Journal des anthropologues
Association française des anthropologues

74 | 1998
Anthropologie des choix alimentaires

Manger « naturel »

Les consommateurs de produits biologiques

Eating « the Natural Way ». The Consumers of Organic Products

Arouna P. Ouédraogo

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/jda/2666>

DOI : 10.4000/jda.2666

ISSN : 2114-2203

Éditeur

Association française des anthropologues

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 1998

Pagination : 13-27

ISSN : 1156-0428

Référence électronique

Arouna P. Ouédraogo, « Manger « naturel » », *Journal des anthropologues* [En ligne], 74 | 1998, mis en ligne le 07 mai 2009, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/jda/2666> ; DOI : 10.4000/jda.2666

Ce document a été généré automatiquement le 30 avril 2019.

Journal des anthropologues

Manger « naturel »

Les consommateurs de produits biologiques

Eating « the Natural Way ». The Consumers of Organic Products

Arouna P. Ouédraogo

- 1 Qu'est-ce au juste que l'agriculture biologique dont on célèbre la vogue croissante ?¹ Dans la littérature consacrée à la consommation des produits issus de l'agriculture biologique, celle-ci donne lieu à des interprétations de caractère essentiellement idéologique. L'une des plus récurrentes est celle qui la considère comme une « approche », dont les principes et les méthodes renverraient à des pratiques qui, « coexistant avec, plutôt qu'elles ne dominent les systèmes naturels, favorisent ou reconstituent la fertilité des sols, réduisent la pollution et la dégradation de l'environnement, incitent à une moindre utilisation de ressources non renouvelables, assurent le traitement " éthique " des animaux, protègent et améliorent l'environnement rural tout en portant une attention particulière à la préservation de la vie sauvage et enfin prennent en considération l'impact social et écologique plus large des systèmes agricoles » (Lampkin & Padel, 1994 : 4-5). De fait, c'est bien une telle définition qui, sans cesse exaltée par des acteurs non exempts de prosélytisme, alimente les représentations communes de l'agriculture biologique et s'impose à ceux qui cherchent à en rendre compte. Ainsi par exemple, Arthey (1985), contestant la « fraîcheur » et la « qualité » que revendiquent des agriculteurs biologiques pour leurs produits, affirme qu'on a là affaire à « une fraude » organisée par des fermiers mercantiles, exploitant sans scrupules la crédulité de certains consommateurs. Ces derniers, selon Von Elbe et Milk (1972), se composeraient principalement de personnes impressionnables ou d'utopistes nostalgiques de l'âge d'or, enclins à voir dans l'agriculture moderne l'apanage de tous les maux.
- 2 L'enquête, réalisée en mai-juin 1996 auprès de clients d'un magasin de produits biologiques de la région parisienne, s'efforce principalement d'analyser les conditions sociales de la réception des produits biologiques². Une série d'entretiens approfondis, suivie d'une étude par observation directe des comportements d'achat, a précédé la réalisation d'un questionnaire auquel ont répondu – dans l'enceinte du magasin³ – 859 clients. Je me propose ici d'en présenter quelques résultats, en partant de l'exemple d'un sous-groupe de consommateurs (N=90), qu'on appellera par commodité les « adeptes de la

bio » ; dans ce groupe se rencontre la plus forte proportion de gros consommateurs de produits biologiques, repérés, en l'occurrence, par le fait qu'ils achètent « exclusivement » dans le magasin, au minimum quatorze groupes de produits, parmi les plus emblématiques de l'alimentation biologique : le pain et la pâtisserie, les céréales, les fruits secs, le lait et les produits laitiers, les fruits et légumes frais, les produits à base de soja, la viande et les volailles, les œufs, les huiles, le vin, les produits diététiques, les produits d'entretien, les produits de beauté, les plantes médicinales.

- 3 Les « adeptes de la bio » forment un groupe social très hétérogène (cf. tableau fin article). Les classes d'âge de 18 à 24 ans, de 66 à 79 ans, qui sont présentes dans l'ensemble de la population enquêtée, ne sont pas représentées parmi les « adeptes de la bio ». La tranche d'âge la plus nombreuse de l'ensemble de la population enquêtée se rencontre dans celle des 30-36 ans (24% des enquêtés), mais seuls 20% des « adeptes de la bio » s'y recrutent. Ces derniers se rencontrent majoritairement dans la tranche des 36-42 ans (23%) ; 15% d'entre eux se situent dans la tranche des 42-48 ans, 9% dans celle des 48-54 ans, et les « adeptes de la bio » se distinguent par la forte proportion des plus de 50 ans qu'on trouve parmi eux : 16% des membres de ce groupe (contre 7% pour l'ensemble des enquêtés), ont entre 54 et 60 ans.
- 4 La majorité des « adeptes de la bio » déclarent exercer une activité professionnelle au moment de l'enquête (78%-81%)⁴, 10,3% sont retraités, 2,3% au foyer, 1,2% en arrêt de travail de longue durée, 4,6% au chômage, 3,4% étudiants.
- 5 Les cadres restent – dans un rapport moindre que dans l'ensemble de la population enquêtée (38%-41%) – sur-représentés parmi les « adeptes de la bio » ; une classification plus fine des catégories socio-professionnelles présentes montrerait, à la façon des consommateurs de produits biologiques adhérents d'une coopérative de l'Ouest de la France (Combris & Grignon, 1997 ; Grignon & Grignon, à paraître), la prépondérance des fractions intellectuelles : 21% des « adeptes de la bio » sont constitués d'enseignants, de scientifiques, de journalistes ou d'artistes. Parmi les professions intermédiaires, celles de la santé (infirmières, personnel para-médical) et du travail social (animateurs, formateurs) sont, elles aussi, nettement sur-représentées : elles représentent 14% des « adeptes de la bio ». Le haut niveau des diplômes s'en explique : 53% des « adeptes de la bio » ont poursuivi leurs études après le baccalauréat. Toutefois, comparativement à l'ensemble de la population enquêtée, ce groupe comprend une proportion plus importante de personnes faiblement diplômées : 5% contre 4% ont le CEPE, 14% contre 8% le BEPC, 9% contre 4% un CAP, 3% contre 5% un BEP. 17% contre 24% ont le baccalauréat ou un brevet professionnel ou de technicien, 20% contre 21% ont un diplôme de premier cycle universitaire ou équivalent, 32% contre 34% ont un diplôme de second ou troisième cycle universitaire.
- 6 Comme dans l'ensemble de la population étudiée, les questionnaires ont été majoritairement remplis (à 71%) par des femmes. L'« adepte de la bio »-type est une femme, âgée de 36 à 42 ans, mariée (avec deux enfants), ayant un diplôme de second ou de troisième cycle universitaire, exerçant une activité professionnelle, où elle occupe un poste de cadre ; elle est également née dans une ville de province, où elle a passé la plus grande partie de son enfance, et réside dans la banlieue Est de Paris.
- 7 Les « adeptes de la bio » vivant en couple sont plus souvent mariés (44%-34%) que concubins (15%-24%). 50% d'entre eux, contre 52% pour l'ensemble de la population étudiée, déclarent avoir des enfants ; les ménages du groupe ont en moyenne deux enfants, mais c'est aussi là qu'on rencontre la plus forte proportion de ménages ayant

plus de deux enfants : 35% d'entre eux (contre 33% pour l'ensemble des enquêtés) ont trois enfants, 21% (contre 13%) ont quatre enfants. Ces enfants vivent, le plus souvent, sous le toit familial : un enfant vit dans 26% des ménages de ce groupe, deux dans 37% d'entre eux, trois enfants dans 28% de ces ménages. 56% des ménages « adeptes de la bio » ont au moins un enfant âgé de 17 ans au plus.

- 8 Les « adeptes de la bio » sont plus souvent nés en province (48%-45%), qu'à Paris (ou région parisienne) (41%-43%), ou à l'étranger (11%-13%) ; ils ont fréquemment passé la plus grande partie de leur enfance en ville (69%-68%) et résident plutôt dans la banlieue Est de Paris (44%-47%) ou à Paris (38%-33%) et – à l'instar des autres répondants de l'enquête – plus rarement dans les banlieues Nord (6%), Ouest (6%) ou Sud (5%) de Paris.
- 9 Enfin, les membres de ce groupe se répartissent très inégalement dans les tranches de « revenus mensuels du foyer » proposées dans l'enquête ; parmi eux se rencontre la plus forte proportion (14%-10%) des revenus les moins élevés, situés entre quatre et six mille francs mensuels. Mais c'est aussi chez les « adeptes de la bio » que se concentrent les ménages aux plus hauts revenus : 12% des ménages (contre 9% pour l'ensemble des enquêtés) situent les revenus mensuels du foyer entre vingt et vingt-cinq mille francs, 13% (contre 10%) les situent à plus de vingt-cinq mille francs.

Les déterminants de la consommation des produits biologiques

- 10 Le magasin de produits biologiques, cadre et objet de l'étude, se caractérise par une série de traits, qui sont inséparables de modèles « supermarché, coopérative de consommateurs, milieu philosophique » dont la tension, autour de l'achat et de la consommation de produits rares, impose aux groupes d'hommes et de femmes qu'on y rencontre leurs caractéristiques propres. L'assurance d'acheter et de consommer des aliments « complets », produits dans le cadre contrôlé des précautions réglementaires de l'agriculture biologique – dont la mention AB est l'indicateur tangible – est ce qui réunit quotidiennement l'ensemble des clients dans le magasin.
- 11 Tout, au demeurant, des pratiques, des attitudes et des opinions des « adeptes de la bio », montre que l'alimentation biologique est, chez eux, partie intégrante d'un style de vie solidaire d'une éthique qui valorise extrêmement la vie simple, la nature et le naturel, l'artisanal et le rustique, qu'ils associent à la santé, à l'écologie, à la pureté, à la solidarité, bref, au « bon goût ». Ceci nous rappelle que le choix de consommer des produits biologiques, qui implique le refus plus ou moins complet des produits de l'agro-industrie traditionnelle est, pour les membres de ce groupe, un symptôme parmi d'autres de la « crise du goût » qu'ils ressentent (Grignon & Grignon, 1981). Les « adeptes de la bio » se recrutent parmi les plus anciens consommateurs de produits biologiques : 21% d'entre eux (contre 15 %) en consomment depuis six à dix ans, et 43% (contre 35%) depuis plus de dix ans. 71% de ces derniers ont entre 54 et 60 ans et plus de la moitié d'entre eux (52%) situent le début de leur consommation de produits biologiques entre 1968 et 1972, et l'associent habituellement avec leurs premières expériences du végétarisme, de l'écologie, du naturisme ou de « boycott » des fruits, légumes ou autres produits alimentaires issus d'Afrique du Sud en raison de l'apartheid qui y régnait, ou de pays gouvernés par des dictatures militaires tels que le Chili et l'Argentine. C'est le cas de Madame G., 55 ans, comptable dans une grande entreprise de l'Est parisien. À l'instar

d'ami(e)s qui « partagent les mêmes convictions » qu'elle sur l'alimentation, l'écologie, la santé, elle n'achète que du papier recyclé et, chez elle, met de côté les emballages en carton, pour les déposer dans une poubelle spéciale située en face de la mairie de son domicile de banlieue : « Il ne faut pas moins de 17 arbres pour fabriquer une tonne de papier, s'insurge-t-elle. Sauver les arbres, c'est préserver les forêts, et on sait combien les déforestations sont coûteuses à l'équilibre écologique ! ».

Consommation et « culture » de militants

- 12 Socialement déterminées, les définitions du mangeable et du non mangeable font partie de la culture propre de chaque groupe. Ainsi par exemple, la relation étroite qui unit les « adeptes de la bio » (et surtout les plus anciens d'entre eux) au mouvement social de mai 68 rend compte du fait qu'ils associent fortement la consommation des produits biologiques à la protection de l'environnement. Dans les années 1970, l'écologisme apparaît comme le condensé de toutes les insatisfactions véhiculées par le discours protestataire de mai 68. Pionniers de la consommation des produits biologiques, les plus âgés des « adeptes de la bio » se distinguent comme militants écologiques⁵. Ce n'est donc pas un hasard si c'est par l'intermédiaire « d'autres marchés ou coopératives bio » qu'ils fréquentaient auparavant que les « adeptes de la bio » ont, pour la première fois, entendu parler du magasin : ils sont 52,5% dans ce cas contre 31% pour l'ensemble des répondants. Outre *Biocontact*, *Top nature*, dont ils disposent gratuitement dans les coopératives biologiques, les « adeptes de la bio » sont les plus nombreux (70%-52%) à acheter et à lire les revues spécialisées telles que *l'Impatient*, *les 4 saisons du jardinage*, *Nature et Progrès*, *Vie naturelle*, *Médecine naturelle*, pour se tenir informés de l'évolution de l'agriculture biologique, des produits, des sources d'approvisionnement, de la santé. Les associations écologiques auxquelles ils adhèrent le plus souvent, les homéopathes et autres spécialistes de médecines douces qu'ils fréquentent, constituent les autres sources spécialisées d'information qu'ils utilisent.
- 13 Comme si l'existence d'une structure coopérative, dont ils seraient partie prenante, constituait pour eux un idéal à atteindre, c'est parmi les « adeptes de la bio », qui fréquentent le plus assidûment le magasin – entre une fois (56%-34,5%) et plusieurs fois par semaine (32%-13%) même lorsqu'ils ne résident pas à proximité – qu'on trouvera la plus forte proportion de souscripteurs de la coopérative (23% contre 11%)⁶. Les « adeptes de la bio » sont, sans distinction du niveau de revenus, de l'âge, de la situation familiale, de l'appartenance sociale, de gros consommateurs de produits biologiques. Pour 30% d'« adeptes de la bio » (contre 12% pour l'ensemble des enquêtés), l'alimentation quotidienne se compose « exclusivement » de produits issus de l'agriculture biologique ; ces derniers représentent les 3/4 de l'alimentation quotidienne de 60% d'entre eux (contre 35% pour l'ensemble des répondants). Mais ces pratiques ne signifient pas encore que les différentes fractions de ce groupe accèdent dans les mêmes conditions à ce qui est, pour eux, mangeable. Tout se passe au contraire comme si, pour un grand nombre des ménages de ce groupe, la dépense du temps maximum pour s'approvisionner était la condition *sine qua non*, pour consommer le plus fréquemment un maximum de produits biologiques.

Madame G. (cf. supra), qui situe entre quinze et vingt mille francs mensuels les revenus de son foyer – tranche dans laquelle se rangent 17% des « adeptes de la bio » pour lesquels l'alimentation quotidienne se compose

« exclusivement » de produits biologiques – achète la plus grande partie de ses produits dans le magasin, complète ses achats en allant tous les dimanches au marché biologique de Joinville (situé à proximité de son domicile) et dispose, dans son petit jardin potager, de quelques compléments saisonniers. Madame V., 42 ans, aide-soignante, résidant à Paris, deux enfants au foyer, qui se situe dans la même tranche de revenus, se ravitaille « exclusivement » au magasin et, « faute de temps », ne fréquente que très occasionnellement le marché biologique du Boulevard Raspail.

Leurs exemples diffèrent de celui de Madame L., 48 ans, deux enfants au foyer, secrétaire médicale dans l'Est parisien, qui situe entre huit et dix mille francs les revenus mensuels de son foyer, tranche dans laquelle se rangent également 17% des « adeptes de la bio » ne consommant que des produits issus de l'agriculture biologique. Madame L. est caractéristique de ces « bonnes ménagères » qui éprouvent différents circuits d'approvisionnement des produits biologiques, sachant compenser là ce qu'elles ne trouvent pas ici, pour « tirer parti des différences de prix entre les lieux de vente ». Ainsi par exemple c'est, le plus souvent, « en sortant du travail » qu'elle achète du pain, des laitages, des céréales, des légumes secs, quelques produits d'entretien dans le magasin. Le week-end, il lui arrive « plutôt fréquemment » de faire deux marchés biologiques, l'un à Saint-Mandé, l'autre à Raspail (Paris), pour acheter les fruits et légumes frais, du fromage, un peu de viande « pour les enfants » et d'ajouter : « je reconnais que je parcours des kilomètres le dimanche pour les courses, mais c'est quand même plaisant de manger des bons produits, frais et naturels ; en plus je les achète souvent moins cher que si j'achetais les mêmes produits dans un magasin ou sur un marché conventionnel ».

- 14 Outre les servitudes du ravitaillement, il faut prendre en compte les temps de préparation (lavage, épluchage), de cuisson, toujours plus longs en ce qui concerne les produits biologiques, pour mesurer la charge de travail. Mais le surcroît de travail domestique qu'occasionne la consommation des produits biologiques n'est pas le seul aspect que valorisent les « adeptes de la bio ». L'intériorisation de schèmes caractéristiques du « sur-travail domestique » rend compte du fait que, dans ce groupe, les produits alimentaires s'évaluent moins en termes monétaires qu'en termes de valeur ajoutée pour la santé, pour l'écologie, pour la solidarité à l'égard des producteurs d'ici et d'ailleurs. Ainsi par exemple, c'est parmi les « adeptes de la bio » que se rencontre la plus grande proportion d'individus qui considèrent que les produits biologiques « coûtent moins cher » que ceux issus de l'agriculture conventionnelle (15%-16%), ou encore que leurs « coûts sont équivalents » (41%-30%). Surtout, les membres de ce groupe sont parmi les plus réfractaires à l'idée que les produits biologiques soient « plus chers » que ceux de l'agriculture conventionnelle (64%-44%).
- 15 La préférence que montrent les « adeptes de la bio » pour les produits de l'agriculture biologique qui leur sont proposés dans les magasins et marchés spécialisés va de pair avec une défiance plus générale à l'égard de la grande distribution. 4% d'entre eux (contre 11% en moyenne pour l'ensemble des enquêtés) achètent au plus cinq articles par an dans les grandes surfaces, et de préférence des produits désignés « naturels » ou « biologiques » ; les petits commerces conventionnels ne trouvent pas plus grâce auprès des « adeptes de la bio », puisque 4% de ces derniers (contre 10%) n'y achètent que quatre articles au plus par an. Pour 77% (contre 54%) d'« adeptes de la bio », les marchés biologiques de la fin de semaine restent les lieux d'approvisionnement favorisés de substitution ; suit, pour 74% (contre 68%) d'entre eux, l'approvisionnement direct auprès du producteur, pour le vin et les fruits en particulier.

Consommation et imaginaire collectif

- 16 La conviction des « adeptes de la bio » que « manger bio » est un facteur de santé bon marché s'appuie sur des arguments qui exaltent principalement l'abstention de la viande et du tabac, et accessoirement celle de l'alcool, des confiseries, du café : « dès que vous arrêtez de consommer la viande, vous vous rendez compte qu'elle prenait une part non négligeable de votre budget... Or, on peut s'en passer tout en se nourrissant très bien », dit Madame L. Bien qu'elle ne se déclare pas végétarienne, parce qu'elle achète de temps en temps de la viande pour ses enfants, Madame L., comme son mari, consomme « très occasionnellement de la viande », moins d'une fois par mois, et ce surtout lorsqu'ils sont invités à manger à l'extérieur.
- 17 Les « adeptes de la bio » se composent d'une forte proportion de non consommateurs de viande : 66% d'entre eux (contre 62%) se déclarent ovo-lacto-végétariens⁷, 6% (contre 7%) végétaliens (excluant le poisson et tous les produits d'origine animale), 6% (contre 7%) adeptes du régime macrobiotique, 22% (contre 24%) se déclarent adeptes d'« autres régimes », ou plutôt « consommateurs occasionnels » de viande et/ou de poisson. De manière générale, le tabou de la viande semble sérieusement observé dans le groupe des « adeptes de la bio », puisque pour 80% (contre 77%) d'entre eux, l'attitude à l'égard de la viande est au principe de ce qu'ils considèrent comme un changement de leurs habitudes alimentaires. La « recherche personnelle », le « contact avec d'autres civilisations » sont invoqués, comme pour conforter leur conviction que la viande est à la fois nuisible pour la santé et d'un point de vue éthique.
- 18 Plus leur consommation de produits biologiques est ancienne, plus les « adeptes de la bio » qui sont végétariens tendent à rattacher leur régime à une philosophie particulière. Ainsi, alors que seuls 26% des répondants à l'enquête déclarent rattacher leur régime alimentaire à une philosophie, 63% des « adeptes de la bio » consommateurs de produits biologiques depuis plus de 10 ans invoquent « l'éthique du respect de la vie, de la nature », 13% renvoient à la doctrine de l'association végétarienne « Vivre en harmonie ».
- 19 93% des « adeptes de la bio » qui ne se déclarent pas végétariens ou adeptes d'un régime sans viande ont réduit considérablement leur consommation de viande. À la question « pour quelles raisons avez-vous réduit votre consommation de viande ? », le « rejet de la cruauté à l'encontre des animaux » (29%) apparaît, au regard des autres modalités de la question (pour être en bonne santé, pour éviter le gaspillage, pour des raisons de purification spirituelle, par dégoût, par perte de goût de la viande, à cause des conditions industrielles de l'élevage), comme la plus « significative » pour les membres de ce groupe. Le souci éthique qui prédomine chez les « adeptes de la bio » est en cohérence avec leur vision « holistique » du monde ; cela n'enlève rien à la prégnance, dans leur imaginaire, du couple santé/régime sans viande ; ils déclarent majoritairement (59%) avoir réduit leur consommation de viande pour des raisons de santé. C'est encore ce lien étroit que les « adeptes de la bio » établissent entre leur alimentation et la santé, qui les conduit à préférer les modes de cuisson qui, selon eux, préservent « la saveur », les « sels minéraux » et les « vitamines » des aliments. Ainsi, ils sont plus nombreux à préférer les « légumes à l'étouffée » (20%-17%), ou « crus » (28%-26%) et se défient tout particulièrement des légumes en sauce (1%-4%). Pour ceux d'entre eux qui consomment de la viande, le mode de cuisson préféré est le « rôti » (31%-26%) et le « sauté » le mode le plus abhorré (8%-13%).

- 20 Aux méfaits dont les « adeptes de la bio » suspectent la viande s'associent, dans leur esprit, les bienfaits que procurent aussi bien une bonne alimentation – constituée de produits issus de l'agriculture biologique – qu'un régime hygiénique de vie. Le sport que pratique assidûment la majorité des « adeptes de la bio » (82%-66%) apparaît comme un complément indissociable de leur style d'alimentation. Parmi les sports qu'ils pratiquent, on trouve par ordre de préférence la marche à pied, la natation, le vélo (et notamment le VTT), la voile, la plongée et la gymnastique aquatique, suivis de la musculation, du stretching, de l'aérobic, des acrobaties, de la course à pied. Mais les « adeptes de la bio » se distinguent des autres répondants en pratiquant plus fréquemment le foot, le tennis, le tir à l'arc, l'aviron, les patins à roulettes, l'escalade, l'alpinisme, l'équitation.
- 21 Manger, dans l'imaginaire des « adeptes de la bio », ne vise pas seulement à entretenir la santé. À la manière du docteur Carton (Ouédraogo, 1998), ils considèrent les aliments comme des médicaments. Pensons que les « adeptes de la bio » considèrent unanimement qu'« une alimentation appropriée permet d'éviter certaines maladies », parmi lesquelles on trouve, outre les cancers, les maladies cardio-vasculaires, les déficiences de l'immunité, le diabète, les troubles de la digestion et les maladies du foie, l'obésité, l'embonpoint, des maladies plus rares, telles que celles du « vieillissement prématuré », les « dépressions nerveuses ». Aussi ont-ils massivement (86%) recours à l'automédication alimentaire – 38% d'entre eux déclarent recourir à des jeûnes complets entre trois et dix fois par an – et font-ils « systématiquement » appel aux médecines douces (60%-52%) pour se soigner. Leur préférence pour ces médecines va de pair avec un fort rejet de la médecine classique : 31% d'entre eux (contre 20%) n'y ont « jamais » recours. Parmi les médecines douces auxquelles ils ont le plus fréquemment recours, on trouve, par ordre d'importance décroissante, l'homéopathie, l'ostéopathie, la phytothérapie, l'acupuncture, l'aromathérapie, l'oligothérapie, les huiles essentielles, etc. Les « adeptes de la bio » se distinguent toutefois des autres répondants en recourant plus fréquemment à la kinésithérapie, aux massages, au yoga, à la médecine traditionnelle chinoise, au magnétisme, à la faciéthérapie, et en sollicitant des médecines plus rares telles que celles qui font appel à l'usage d'algues, d'eau chaude, d'argile.
- 22 Les « adeptes de la bio », comme du reste l'ensemble des répondants à cette enquête, sont loin de représenter l'ensemble des consommateurs des produits biologiques. On a voulu, en décrivant leurs pratiques, leurs attitudes, montrer la diversité sociale de consommateurs de produits rares et partant, esquisser l'analyse du goût qui est sous-jacent à ces consommations. Cette première ébauche fait ressortir d'importantes similitudes, au titre de leurs propriétés sociologiques et de leurs comportements, entre les consommateurs parisiens et ceux observés dans l'Ouest de la France. On s'accorde volontiers avec la conclusion qu'en dégagait Christiane Grignon (Combris & Grignon, 1997), selon laquelle les consommateurs de produits biologiques, qui appartiennent aux fractions intellectuelles des classes moyennes, à des ménages avec enfants, ne sont pas des marginaux. Reste à mieux analyser, à l'aide d'échantillons représentatifs de la population française, les conditions sociales de la diffusion de la consommation des produits biologiques.

BIBLIOGRAPHIE

- ARTHEY V.D., 1985. « Freshness – An Elusive Quality », *New Home Economics*, March : 6-8.
- COMBRIS P., GRIGNON Ch., 1997. « Qui sont les faibles consommateurs de viande de bœuf ? », *Viandes et Produits carnés*, 18, 1 : 37-46.
- GRIGNON C., GRIGNON Ch., 1981. « Alimentation et stratification sociale », *Cahiers de Nutrition et de Diététique*, XVI, 4 : 207-217.
- GRIGNON C., GRIGNON Ch., à paraître. Rapport d'enquête sur les adhérents de la coopérative Scarabée, Document de travail, INRA.
- LAMPKIN N.-H., PADEL S. (éds), 1994. *The Economics of Organic Farming. An International Perspective*, Cab International.
- OUEDRAOGO A. P., 1998. « Assainir la société. Les enjeux du végétarisme », *Terrain*, 31 : 59-76.
- VON ELBE V.-H., MILK J., 1972. « Organic Foods – Another Consumer Hoax ? », *Food Technology*, 35, 11 : 669-681

ANNEXES

Traits généraux des « adeptes de la bio »

Age, CSP, situation familiale, niveau de diplôme (% colonnes)

	24-30	30-36	36-42	42-48	48-54	54-60	60-66	TOTAL
Artisans, commerçants		6						1
Cadres, Professions intellectuelles supérieures	11	47	55	38	63	21		38
Professions intermédiaires	44	18	30	38	25	14	33	26
Employés	11	12			13	14		7
Ouvriers				8				2
Retraités et sans-emploi	11					7		2
Non réponse	22	18	15	15		43	67	23
Diplôme obtenu								
CEPE				8	13	14		5

BEPC	11	6		17	13	21	33	13
CAP		13	5	17	13	14		9
BEP		6	5					2
bac, brevet pro ou de technicien	22	13	25	8		29	33	18
1er cycle universitaire, BTS, DEUT, DUT, etc.	11	31	30	17		14	33	21
2è et 3è cycle universitaire, diplôme d'ingénieur, grandes écoles	56	31	35	33	63	7		32
Situation de famille								
célibataire	33	41	25	23	13	14	33	28
marié	33	41	40	54	50	57	33	44
vivant en concubinage	33	18	20		25	7		15
divorcé, séparé			15	23	13	21	33	13
veuf					...			1

NOTES

1. Quelques chiffres donnent la mesure de la progression actuelle et de celle escomptée : la consommation des produits biologiques est créditée d'une croissance annuelle de 20% depuis les quatre dernières années ; la filière de production représente aujourd'hui 0,5% de la SAU et regroupe quelques 6 000 actifs (producteurs et transformateurs confondus). Sur la base d'un plan de développement annoncé par le ministère de l'Agriculture, 20 000 exploitations consacrées à l'agriculture biologique sont escomptées pour 2005, ce qui ferait passer le nombre annuel de conversions des exploitations de 600 à 2 000 (SETRAB, 1997).

2. Ce travail s'intègre dans le cadre d'un programme de recherche sur l'acceptabilité des aliments initié par Claude Grignon (INRA, Laboratoire de recherche sur la consommation, Ivry/Seine). Le questionnaire utilisé pour l'enquête a été établi d'après un questionnaire réalisé par Christiane et Claude Grignon (INRA-CORELA) pour l'étude des adhérents d'une coopérative de l'Ouest (Combris & Grignon, 1997).

3. Ce qui explique le taux élevé de non réponse à de nombreuses questions.

4. Lire 78% pour le groupe des « adeptes de la bio », contre 81% pour l'ensemble de la population enquêtée.

5. L'écologisme est ici considéré dans son acception la plus large, comme idéologie exaltant l'amour de la nature et du naturel, la protection de l'environnement, etc. Le militant écologique ne renvoie pas nécessairement, dans cette acception, au militant d'un parti politique se réclamant de l'écologie.

6. Créé en 1993 sous la forme d'une « société anonyme coopérative mixte à directoire », le magasin compte à ce jour 700 souscripteurs ou actionnaires (100 francs l'action), et 46 salariés. Le plus gros porteur dispose de 600 parts.
 7. Ne consommant que les œufs, le lait et les produits laitiers, à l'exclusion de la viande et du poisson.
-

RÉSUMÉS

Cet article présente les résultats d'une enquête réalisée auprès de clients d'un magasin de produits de l'agriculture biologique de la région parisienne, en se fondant sur l'exemple d'un sous-groupe, dénommé les « adeptes de la bio ». Il s'efforce de rendre compte des conditions sociales de la réception des produits biologiques ; pour ce faire, on y procède à la description des caractéristiques socio-démographiques des enquêtés, puis à l'analyse des déterminants de la consommation. L'examen des pratiques et des attitudes des « adeptes de la bio » révèle leur appartenance à ce qu'on pourrait considérer comme les « pionniers » de la consommation des produits biologiques et/ou les militants écologiques. Les croyances du groupe en matière de santé, d'éthique, sont en cohérence avec leurs affinités idéologiques.

This article presents the results of a survey carried out on the customers of a shop selling organic farm products in the Paris region, and is based on the example of a subgroup designated « organic farming enthusiasts ». The study endeavours to give an account of the social context of this subgroup's response to organic products. To this end, a description of the social demographic characteristics of the study subjects is given, followed by an analysis of the major factors influencing their consumer habits. An examination of the practices and attitudes of the « organic farming enthusiasts » shows them to be what may be considered « pioneer » consumers of organic products and/or militant ecologists. The beliefs of the group as regards health and ethics are consistent with their ideological affinities.

AUTEUR

AROUNA P. OUÉDRAOGO

INRA – CORELA

65 Bd de Brandebourg, 94 205 Ivry/Seine

ouedraog@ivry.inra.fr