



DEVENIR ETUDIANT OU COMMENT L'ACQUISITION DE L'AUTONOMIE REVISITE LE BIEN-ETRE DANS LE DOMAINE ALIMENTAIRE

Lamia Sadoun, Pascale Nimec – Université Le Havre Normandie Ezan, Valérie
Hemar-Nicolas

► To cite this version:

Lamia Sadoun, Pascale Nimec – Université Le Havre Normandie Ezan, Valérie Hemar-Nicolas. DEVENIR ETUDIANT OU COMMENT L'ACQUISITION DE L'AUTONOMIE REVISITE LE BIEN-ETRE DANS LE DOMAINE ALIMENTAIRE . 15 èmes Journées Normandes de Recherches sur la Consommation : Société et Consommation , Nov 2016, Caen, France. hal-01483353

HAL Id: hal-01483353

<https://hal.science/hal-01483353>

Submitted on 9 Mar 2017

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

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

**DEVENIR ETUDIANT
OU COMMENT L'ACQUISITION DE L'AUTONOMIE REVISITE
LE BIEN-ETRE DANS LE DOMAINE ALIMENTAIRE**

Lamia SADOON
NIMEC – Université Le
Havre
25 rue Philippe Lebon
76600 Le Havre
[lamia.sadoun@etu.univ-
lehavre.fr](mailto:lamia.sadoun@etu.univ-lehavre.fr)

Pascale EZAN
NIMEC – Université Le
Havre
25 rue Philippe Lebon
76600 Le Havre
[pascale.ezan@univ-
lehavre.fr](mailto:pascale.ezan@univ-lehavre.fr)

**Valérie HEMAR-
NICOLAS**
RITM – Université Paris
Sud
54, boulevard Desgranges
92331 Sceaux
[valerie.nicolas-hemar@u-
psud.fr](mailto:valerie.nicolas-hemar@u-psud.fr)

**DEVENIR ETUDIANT
OU COMMENT L'ACQUISITION DE L'AUTONOMIE REVISITE
LE BIEN-ETRE DANS LE DOMAINE ALIMENTAIRE**

RESUME : Cette recherche exploratoire a pour objectif de cerner l'impact de la décohabitation des étudiants sur leur bien-être dans le domaine alimentaire. Pour ce faire, une méthodologie qualitative fondée sur 36 entretiens semi-directifs réalisés auprès d'étudiants âgés de 18 et 19 ans et inscrits en première année à l'IUT d'Evreux a été mise œuvre. Les résultats obtenus mettent en évidence une alimentation déséquilibrée chez une partie des étudiants interviewés. Les visites hebdomadaires effectuées par les jeunes étudiants auprès de leurs parents leur permettent d'assurer le rééquilibrage alimentaire. Par ailleurs, le partage des repas entre pairs les aide à mieux gérer le stress engendré par les études et à accéder au bien-être. Le groupe de pairs renforce alors l'intérêt des jeunes pour les produits ou les marques présentant un caractère ostentatoire, car cette consommation alimentaire se vit collectivement dans la sphère publique. Par conséquent, les marques de produits alimentaires influencent l'apprentissage nutritionnel par le biais des discours prodigués sur le bien-être.

MOTS CLES : Etudiants, décohabitation, autonomie, bien-être alimentaire

**BECOMING A STUDENT
OR HOW ACHIEVING AUTONOMY REVISITS
THE WELL-BEING IN THE FIELD OF FOOD**

ABSTRACT: This research aims to understand students' food well-being when they do not live at their parents' any longer. To achieve this purpose, we implement a qualitative methodology based on 36 semi-structured interviews with 18- and 19-year-old students who are enrolled in the first-year program at the IUT of Evreux. The findings highlight that some of them have adopted an unbalanced diet. Visiting their parents weekly allows them to better eat and balance their diet. Besides, sharing mealtimes with their peers help them to better manage the stress generated by studies and then to improve their well-being. The peer group reinforce young people's appeal to conspicuous products and brands, since this food consumption takes place collectively in the public sphere. Consequently, food brands exert an influence on nutritional learning through their discourse on the well-being.

KEY WORDS: Students, autonomy, living apart, food well-being

INTRODUCTION

La quête du bien-être constitue une tendance lourde qui irrigue tous les pans de la société (Lipovetski, 2015). Elle est prioritairement portée par une remise en question du modèle économique prônant une croissance constante de la production et de la rentabilité, au détriment parfois du progrès social et écologique. Ainsi des économistes comme Joseph Stiglitz ont proposé de ne plus seulement tenir compte du Produit Intérieur Brut pour évaluer le niveau de développement socio-économique d'un pays mais de prendre en considération le bien-être de la population. Au sein de cette population globale, les étudiants constituent un segment spécifique qui suscite de nombreuses attentions des différentes parties prenantes avec lesquelles ils interagissent. En effet, devenir étudiant s'accompagne souvent d'une décohobitation génératrice de stress. Le jeune quitte sa famille et cette autonomie remet en cause des habitudes, l'oblige à se prendre en charge. Cette prise en charge se laisse voir notamment par une obligation de gérer le quotidien, de faire ses courses, de se préparer à manger. Ces activités qui tournent autour de l'alimentation tendent à revisiter les représentations du bien-être et les critères qui permettent de le définir au regard de cette nouvelle existence. Sur quels critères, les étudiants s'appuient-ils pour définir le bien-être alimentaire ? Le bien-être peut-il être circonscrit uniquement au bien-manger ? Quels sont les facteurs qui favorisent selon les étudiants le bien-être alimentaire ? Quels sont les comportements alimentaires qu'ils adoptent pour augmenter leur bien-être ? Comment considèrent-ils les actions favorisant le bien-être qui sont menées à leur intention ? Ces questions auxquelles ce travail a pour ambition de répondre, se posent avec une grande acuité quand il s'agit de définir des actions de prévention et de sensibilisation au bien-être alimentaire.

Dans une première partie, nous examinons le cadre théorique de la recherche permettant de cerner les contours du bien-être alimentaire et la manière dont ils structurent le parcours de vie des étudiants. La seconde partie présente l'approche qualitative qui a été retenue pour saisir les pratiques et les représentations du bien-être alimentaire chez les étudiants qui accèdent à l'enseignement supérieur, nommés les primo-arrivants. Dans une troisième partie, nous exposons les principaux résultats de l'étude empirique et les premiers éléments de discussion qui en découlent.

1. L'ALIMENTATION COMME FACTEUR DE BIEN-ETRE

Alors que les recherches sur les enfants et les adolescents dans les domaines de l'alimentation et de la santé, font l'objet de nombreuses études (Werle et al. 2012 ; Ezan et al., 2014), celles relatives aux étudiants concernent principalement des questions comme la santé (Beck et Richard, 2010 ; Obépi, 2012), la santé mentale, le stress et le coping (Strenna et al., 2009 ; Mazé et Verlhiac., 2013), le binge-drinking (Mallet et al., 2015 ; Cuffolo et Brée, 2016), les comportements alimentaires (Corbeau, 2002, Rozin et al., 2003 ; Marquis, 2005 ; Gram et al., 2015 ; Gourmelen et Rodhain, 2016) et le rapport au corps (Diasio, 2014). Les problématiques liées au bien-être alimentaire des jeunes adultes ne sont abordées que dans un cadre global (Rozin, 2005 ; Arès et al., 2014 ; Guillemin et al., 2016). En effet, elles ne ciblent pas de manière directe la population estudiantine et notamment ceux qui s'inscrivent pour la première fois à l'université pour tenter de restituer les différentes facettes de leurs expériences.

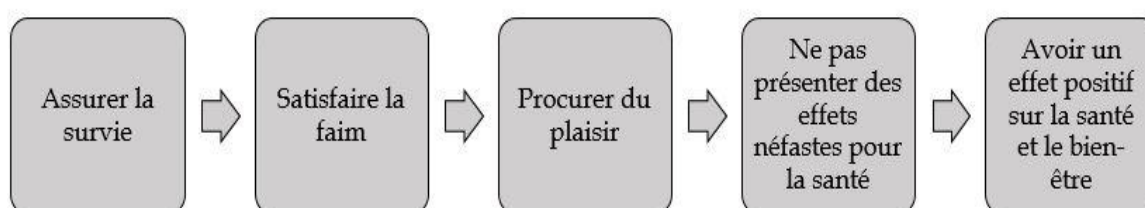
1.1. *Le bien-être alimentaire dans la littérature*

L'alimentation ne peut être limitée à des choix et à la consommation des «nutriments», mais implique des enjeux sociaux et émotionnels (Hémar-Nicolas et al., 2014 ; Laporte et al., 2015). Macht (2008) montre ainsi que l'alimentation influence fortement nos émotions. Ce même auteur explique que les individus subissent des

changements dans leur alimentation et ce, en réponse à un stress émotionnel. Aussi, Bergadaà et Urien (2006, p.127) indiquent que l'alimentation et la santé sont étroitement liées : « *une saine alimentation concourt à l'atteinte d'objectifs centraux tels que la santé et le bien-être* ».

A ce titre, Doyon et al. (2006) résument l'évolution et l'attitude des consommateurs vis-à-vis de l'alimentation à travers la trajectoire ci-dessous (figure 1) :

Figure 1 : Évolution de l'attitude des consommateurs vis-à-vis de l'alimentation (Doyon et al. 2006)



En effet, en France, selon l'étude Ipsos¹ de 2014 lorsqu'on leur demandait de classer les secteurs contributeurs du bien-être, c'est l'alimentation (59%) que les Français plaçaient en tête, devant les loisirs, les transports, les produits technologiques et les cosmétiques.

De même, dans les pays anglo-saxons, un certain nombre de chercheurs proposent de s'extraire d'une vision fonctionnelle de l'alimentation, uniquement centrée sur la santé qu'ils nomment « l'alimentation-santé » (« food as health »). Ils recommandent ainsi d'adopter une vision plus intégrative et plus positive de l'alimentation, qu'ils dénomment « le bien-être alimentaire » (« food as well-being ») défini comme une « *relation positive à l'alimentation, d'un point de vue psychologique, physique, émotionnel et social tant au niveau individuel qu'au niveau sociétal* » (Block et al. 2011, p.5) (Tableau 1).

¹<http://www.ipsos.fr/ipsos-public-affaires/actualites/2014-06-17-bien-etre-durable->

[francais-demandent-aux-marques-plus-vertu-et-d-empathie](#)

**Tableau 1: Changement de paradigme « *food as health* » versus « *food as well-being* »
(Block et al., 2011)**

Food as Health	➔	Food as Well-being
• Restrictif • Fonctionnel et médical • Paternaliste et normatif • Basé sur l'approche quantitative de la consommation (Calories, IMC...etc)		• Positif • Holiste et intégrateur • Orienté vers le consommateur • Orienté vers les attitudes et comportements du consommateur

C'est ainsi que Block et al. (2011) ont identifié cinq domaines primaires liés au concept du bien-être alimentaire qui sont les suivants : les pratiques de marketing alimentaire, la disponibilité alimentaire, les politiques nutritionnelles, le niveau de littératie alimentaire et enfin la socialisation alimentaire. Ces auteurs soulignent notamment que la socialisation par l'alimentation des plus jeunes constitue l'une des dimensions centrales du bien-être alimentaire. Aussi, l'apprentissage alimentaire ne doit pas concerner uniquement les connaissances nutritionnelles, mais également la composante culturelle de la consommation alimentaire.

Pour leur part, Bublitz et al. (2013) préconisent la prise en compte des objectifs des consommateurs. Il s'agit alors de montrer qu'il est possible de concilier « plaisir » et « équilibre » alimentaire. En effet, dans la conception moderne du bien-être alimentaire le plaisir est recherché en vue de l'équilibre alimentaire, de l'épanouissement et du bien-être (Dupuy, 2014). Cette conception du bien-être alimentaire peut se construire sur la base de la complémentarité des deux composantes hédonique et eudémonique (Guillon, 2015). Il s'agit alors d'intégrer les dimensions plaisir et épanouissement, qui se traduisent par des sentiments ou d'affects positifs et

l'absence de sentiments ou d'affects négatifs.

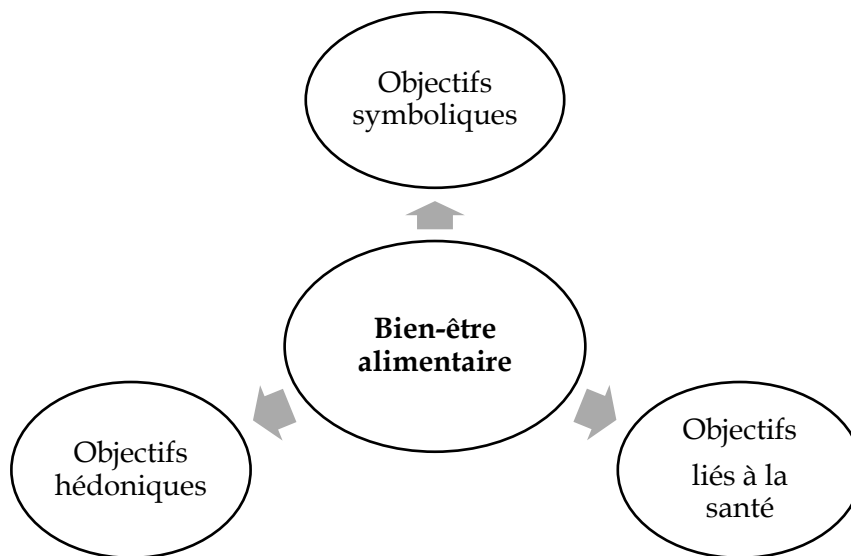
Selon Dupuy (2014), le bien-être alimentaire est également recherché comme levier de l'apprentissage. Cet apprentissage du bien-être alimentaire peut alors s'effectuer au travers d'activités culinaires, qui amènent les plus jeunes à consommer en groupe des aliments « sains » (fruits, légumes etc.) avec plaisir.

De leur côté, Block et al. (2011) mettent l'accent sur l'importance du partage des repas et des interactions qu'il génère. Aussi, au-delà de la seule composition nutritionnelle des repas, le sens associé à la façon dont les aliments sont consommés et notamment le contexte de partage des repas contribuent à la régulation des quantités et à la qualité des aliments ingérés, donc à la santé (Rozin, 2005). Cet aspect du partage du repas est également mis en évidence par les travaux de Holder et Coleman (2010). Ces auteurs soulignent que les repas pris en famille sont fortement liés à la perception du bien-être chez les jeunes.

1.1.1. Objectifs du bien-être alimentaire :

La quête du bien-être alimentaire est sous-jacent à certains objectifs symboliques, hédoniques mais aussi ceux liés à la santé (figure 2).

Figure 2 : Objectifs du bien-être alimentaire (adaptée de Bublitz et al., 2012)



- *Objectifs symboliques :*

L'acte alimentaire est soumis à des dimensions sociales du repas à travers la création de liens sociaux et son influence sur l'identité de soi ou du groupe et la défense de l'égo. Comme l'indique Sirieix, (1999), « *il semble important d'aborder la consommation alimentaire comme un ensemble de choix, mais aussi d'expériences de consommations, de pratiques, dont les dimensions symboliques et sociales sont fondamentales* ». Selon les propos de Bergadaà et Urien (2006), « *il n'y a plus de distinction entre l'entreprise créatrice de valeur et le consommateur destructeur de valeur. Les consommateurs seraient co-créateurs – au travers de leurs décisions de consommation alimentaire notamment – d'une valeur que sont le bien-être alimentaire et la santé* ».

- *Objectifs hédoniques :*

La fonction hédonique (Aurier et Sirieix, 2009) jouerait un rôle sur le bien-être du consommateur à travers le plaisir gustatif et/ou l'expérience de consommation. En effet, « *l'aliment, pour*

être aliment et remplir sa fonction, doit non seulement nourrir mais aussi apporter du plaisir au mangeur » (Chiva, 2007). Cette quête de plaisir sensoriel et de satisfaction psychologique est un facteur crucial dans la compréhension des motivations.

Le goût est ainsi une autre notion intrinsèque au bien-être alimentaire. En effet, selon l'institut BVA², 96% des Français estiment que le goût reste le tout premier critère de choix d'un produit alimentaire. Il en est de même aux USA, pour 90% des Américains³.

Au-delà de l'acte alimentaire à visée physiologique, le consommateur valorise ainsi toutes les « formes culinaires réenchantées ». Celles-ci englobent les produits du terroir ou biologiques (tradition, naturalité, nostalgie), la nourriture exotique (évasion, sensorialité, rareté), les aliments zen (spiritualité, magie, communauté), le *fooding*⁴ ou encore le design en imaginaire alimentaire (jeu, transgression, esthétisme). Elles restent cependant des productions dénuées d'expériences extraordinaires propices à

²<http://agriculture.gouv.fr/telecharger/54932?token=5379ab8a66c371c77e7e1dea14f2a3e3>.

³http://www.foodinsight.org/sites/default/files/FINAL%202014%20Food%20and%20Health%20Survey%20Executive%20Summary_0.pdf

⁴ Contraction du mot food et feeling

l'éveil de l'imaginaire et des émotions (Ravoniarison, 2012). En effet, les émotions provoquées par l'usage du produit ou l'expérience de consommations antérieures peuvent laisser des traces affectives fortes (ou marqueurs) dans la mémoire (Graillot, 1998 cité par Gallen, 2005).

Aussi, des paramètres liés à la dimension immatérielle affective du comportement des consommateurs sont reconnus comme importants (la signification symbolique, les émotions, la recherche de sensations) (Addis et Holbrook, 2001).

- *Objectifs liés à la santé :*

Ces objectifs peuvent être atteints par des comportements adéquats en matière de maintien et/ ou d'amélioration de la santé mais aussi de la forme et l'apparence physique. Ces comportements visent aussi à freiner le processus de vieillissement d'un individu, de contrôler son poids, d'atténuer un malaise, de gérer son stress, de se sentir bien et d'atteindre un état d'harmonie intérieure (Niva, 2007). Aussi, dans cette perspective, la dimension santé revêt un aspect motivationnel: à côté de la recherche de plaisir gustatif, le but de la consommation alimentaire réside pour certains consommateurs dans l'obtention d'un effet favorable à la santé (bien-être holistique).

Pour Wennström (2005), la consommation d'aliments fonctionnels reflète, en plus des exigences de santé, le désir de bien-être. Cet auteur évoque ainsi le lien entre bonheur et bonne santé dans la perception des consommateurs. Bublitz et al (2012) soulignent que les consommateurs d'aliments peuvent percevoir des niveaux plus élevés de bien-être alimentaire. D'autres auteurs (Zanoli et Naspetti, 2006) révèlent ainsi que ce positionnement «bien-être global» constitue un facteur-clé de succès dans la promotion des aliments fonctionnels.

1.2. *Le bien-être alimentaire confronté à la prise d'autonomie des étudiants primo-arrivants*

Le désir d'accéder à plus d'autonomie, qu'elle soit affective (vis à vis des parents), financière, comportementale ou cognitive, se manifeste dès l'adolescence (Gentina, 2008). Ainsi, un an après le Bac, 42% des jeunes choisissent de déco-habiter (Germain, 2014). Ce pourcentage est plus important (66%) pour ceux qui choisissent les études supérieures (OVE, 2010). Cette décohabitation peut entraîner des adaptations voire des changements dans leurs décisions. En effet, « *la période des études constitue un moment privilégié au cours duquel les jeunes tissent un nombre important de relations sociales* » (Germain, 2014). En ce sens, les travaux de Moschis et Moore (1979) indiquent que les individus sont exposés à des ruptures de vie ou à des événements marquants et que cela impacte leur mode de consommation. Parmi ces événements, la décohabitation liée aux études serait vécue souvent comme un « moment critique ». En effet, il s'agit de circonstances stressantes, car les jeunes étudiants, en perte de repères, doivent faire face à une nouvelle situation faite d'autonomie, certes, mais qui les obligent à devoir gérer leurs contraintes et ressources au quotidien. Ainsi, en plus de l'organisation qu'ils doivent mettre en place pour le bon déroulement de leurs études universitaires, ils sont également contraints d'effectuer un certain nombre de tâches quotidiennes liées à l'alimentation, à la prise en charge des achats et à la préparation des repas. Ces tâches sont souvent couplées à des contraintes de temps et d'argent. En effet, comme le souligne Garabua-Moussaoui (2002): « *La cuisine est « revisitée » par les jeunes aussi bien de par les contraintes matérielles, de budget, de temps, par le non investissement domestique, qui engendrent une polyvalence des usages, ainsi que par la liberté dans les préparations* ». L'autonomie liée aux études nécessite donc de nouveaux apprentissages (Garabua-Moussaoui, 2002)

Cette autonomie est associée à la gestion et à la maîtrise du stress. Celui-ci est vécu au cours de la vie universitaire comme le principal responsable du mal être, de conduites à risque vis-à-vis de la santé et /ou de résultats médiocres aux examens (Paquet et Gosselin, 2008 ; Neveu et al., 2010). Un étudiant sur trois qui a quitté le foyer familial serait concerné (Fisher, 1994).

De plus, le stress peut entraîner la dépression, la consommation de substances psychoactives et des troubles des conduites alimentaires. Ces problèmes constituent un risque pour la santé psychique et physique des étudiants et peuvent même entraîner l'abandon des études et l'échec aux examens (Catheline, 2003 cité par Boujut (2007)).

Toutes les sources de stress liées de près ou de loin à l'entrée à l'université peuvent donc nuire à l'adaptation psychosociale et au parcours universitaire de l'étudiant notamment s'il ne pense pas disposer des ressources personnelles, familiales et environnementales suffisantes pour y faire face (Dumont et al., 2003 cité par Mazé et Verliac, 2013).

Cette autonomie liée aux études est alors mise en tension avec l'observation d'un certain bien-être de plus en plus prescrit par les marques, les pouvoirs publics et par les normes sociales d'une société qui souhaite accéder au bonheur. La recherche de bien-être est donc confrontée à une autonomie financière, une autonomie organisationnelle qui tend à remettre en cause les modèles alimentaires et les représentations du bien-être (Gourmelen et Rodhain, 2016).

Au regard de ce constat, l'objectif de la présente recherche est de comprendre l'impact de la décohabitation sur les représentations du bien-être alimentaire chez les étudiants.

2. METHODOLOGIE RETENUE

2.1. Collecte des données

Pour mener notre recherche, une démarche qualitative a été privilégiée, fondée essentiellement sur une étude

exploratoire visant la compréhension en profondeur (Paillé et Mucchielli, 2013) de la relation entre la consommation alimentaire et le bien-être en milieu étudiant.

Pour ce faire, l'étude empirique a été menée auprès de 36 étudiants âgés de 18 et 19 ans, inscrits en première année à l'IUT d'Evreux. Le site d'Evreux a été choisi parce qu'il est une ville pilote sur l'observatoire et les actions de prévention en matière alimentaire. D'autre part, l'IUT d'Evreux permet d'interroger des étudiants inscrits dans des filières très diversifiées.

Les répondants ont été interrogés à partir d'un processus itératif. Les entretiens ont été réalisés entre mars et avril 2016. Nous avons choisi d'interroger de jeunes étudiants primo-arrivants à l'enseignement supérieur répartis dans différentes spécialités (Carrières Sociales (CS), Technique de commercialisation (TC), Gestion des Entreprises et des Administrations (GEA), Packaging (PACK), Génie Biologique (GB), Mesures Physiques (MPH)) afin d'étudier l'incidence de la décohabitation sur leurs comportements et représentations du bien-être alimentaire.

Des entretiens semi-directifs se sont déroulés en partie en face à face dans une salle de cours. Nous avons également tenu à rencontrer les étudiants pendant la pause méridienne au self de l'établissement ou au réfectoire, lieu convivial, afin de mieux percevoir les émotions, attitudes et ressentis des répondants. D'autres entretiens, conduits lors des périodes d'examens ou pendant les vacances scolaires, ont été réalisés par Skype ou téléphone.

Après une brève présentation du travail de recherche afin d'introduire le sujet, nous avons articulé le guide d'entretien autour de trois grandes thématiques : les perceptions et représentations du bien-être, l'autonomie des étudiants et son impact sur le bien-être alimentaire, ainsi que les actions de sensibilisation et de prévention au bien-être alimentaire. Cette dernière thématique a été abordée afin de constituer un socle de

dialogue avec le répondant (Evrard, et al. 2009).

Les entretiens ont duré entre 25 et 45 minutes et ont été enregistrés sans prise de notes afin de favoriser un échange naturel entre l'interviewé et l'interviewer.

2.2. *Analyse des données*

Ces entretiens ont fait l'objet d'une retranscription intégrale et d'une analyse de contenu thématique de façon manuelle (Bardin, 2007). Il s'agit principalement d'un codage et traitement des données à partir d'une grille d'analyse préalablement déterminée (Andreani et Conchon, 2003). Ces analyses ont fait l'objet d'un croisement inter-chercheurs pour renforcer la robustesse des résultats obtenus.

3. PRINCIPAUX RESULTATS ET ELEMENTS DE DISCUSSION

3.1. *Les étudiants primo-arrivants : en quête de bien-être*

3.1.1. *La décohabitation, une conquête de l'autonomie stressante*

L'autonomie constitue une étape de transition à l'âge adulte. Celle-ci implique des reformulations identitaires : l'individu passe ainsi du rôle d'enfant dépendant de ses parents à celui d'adulte autonome et responsable. Cette autonomie engendre chez les primo-arrivants beaucoup de stress.

L'analyse des entretiens fait apparaître un stress important lié à la gestion des ressources (espace d'évolution, finances etc.) chez les étudiants décohabitants. En effet, ces derniers déclarent avoir plusieurs contraintes dont celle du temps disponible.

Des efforts d'adaptation sont également souvent fournis, afin de faire face à la peur de la solitude et de l'inconnu (ville et nouveau contexte) : « ...c'est horrible pour moi en tout cas et je l'ai vraiment

très mal vécu au début, ça ne passait pas. Je ne supportais pas d'être toute seule, de tout et j'ai peur de cette ville aussi j'avais peur aussi parce que je ne connaissais pas du tout » (Angéline, CS) et d'intégration dans leur milieu étudiant : « *c'est pas ma région, je ne sais pas pourquoi je suis ici, donc je m'intègre pas* » (Caroline, CS). De plus, les étudiants étrangers doivent faire face à certaines difficultés comme le choc culturel, la pression liée aux études universitaires et au manque de maîtrise de la langue (Ambrosi et al., sd). Ceci implique un effort d'adaptation supplémentaire. Leur intégration et donc leur socialisation reste liée à la maîtrise de la langue française : « *...au début c'était difficile, j'avais pas trop la langue et tout c'est pour ça mais je me suis vite intégré...* » (Ouel, GEA).

Mais même si la maîtrise de la langue française ne constitue pas un grand obstacle à l'intégration, celui de l'orientation post bac pourrait avoir un impact sur la réussite des études et donc sur le bien-être. Ainsi, pour certains, le temps de séjour à l'IUT même s'il paraît assez court doit permettre de s'assurer un avenir grâce notamment à une bonne orientation au niveau des filières universitaires : « *je la perçois courte parce que dans 3 ans je suis diplômé et sur le marché du travail* » (Simon, CS).

De plus, il a même été relevé une certaine inquiétude quant au devenir post-diplôme : « *en tant qu'étudiant, bourré d'incertitudes en gros, je vois mon passé comme quelque chose d'extraordinaire, mon futur comme quelque chose d'incertain* » (Antonin, MPH). Le bien-être est ainsi lié à la réussite dans les études et aux perspectives que celle-ci peut offrir dans l'avenir.

Les jeunes étudiants doivent également apprendre à gérer leur quotidien en dehors de toutes règles familiales. L'autonomie liée aux études nécessite donc de nouveaux apprentissages, car celle-ci est associée à la gestion et à la maîtrise du stress. Ce dernier, peut, en effet, avoir une incidence sur l'état de santé et une diminution des

performances et de l'efficacité intellectuelle.

Le stress apparaît donc comme le principal facteur que les étudiants doivent gérer et maîtriser pour faire face aux nouvelles contraintes imposées par la décohabitation. Ils sont alors dans l'obligation de recourir aux activités physiques et au soutien de leurs camarades de classe et/ou amis pour parvenir à un certain niveau de bien-être : *« les cours sont quand même assez compliqués, ça reste quelque chose de stressant mais en fait avec les camarades, le soutien qu'ils peuvent apporter derrière quand même c'est sûr le bien-être existe quand même »* (Camille, MPH). Les loisirs (cinéma, musique, lecture, shopping) assurent également l'accès au bien-être dans la mesure où ils permettent d'éviter l'isolement, d'occuper l'esprit et de renforcer le mental nécessaire à la gestion et à la maîtrise du stress.

3.1.2. *Le bien-être conditionné à une belle apparence physique et de bonnes conditions physiques*

L'apparence physique permet d'être intégré ou au contraire d'être rejeté d'un groupe social. Cette importance de l'aspect physique a été relevée chez la majorité des étudiants et étudiantes. Leur perception du bien-être signifie donc jouir d'une bonne forme physique, émotionnelle et identitaire (image que l'on a de soi/ estime de soi) : *« ...C'est pour mon bien-être physique et moral. Je n'ai pas envie d'être une grosse boule... »* (Simon, TC). L'alimentation est donc vectrice de bien-être, car elle contribue à l'apparence physique liée à une norme corporelle dictée par la société *via* les médias et les marques.

Alors que le plaisir alimentaire recouvre un sens positif dans un contexte où se nourrir est source d'anxiété en raison de la peur de la maladie et d'une pression accrue en matière d'esthétique corporelle, la santé est souvent perçue comme le bénéfice obtenu par une alimentation équilibrée.

Le bien-être est également associé au plaisir de se faire plaisir en tenant compte ou non de l'équilibre alimentaire, car le plaisir est vécu comme un « moment de lâcher prise » qui fait contrepoids au processus de contrôle : *« Il faut qu'on mange ce qu'on aime mais en même temps, il faut aussi manger équilibré parce que sinon on peut avoir des carences et du coup, on est en mauvaise santé, le bien-être passe aussi par la santé »* (Camille, Pack).

3.2. *L'alimentation comme facteur de bien-être*

3.2.1. *Le bien-être alimentaire entre le passé familial et le présent personnel*

L'alimentation a une dimension symbolique forte en plus d'être nécessaire à notre survie et à notre santé. En effet, les aliments sont chargés de qualités positives ou négatives. En les ingérant, l'individu incorpore en même temps des valeurs « magiques » issues de l'imaginaire collectif. Nous avons pu observer ce phénomène auprès de certains étudiants.

Afin de maintenir les repères familiaux et en vue d'assurer leur bien-être alimentaire, certains étudiants disposant d'un savoir-faire, d'une culture culinaire et d'un type d'organisation transmis de la part des parents, effectuent des achats hebdomadaires nécessaires à la pratique culinaire afin d'avoir une alimentation saine et équilibrée : *« Toutes les semaines, je vais au marché, comme avant. Tous les dimanches, je cuisine pour la semaine, comme avant, et mes repas sont programmés du vendredi pour toute la semaine qui vient : vendredi je fais mon menu, le samedi je vais au marché je prends ce que j'ai besoin pour mes menus et le dimanche, je cuisine pour toute la semaine. C'était plus ou moins comme ça chez moi [chez mes parents]... »* (Claire, CS).

Néanmoins, devenir étudiant, pour certains, est marqué par un début d'indépendance et de liberté en termes d'alimentation qui s'exprime sous forme

« d'écarts alimentaires ». Aussi, certains d'entre eux sont très critiques envers l'alimentation familiale et ne se reconnaissent pas dans l'héritage transmis par les parents. Dès lors, ils prennent leurs distances par rapport à leurs habitudes alimentaires : « *quand j'étais chez moi, on n'avait pas le droit de manger à la pizzeria quoi, on n'avait même pas le droit de ramener de la bouffe à la maison parce que maman elle n'aime pas. Les repas se faisaient à la maison, on n'avait pas le droit de manger hors de la maison quoi mais là c'est n'importe quoi. Là, je profite au max... je mange tout et n'importe quoi, je ne fais vraiment plus attention, je mange ce qui me passe par la tête...* » (Angélique, MPH). La décohabitation peut donc coïncider avec une rupture avec les pratiques d'équilibre alimentaire ayant prévalu au sein de la famille (consommation de légumes et de fruits par exemple).

De plus, certains étudiants n'ont pas bénéficié d'un encadrement familial adéquat en ce qui concerne les pratiques alimentaires équilibrées. Ils sont ainsi livrés à leur autonomisation alimentaire dès l'enfance, sans pour autant instaurer des comportements et des règles alimentaires. Cette situation se traduit souvent par le choix quasi monolithique de produits alimentaires gras et sucrés. De plus, le regard porté sur l'alimentation est assez paradoxal et montre une certaine insouciance, inconscience et liberté de s'alimenter de façon déséquilibrée : « *J'ai toujours mangé comme un gros porc, j'ai toujours mangé ce que je voulais. C'est vrai que tout ce qui est question alimentaire, équilibre, je n'ai jamais eu vraiment d'équilibre alimentaire* » (Quentin, GEA). Nombre de ces étudiants n'ont pas connu de problèmes de santé, ce qui leur permet de continuer à se faire plaisir même lors des prises de repas déstructurés.

Néanmoins dans certains cas, la rupture avec les anciennes mauvaises pratiques alimentaires familiales engendre une sorte de « self- contrôle » pour éviter de se sentir malade : « *... parce que je sais que ça m'aidait pas avant et du coup, je ne veux pas que ça se reproduise puisqu'ici, j'ai le sentiment*

que j'ai plus le contrôle, je vis toute seule et ce n'est pas mes parents qui font les courses » (Angéline, CS). Ainsi, certains étudiants reconnaissent avoir complètement changé d'habitudes alimentaires en se tournant vers la junk food : « *Disons que ma consommation de Kebab et de Mc Do a dû être multipliée par dix peut-être. C'est vrai que je ne mange pas souvent à mon appart, je prends un truc rapide, les kebabs, les Mc Do* » (Quentin, GEA).

Nous pouvons noter la particularité des étudiants étrangers qui adoptent souvent les habitudes alimentaires spécifiques à la culture locale. Néanmoins, ceux de confession musulmane estiment ne pas avoir suffisamment de choix. Aussi, le souhait de respecter les règles religieuses en mangeant Hallal incite parfois à ne consommer que des sandwiches au thon et sont contraints de faire à chaque fois attention à l'étiquetage des produits et à la liste des ingrédients en plus de la mention Hallal : « *je regarde aussi les ingrédients pour tous les produits, par exemple, moi je mange que « Hallal », donc à chaque fois, je regarde s'il y a du porc et de l'alcool* » (Yousra, GEA).

De plus, certains étudiants font des compromis sur leur alimentation en raison de la contrainte budgétaire : « *quand tu n'as pas forcément de l'argent, tu n'achètes pas de bonnes choses quoi, des produits frais, du poisson, même de la viande, ça vaut super cher* » (Léonard CS). Le stress lié à cette contrainte financière les conduit ainsi à éviter les fruits et légumes ainsi que les viandes.

Les écarts observés par rapport à l'équilibre alimentaire sont réduits à l'occasion des visites (hebdomadaires, des vacances ou la période des stages) que les jeunes étudiants effectuent chez leurs parents. Ces dernières contribuent alors au rééquilibrage alimentaire : « *quand je reviens du weekend chez mes parents je ramène une gamelle pour le soir* » (Simon, TC) ; « *...ma mère me fait aussi des plats le weekend, parce que je n'ai pas forcément le temps, elle veut être sûre que je vais bien manger, elle veut aussi être sûre que je vais manger correctement et donc c'est vrai que c'est des produits frais qu'elle utilise...* » (Camille, MPH).

3.2.2. *La commensalité comme critère de représentation du bien-être alimentaire*

L'alimentation semble être un important vecteur de socialisation et d'intégration de l'étudiant dans sa nouvelle vie. Cette création de lien entre les étudiants peut influencer leur bien-être alimentaire et au final ces relations ont des répercussions sur leur épanouissement et leur bien-être psychologique. Ils expriment ce désir de bien-être dans le domaine alimentaire au-delà des besoins d'une alimentation saine et évoquent l'importance des liens, du partage et de la découverte de nouvelles saveurs. Le souhait de vivre ensemble de nouvelles expériences culinaires se traduit souvent par des sorties en groupe dans des restaurants spécialisés dans la gastronomie exotiques. En effet, les goûts « venus d'ailleurs » attirent beaucoup en raison de leur originalité et de leur qualité gustative peu répandue dans la cuisine française. L'exotique permet ainsi de se détacher du quotidien, mais aussi de se rapprocher de la notion de festif en s'attachant clairement à la recherche de plaisir commensal qui procure un certain niveau de bien-être : « *quand je vais manger au restaurant japonais avec des amis à chaque fois, je suis trop contente* » (Marion, TC) ; « *la dernière fois une camarade a apporté une quiche, en fait, je ne connaissais pas et elle a vu que je ne me faisais pas à manger et du coup elle a apporté ce plat c'était trop bon, j'étais trop heureuse ! ...* » (Angélique, MPH). En effet, le plaisir collectivement partagé est considéré comme une dimension essentielle du plaisir alimentaire. Manger fait intervenir les mécanismes de la sociabilité, de l'interaction, de l'empathie conduisant au plaisir de manger. Le partage du plaisir se manifeste donc par la convivialité du repas (Fischler, 2006).

3.2.3. *Une approche du bien-être à travers les marques alimentaires*

Même si la boisson plaisir Coca-Cola figure dans les deux listes de marques génératives et non génératives, pour Simon (TC), le bonheur est clairement dans cette marque : « *il y a aussi le bien-être Coca, ouvrez le bonheur, Coca Cola. Il y a un côté bio et sain, mais il y a le petit côté, bien-être comme j'ai dit, plaisir comme Coca et toutes les sucreries et tout ça* ». La consommation de certains produits hédoniques procure du plaisir et entretient même une sorte de dépendance à l'égard de la marque : « *Avec Ferrero et le Nutella j'en prends à tous les goûters et je me sens bien quand je prends ça* » (Eva, TC). En revanche, d'autres étudiants se méfient de certaines marques : « *je prendrais jamais la marque « Bien vu » par exemple même si c'est la marque la moins chère voilà. Moi dans mon éducation, mes parents on a jamais mangé « Bien vu »... Par exemple quand on prend du jambon blanc normal, dans « Bien vu » y a trop de gras et ça se voit* » (Simon, CS).

CONCLUSION

Notre étude cherche à comprendre l'impact de la décohabitation sur le bien-être alimentaire des étudiants primo-arrivants à l'enseignement supérieur. Il s'agit de saisir comment, dans un contexte de mobilité géographique liée aux études, ces étudiants vivant alors seuls, en autonomie et en perte de repères, s'adaptent à leur nouvel environnement de vie.

Les résultats auxquels nous sommes parvenus indiquent qu'à travers leurs pratiques collectives d'appropriation de valeurs et de partage d'expériences, ces jeunes adultes construisent du sens et établissent des liens entre pairs à travers l'alimentation. Au-delà du plaisir gustatif, la dimension « plaisir et commensalité » intègre le rôle des repas comme occasions de partage et d'échange entre étudiants. Ce partage de repas entre pairs est synonyme de plaisir pour la quasi majorité des étudiants, car cela leur permet de mieux « gérer » le stress lié aux études. De plus, cette attractivité du groupe renforce l'intérêt des jeunes pour les produits ou les

marques qui présentent un caractère ostentatoire compte tenu d'une consommation qui se vit collectivement dans la sphère publique.

Les parents, qui jouent un rôle important, sont principalement investis auprès de leurs enfants dans la transmission de l'équilibre alimentaire et dans « son rééquilibrage » à l'occasion de visites hebdomadaires que la majorité des étudiants effectuent. Les marques de produits alimentaires influencent l'apprentissage nutritionnel par les discours prodigués sur le bien-être.

Les jeunes étudiants s'accordent à dire qu'il y a un manque de communication et quand celle-ci est présente, elle n'est pas tout à fait adaptée. Ils aimeraient ainsi des campagnes "choc" (implications du stress et des déséquilibres alimentaires sur la santé) et plus ciblées. Cela semble assez cohérent avec le fait qu'ils relativisent leurs comportements alimentaires les moins sains. Ainsi, les campagnes de communication visant la prévention et la sensibilisation au bien être dans le domaine alimentaire pourraient concentrer leurs actions sur les « dérives » liées au manque de temps, à la « malbouffe », à l'influence des pairs, au choix des produits et aliments sains (étiquetage, origine naturelle, locale, bio etc.) ainsi qu'aux équipements et techniques nécessaires à la pratique culinaire. De même, la nécessaire pratique d'activités physiques et sportives devrait également être mise en évidence. Par ailleurs, l'organisation d'activités (semaine du bien-être et du goût, sport ma santé) relatives à l'alimentation avec la participation des étudiants en collaboration avec le CROUS (conception des repas, en partageant un moment convivial) pourrait permettre de mieux intégrer la dimension bien-être nécessaire à l'équilibre des étudiants. La médecine préventive pourrait également y contribuer.

Au même titre que la médecine préventive, les suggestions émises auparavant pourraient contribuer à l'évolution des comportements

alimentaires et à une meilleure perception du bien-être alimentaire par les étudiants.

Ce travail mériterait d'être complété par une étude quantitative afin de préciser l'influence d'un certain nombre de facteurs sur le bien-être alimentaire des étudiants primo-arrivants en Région de Normandie afin de vérifier les points abordés lors de la phase qualitative. De même, le suivi de l'évolution des comportements et pratiques alimentaires de ces étudiants durant tout leur premier cycle de formation universitaire permettrait d'avoir une vision diachronique du bien-être alimentaire de ces étudiants.

De plus, des entretiens avec des experts comme les diététiciens, les nutritionnistes et les médecins de la médecine préventive ainsi que les Directeurs de CROUS pourraient permettre d'affiner et approfondir certains points de l'étude. L'ensemble des résultats permettrait alors d'engager une réflexion sur des actions de prévention et de sensibilisation adaptées au domaine du bien-être alimentaire des jeunes adultes.

ANNEXE

A 1 : PROFILS DES 36 ETUDIANTS INTERROGES

Répondants	Filles	Garçons	Âges	Etudes
Chloé	X		18 ans	Technique de Commercialisation
Eva	X		18 ans	Technique de Commercialisation
Marion	X		18 ans	Technique de Commercialisation
Dylan		X	18 ans	Technique de Commercialisation
Simon		X	18 ans	Technique de Commercialisation
Théophile		X	18 ans	Technique de Commercialisation
Célia	X		18 ans	Gestion des Entreprises et des Administrations
Khaoula	X		18 ans	Gestion des Entreprises et des Administrations
Yousra	X		18 ans	Gestion des Entreprises et des Administrations
Loan		X	18 ans	Gestion des Entreprises et des Administrations
Ouael		X	18 ans	Gestion des Entreprises et des Administrations
Quentin		X	19 ans	Gestion des Entreprises et des Administrations
Camille	X		18 ans	Packaging
Marine	X		18 ans	Packaging
Morgane	X		18 ans	Packaging
Bastien		X	19 ans	Packaging
Mathieu		X	18 ans	Packaging
Maxim		X	18 ans	Packaging
Angéline	X		18 ans	Carrières Sociales
Caroline	X		18 ans	Carrières Sociales
Claire	X		18 ans	Carrières Sociales
Hugo		X	18 ans	Carrières Sociales
Léonard		X	18 ans	Carrières Sociales
Simon		X	18 ans	Carrières Sociales
Camille	X		18 ans	Génie Biologique
Héloïse	X		18 ans	Génie Biologique
Solène	X		18 ans	Génie Biologique
Nicolas		X	18 ans	Génie Biologique
Nicolas		X	18 ans	Génie Biologique
Thomas		X	19 ans	Génie Biologique
Angélique	X		18 ans	Mesures Physiques
Camille	X		18 ans	Mesures Physiques
Dhyani	X		18 ans	Mesures Physiques
Antonin		X	18 ans	Mesures Physiques
Mathys		X	18 ans	Mesures Physiques
Romain		X	18 ans	Mesures Physiques

BIBLIOGRAPHIE

- Addis M. et Holbrook M.B. (2001), On the conceptual link between mass customisation and experiential consumption: an explosion of subjectivity, *Journal of Consumer Behaviour*, 1, 1, 50- 66
- Ambrosi S., King S. Young J., Procter N. (sd), From Other Lands: Mental Health and Wellbeing of International University Students During the First Year of Study, *Nuts and Bolts*.
- Andreani, J.C. et Conchon, F. (2003), Les méthodes d'évaluation de la validité des enquêtes qualitatives en Marketing, *Congrès des Tendances de Marketing ESCP-EAP*, Novembre 2003.
- Arès, G., De Saldamando, L., Giménez, A., & Deliza, R. (2014), Food and wellbeing. Towards a consumer-based approach. *Appetite*, 74, 61-69
- Aurier P. et Sirieix L. (2009), *Marketing des produits agroalimentaires : deuxième édition*, Paris, Dunod
- Bardin, L. (2007), *L'analyse de contenu*. Paris : quadrige, PUF.
- Beck F. et J-P Richard. (2010), Les comportements de santé des jeunes, *Analyses du Baromètre Santé*, Editions INPES.
- Bergadaà M. et Urien B. (2006), Le risque alimentaire perçu comme risque vital de consommation : Émergences, adaptation et gestion, *Revue Française de Gestion*, 162, 127-144.
- Block L. G., Grier S. A., Childers T. L., Davis B., Ebert J. E. J., Kumanyika S., Lacznia R. N., Machin J. E., Motley C. M., Peracchio L., Pettigrew S., Scott M. et Ginkel Bieshaar van M. N. G., (2011), Nutrients to Nurturance: A Conceptual Introduction to Food Well-Being, *Journal of Public Policy & Marketing*, 30, 5-13.
- Boujut E. (2007), Facteurs prédisant le développement de symptômes dépressifs, de symptômes somatiques, de troubles des conduites alimentaires et de l'échec académique chez des étudiants de première année une étude prospective en psychologie de la santé, Thèse de Doctorate en Psychologie, Université de Bordeaux 2.
- Bublitz M.G., Peracchio L.A., Andreasen A. R., Kees J., Kidwell B., Gelfand Miller E., Motley C. M., Peter P. C. et Rajagopal P. (2013), Promoting positive change: Advancing the food well-being paradigm, *Journal of Business Research*, 66, 1211-1218.
- Chiva M. (2007), Emotions et pratiques alimentaires, *L'Ocha*.
- Corbeau JP. (2002), *Les variations du comportement alimentaire des étudiants* in «L'alimentation au travail », Consommations et Sociétés, cahiers n°2, Editions l'Harmattan, Paris, 79-98.
- Cuffolo R et Brée J. (2016), Le rite du Binge-Drinking chez les jeunes adultes : De la pratique à la représentation, *Actes du 32^{ème} Congrès International de l'AFM- Lyon- 18, 19 et 20 mai*.
- Diasio N. (2014), Alimentation, corps et transmission familiale à l'adolescence, *Recherches familiales*, 11, 1, 31-41.
- Doyon M., Labrecque J. et Tamini L. D. (2006), *Le secteur des aliments fonctionnels: revue des principales tendances*. Québec: Centre de recherche en économie agroalimentaire (CRÉA), Université Laval. P 40.
- Dupuy A. (2013), *Plaisirs alimentaires, socialisation des enfants et des adolescents*, Coll Tables des hommes, PUR.
- Dupuy A. (2014), Thématisation du plaisir alimentaire et visées utilitaristes, *Sociologie et sociétés*, 46, 2, 253-275.
- Evrard Y., Pras B. et Roux E. (2009), *Market Fondements et méthodes des recherches en marketing*, Dunod, Paris, 4^{ème} édition.
- Ezan P., Gollety M., Guichard N. et Hémar-Nicolas V. (2014), Renforcer l'efficacité des actions de lutte contre l'obésité. Vers l'identification de leviers de persuasion spécifiques aux enfants, *Décision marketing*, 73, 13-26.
- Fisher, S. (1994). *Stress in academic life*. Buck : Open University Press.
- Fischler C. (2006), Le plaisir : ami ou ennemi de notre alimentation, *Actes du colloque de l'Institut Français pour la Nutrition*, Paris.
- Gallen C. (2005), Le rôle des représentations

- mentales dans le processus de choix, une approche pluridisciplinaire appliquée au cas des produits alimentaires. *Recherche et Applications en Marketing*, 20(3), 59-76.
- Garabuau-Moussaoui I. (2002), *Cuisine et indépendance, jeunesse et alimentation*, L'Harmattan, collection Logiques sociales, P. 352.
- Gentina E. (2008), L'adolescente consommatrice à la recherche de son autonomie. Application au marché du maquillage, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Lille 2.
- Germain V. (2014), La construction des trajectoires d'entrée dans la vie adulte. Permanences et changements dans le contexte de massification de l'enseignement supérieur, Thèse de Doctorat en Sociologie, Université Aix-Marseille.
- Gourmelen A. et Rodhain A. (2016), Comportement alimentaire du jeune adulte : une compréhension par la théorie du parcours de vie, *Actes du 32^{ème} Congrès International de l'AFM- Lyon- 18, 19 et 20 mai*.
- Gram M., Hogg M., Blichfeldt B.S. and MacLaran P. (2015), Intergenerational relationships and food consumption: the stories of young adults leaving home, *Young Consumers*, 16, 1, 71-84.
- Guillemin I., Marrel A., Arnould B., Capuron L., Dupuy A., Ginon E., Lay S., Lecerf J.-M., Prost M., Rogeaux M., Urdapilleta I. and Allaert F.-A. (2016), How French subjects describe well-being from food and eating habits? Development, item reduction and scoring definition of the Well-Being related to Food Questionnaire (Well-BFQ©). *Appetite*, 96, 333-346.
- Guillon. F. (2015), Modernité et potentiel du bien-être alimentaire, *Revue des marques*. 91
- Hémar-Nicolas V., Ezan P. et Gollety M. (2014), Eating makes me feel happy ! What does food well-being mean to children?, *3rd Annual Conference for Positive Marketing*, 3-4 avril, New York City, USA.
- Holder, M.D. et Coleman, B. (2010), The contribution of social relationships to children's happiness, *Journal of Happiness Studies*, 10, 329-349.
- Josion-Portail M. (2016), Cette marque se préoccupe-t-elle des générations futures? L'apport du concept de générativité à la compréhension des perceptions des consommateurs, *Actes du 32^{ème} Congrès International de l'AFM- Lyon- 18, 19 et 20 mai*
- Laporte M-V., Michel G., Rieunier S. (2015), Mieux comprendre les comportements alimentaires grâce au concept de perception du risque nutritionnel, *Recherche et Applications en Marketing*, 30, 1, 81-117.
- Lipovetski G. (2015), Du bien-être au mieux-être, *Revue des marques*, 91, 6-10.
- Macht M. (2008), How emotions affect eating : A five-way model. *Appetite*, 50, 1, 1-11.
- Mallet S., Rouen-Mallet C. et Ezan P. (2015), Imiter ou résister? Influence du groupe et du contexte sur la consommation excessive d'alcool chez les jeunes, *14^{èmes} Journées Normandes de Recherches sur la Consommation : Société et Consommation 26-27 Novembre 2015, Angers*.
- Mazé C. et Verlhac J-F. (2013), Stress et stratégies de coping d'étudiants en première année universitaire : rôles distinctifs de facteurs transactionnels et dispositionnels, *Psychologie française*, 58, 89-105.
- Moschis G. P., and Moore R. L. (1979), Decision making among the young: A socialization perspective. *Journal of Consumer Research*, 6(2), 101-112.
- Neveu D., Boiché J., Conejero I., Doron J., Dujols P., Maury M., Ninot G., Picot M-C., Terral C., Trouillet R. et Visier L. (2010), Etude sur le stress des étudiants de troisième année de Licence en médecine, odontologie, psychologie et STAPS - Promotions 2009-2010, *Enquête OVE* http://www.univ-montp3.fr/filemanager/vie_etudiante/OVE/enquete-stress-etudiants-um-2010.pdf
- Niva M. (2007), "All foods affect health": understandings of functional foods and healthy eating among health-oriented Finns, *Appetite*, 48, 3, 384-393
- Obépi (2012), Enquête épidémiologique nationale sur le surpoids et l'obésité

- enquête INSERM/ KANTAR HEALTH / ROCHE
www.rocche.fr/content/dam/corporate/rocche_fr/doc/obepi_2012.pdf
- Paillé P., Mucchielli A. (2013), *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Armand Colin, Paris.
- Paquet R. et Gosselin E. (2006), Quand les attitudes au travail sont tributaires de la progression de carrière: analyse dans le cadre de la modernisation de la gestion des ressources humaines, *Canadian Public Administration*, 49, 2, 125-142.
- Ravoniarison A. (2012), La valeur perçue dans l'alimentation santé: Conceptualisation et mesure dans une perspective expérientielle, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pathéon-Assas.
- Rozin P., Bauer R. and Catanese D. (2003), Food and life, pleasure and worry, among American college students: Gender differences and regional similarities. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 1, 132-141.
- Rozin P. (2005), The Meaning of Food in Our Lives: A Cross-Cultural Perspective on Eating and Well-Being, *J Nutr Educ Behav*. 37, 107-112.
- Sirieux L. (1999), La consommation alimentaire : Problématiques, approches et voies de recherche. *Recherche et Applications en Marketing*, vol.14, n°3. P 1-18.
- Strenna L., Chahraoui K. et Vinay A. (2009), Santé psychique chez les étudiants de première année d'école supérieure de commerce: liens avec le stress de l'orientation professionnelle, l'estime de soi et le coping, *L'orientation scolaire et professionnelle*, 38, 2, 183-204.
- Wennström P. (2005), Consumer Understanding and Marketing Insights, claims regulation or consumer education, *European Enrichment and Health Claims Forum 2005*, HealthFocus Europe
- Werle C., Boesen Mariani S., Gavard-Perret M.-L., Berthaud S. (2012), Détails Prévention de l'obésité auprès des adolescents : l'efficacité de l'argument "risque social " sur les intentions et comportements alimentaires, *Recherche et Applications en Marketing*, 27, 3, 3-29.
- Zanoli R. et Naspetti S. (2006), The positioning of organic products: which way forward?, *Joint Organic Congress*, Odense (Danemark).Zeithaml