le pain devient dans ce discours « un baromètre de culture et de société »\*\**. Les campagnards caractériseront l'authenticité en opposition à la ville, plus particulièrement à Paris. Les Parisiens, eux, verront dans les nouveaux pains spéciaux ou la baguette de tradition française plus d'authenticité. Celle-ci est donc très variable et n'est finalement que le reflet de valeurs dont le pain devient le dépositaire symbolique. Plus le pain est respecté, plus le discours sur les valeurs sera prégnant. **Le discours sur le pain est le moyen d'exposer ses valeurs, la manière de le consommer, de révéler sa vision de la consommation et de la société.**

*« Le pain n'a jamais répondu à une forme figée : on confectionnait des pains de disette, des pains pour les soldats... traditionnellement, les pains bis, qui se conservaient longtemps, répondaient aux besoins des plus pauvres, tandis que les pains blancs, qui comportent une exigence de fraîcheur pour leur dégustation, étaient souvent réservés aux riches. L'histoire du pain est riche de cette diversité. Bien qu'il ne soit pas figé, il est un aliment constant : le pain a toujours été présent même lorsque le grain venait à manquer. Partout le pain a toujours été défini comme une base nourricière, indispensable à la vie. »*

**Julia Csergo, Docteur en sociologie, Historienne des pratiques sociales et culturelles, maître de conférences d'histoire contemporaine à l'Université Lyon 2**

\*Pascale Hébel, Docteur en statistiques, directrice du département « Consommation » du Credoc, spécialiste des comportements alimentaires

\*\*Abdu Gnaba, Auteur d'*Anthropologie des mangeurs de pain*, L'Harmattan, 2011

## Un avenir serein

Le pain a manifestement suivi cette diversification des visions de l'authenticité. Bénéficiant d'une image « naturelle », saine, le pain du boulanger de chaque quartier ou de chaque village a su s'adapter aux données sociales du lieu. Mais malgré des innovations, le pain reste toujours « authentique » aux yeux de ceux qui le consomment. *« Tous les types de mangeurs de pain que nous avons définis (...) nourrissent une relation privilégiée avec le pain, ce pourquoi nous pouvons avoir foi en son avenir. »\**. C'est ce rapport franc et sain qui présage de la persistance du pain dans notre alimentation. *« 99 % des boulangers ont des clients quotidiens »\*\**. Le pain est tellement installé dans le quotidien que les attentes envers cet aliment, dont personne ne peut qualifier le goût, sont difficilement formulables. Ce sont les boulangers et les meuniers qui portent l'innovation afin qu'elle rencontre l'approbation des consommateurs ou, comme dit précédemment, des consommatrices. *« Et malgré l'accueil enthousiaste de certaines trouvailles, le consommateur retourne progressivement vers ce qu'il connaît depuis toujours, « le pain normal », la baguette »\*\**, comme si le reste était trop original pour être originel. Même si innover est nécessaire pour la bonne marche commerciale de la boulangerie par la réponse qu'elle offre aux mutations sociales et l'offre alimentaire concurrente, ce n'est finalement là encore que symbolique : la baguette reste le cœur de la consommation de pain des Français.

*« Le pain est un baromètre de la qualité des repas pour les Français. Ils évaluent en effet celle-ci sur la base de trois indicateurs : le pain, le vin et le fromage. »*

**Pascale Hébel, Docteur en statistiques,  
Directrice du département « Consommation » du Credoc,  
Spécialiste des comportements alimentaires**

*« Le pain a trouvé sa place au sein d'une alimentation moderne; Il se consomme de plus en plus sous forme de sandwich. »*

*«Les Français vont parfois manger sans pain mais constater que quelque chose manque à leur table. Le pain a toujours une valeur importante dans la consommation des Français : c'est un aliment neutre qui se marie avec tout. ».*

**Philippe Gosselin, Boulanger**

\*Abdu Gnaba, Auteur d'*Anthropologie des mangeurs de pain*, L'Harmattan, 2011

\*\*Philippe Gosselin, Boulanger

# L'anthropologie peut faciliter la prévention nutrition et santé

**L'étude socio-anthropologique *Les Français et le pain* a démontré que les ressorts de la consommation de pain étaient culturels. L'histoire personnelle a un impact notable sur la consommation, et globalement l'alimentation n'échappe pas à ce prisme. L'anthropologie offre donc une manière spécifique et originale de comprendre, donc d'espérer pouvoir modifier les comportements pour une meilleure santé.**

## L'équilibre alimentaire bouleversé

Dans un contexte de surabondance, le caractère nécessaire de l'alimentation s'érode. D'autres paramètres viennent se surajouter à la simple demande physiologique. Le plus significatif, en écho à l'individualisation de nos sociétés, est certainement la quête de plaisir. Or le développement de la notion de plaisir alimentaire renvoie à la subjectivité de chacun : la consommation est soumise à une multitude de ressentis et suit donc le chemin chaotique de toutes les personnalités. *« Mon goût supplante le goût. »\** : les chemins de consommation se multiplient. Ils peuvent laisser place à la praticité par faute de temps, et donc à l'achat irréfléchi, compulsif, rapide, souvent gras ou sucré. Ils peuvent privilégier le « tout sauf le gras », faisant place aux carences. Ils peuvent faire la part belle au « transmis », parfois savant car émanant du médecin, souvent rationnel, parfois personnel, héritage non savant où l'imaginaire prend une place prépondérante. Les cas de surpoids, de problèmes de diabète ou de maladies cardio-vasculaires augmentant, les autorités de santé n'ont jamais autant pris la parole, arguant de la nécessité de réinstaurer équilibre et norme dans la consommation. Dans le même temps, les populations se font de plus en plus leur propre norme individuelle et cultivent leur imaginaire collectif.

## L'intérêt de la socio anthropologie dans la recherche en santé

La nouvelle configuration, ou plutôt les nouvelles configurations de la consommation alimentaire offrent autant d'écueils à la compréhension du comportement du patient. Traitée publiquement sous l'angle du déficit de santé, la consommation est souvent jugée sous l'angle de l'apport calorique. Or, de nombreux paramètres interviennent dans la vie alimentaire du patient. Les modifications de la structure sociale (sédentarisation, tertiarisation, féminisation du travail, mariage et fondation de famille tardifs...) comme les situations personnelles sont autant de paramètres influents. La biologie ne peut désormais plus faire face seule aux cohortes de « désorientés » de l'alimentation : les sciences humaines participent au diagnostic. *« La sociologie permet de mieux comprendre les pratiques et usages de consommations alimentaires. Elle éclaire sur la façon dont les individus comprennent leur alimentation mais aussi sur les freins à la mise en place de certaines recommandations nutritionnelles. »\*\** En effet, des influences diverses sont en jeu dans le comportement des patients qui sont tout à la fois enfants, parents, célibataires, en couple, divorcés, indépendants, soumis à la publicité, stressés, cadres, ouvriers... Si les nutritionnistes, diététiciens, médecins généralistes ne peuvent être tout à la fois comportementaliste, anthropologue, sociologue, biologiste et psychologue, ils n'omettent plus la part de transmis personnel et collectif qui se trame au sein de l'alimentation de chacun, et que les sciences humaines concourent enfin à décrypter.

\*Abdu Gnaba, Auteur d'*Anthropologie des mangeurs de pain*, L'Harmattan, 2011

\*\*Séverine Gojard, Docteur en sociologie, responsable scientifique de l'équipe sociologie de l'alimentation à l'INRA

## Quelle prévention envisager en nutrition face à la prépondérance de l'environnement personnel ?

L'insistance avec laquelle la recherche comme la législation imposent la classification nutritionnelle des produits prouve l'importance d'investir de nouvelles dimensions symboliques ou vécues qui entourent les patients. *« Il est important de « démedicaliser » en partie les consultations liées à la nutrition. Nous devons tenir compte des connaissances en sciences de la nutrition qui sont bien sûr fondamentales, mais aussi des facteurs sociologiques de l'alimentation et de « l'identité alimentaire » des patients.»\** Le suivi, au regard de la ramification des comportements, ose désormais s'appréhender dans une globalité compréhensive. Chaque élément de la personne a un impact.

Au-delà de la quantification des apports nutritifs, le professionnel de santé doit désormais envisager la personnalisation de sa transmission et de sa prescription, faire parler le patient pour comprendre, via son discours (et à travers ce que présuppose son discours), tous les enjeux de sa « personnalité alimentaire ». A l'instar des nouveaux modes de vie plus individuels, ce genre de consultation devra, lui aussi, progressivement s'individualiser.

*«L'abord uniquement biomédical exclut le patient et son histoire du soin. Il en résulte une très forte inobservance de ceux-ci (30 à 40%) source d'échec et d'accident. Il enferme le médecin dans un discours autoritaire (il ordonne), castrateur (il interdit), moralisateur (il dit le bien et le mal). (...) S'impose alors à lui progressivement la nécessité de tenir compte de l'autre, bien présent et d'envisager la personne malade et non la maladie sans personne. Il ose alors la négociation entre le souhaitable du professionnel et le possible du profane. »*

**Dr Olivier Kandel, médecin généraliste**

# L'intérêt de l'ouverture de la recherche sur l'alimentation et le pain aux sciences humaines

Le pain occupe une place majeure dans l'alimentation et la culture françaises mais ses qualités demeurent sous-estimées voire méconnues. Depuis sa création en 2006, l'Observatoire du pain a vocation à communiquer sur l'amélioration des connaissances scientifiques et nutritionnelles du pain. Il s'inscrit dans la logique de projets ministériels, en témoigne le crédit que lui accorde aujourd'hui le Programme National pour l'Alimentation.

## L'Observatoire du pain acteur de la recherche scientifique sur le pain, l'alimentation, la nutrition

Riche d'une expérience de cinq années de recherches et d'études sur le pain, l'Observatoire du pain a élargi le spectre d'analyse des comportements alimentaires en initiant une recherche socio-anthropologique sur le pain. Ainsi, il s'intéresse au « sens caché » de la relation que les Français entretiennent avec le pain. En effet, *« le système alimentaire français reste très codifié : les rythmes des repas obéissent à des horaires précis - à 12h30, 53% des Français sont à table. La forte sociabilité qui caractérise les repas permet aussi un contrôle social sur ce qui est mangé, et ce tout au long de la journée : les repas sont invariablement fractionnés en 3 séquences contrairement à d'autres cultures où les prises sont moins ritualisées. Ensuite la diversité est inhérente au repas français : les Français ne sont pas conditionnés pour manger un plat unique ; le dessert est presque systématique. »\** Dans ce système de codification sociale précis, le regard anthropologique a toute sa pertinence. Le pain, en tant qu'aliment symbolique, offrait un excellent terrain d'analyse, une véritable clef d'entrée dans la configuration anthropologique de la consommation alimentaire.

## Les missions de l'Observatoire du pain

Les missions de l'Observatoire du pain s'articulent ainsi autour de trois points principaux :

- **Le recensement et l'analyse** des informations scientifiques disponibles en la matière ;
- **La participation à des travaux et études scientifiques** ;
- **L'information et la sensibilisation** sur les qualités nutritionnelles du pain et l'équilibre alimentaire.

## L'Observatoire du pain et la recherche sur le pain, l'alimentation et la nutrition

### **2010 : L'étude de la place du pain dans les comportements alimentaires des français - Credoc**

Evaluation des chiffres de la consommation alimentaire en France, notamment de pain.

### **2009 : 1er colloque de l'Observatoire du Pain « Quelles avancées sur l'alimentation, la nutrition et le pain ? » Un point sur l'ensemble des données et des avancées scientifiques.**

Programme pluridisciplinaire d'amélioration de la qualité nutritionnelle du pain, développé par des chercheurs de l'Inra, l'Inserm, l'Enitaa et les experts de la filière céréalière.

### **2009 : Partenariat avec l'INRA pour le projet AQUANUP (Amélioration de la QUALité Nutritionnelle du Pain)**

**2008 : L'étude de la place du pain dans les comportements alimentaires des Français Crédoc pour l'étude CCAF 2007 (Comportements et consommation Alimentaires en France).** Evaluation de la consommation de pain et identification des évolutions au regard des 4 précédents volets

**2006/2008 : 1ère étude de composition nutritionnelle des pains français** « 1ere carte d'identité » des pains effectuée par un laboratoire indépendant accrédité COFRAC et publication de l'article scientifique « Valeur nutritionnelle (macro et micronutriments) de farines et pains français , Dr Jean-Marie Bourre, *Médecine et nutrition*, 2008 ».

**2006 : Un partenariat avec la Société Française de Médecine Générale**  
Identification des freins qu'ont les médecins généralistes sur les sujets nutritionnels

**2006 : Recueil « Pain et nutrition », synthèse bibliographique sur le pain et la nutrition**  
Un point scientifique sur les atouts nutritionnels du pain, le rapport entre pain et santé et les recommandations nutritionnelles.

**2005 et 2007 : Une étude de mesure de la réduction progressive de la teneur en sel dans le pain**  
Une évolution positive et continue des pratiques : en 2007, la **moyenne nationale de sel ajouté par kg de farine s'élève à 20,1 g/kg contre 21,2 g/kg en 2005 et 24 g/kg constatés en 2002 (rapport Afssa).**

**2004 : Une étude de référence sur l'Index Glycémique et l'Index insulinémique du pain**  
Par l'équipe du Pr Slama de l'Hôtel-Dieu (Paris) selon la méthode normalisée européenne, démontrent que les index glycémiques des pains sont inférieurs à ceux décrits jusqu'alors. The European Journal of Clinical Nutrition en août 2006 (Rizkalla SW, Bruzzo F, Laromiguière M, Boillot J, Slama G – Effect of baking process on postprandial metabolic consequences : randomized trials in normal and type 2 diabetic subjects – Eu J Clin Nutr : 0954-3007, 2006)

## Les outils d'information

**Les newsletters** : régulièrement diffusées aux nutritionnistes et diététiciens. Elles informent des nouvelles données scientifiques disponibles sur le pain et de l'actualité de l'Observatoire du pain.

**Les guides pratiques** en nutrition de l'Observatoire du pain, diffusés à plus de 45 000 généralistes, apportent des conseils pratiques et des réponses concrètes sur les questions de nutrition.

Des **outils d'information grand public** : les données recensées par l'Observatoire du pain sont également mises à disposition des consommateurs sous différentes formes.

## Les outils pratiques d'aide à la consultation pour les professionnels de santé

**Le carnet alimentaire** sert à identifier et évaluer les habitudes alimentaires de leur patient.

**L'A-Z** permet de trouver facilement la définition des termes essentiels en nutrition.

**Le bloc de consultation nutrition** a été développé pour faciliter l'approche des questions de « nutrition » en consultation généraliste.



*« En tant qu'aliment culturel, symbolique et identitaire, le pain nous permet de nous inscrire dans une continuité culturelle, patrimoniale, dans un récit collectif, celui de la famille, du quartier, du village ou encore de la nation.*

*La mise en récit du pain est (...) structurante. Elle témoigne du vivre ensemble, de la dimension relationnelle au cœur de la vie sociale, du besoin de nouer le lien, voire de fraterniser; et d'un autre point de vue, elle rappelle que les individus sont pris dans un tissu d'interactions complexes comportant divers enjeux symboliques et identitaires (des enjeux de valeurs) qui impliquent un certain rapport au partage et à la transmission. »*

**Abdu Gnaba, Auteur d'Anthropologie des mangeurs de pain, L'Harmattan, 2011**

## Contacts

Valérie Mousquès-Cami  
[v.mousquescami@observatoiredupain.glaboetie.org](mailto:v.mousquescami@observatoiredupain.glaboetie.org)

Presse : Lucie Hacquin  
01 44 88 88 25  
[presse@observatoiredupain.fr](mailto:presse@observatoiredupain.fr)

Twitter : ObsduPain