



HAL
open science

Dispositifs et dispositions de la consommation. Retour sur une enquête contemporaine articulant méthodes qualitatives et quantitatives

Sophie Dubuisson-Quellier, Séverine Gojard, Marie Plessz

► To cite this version:

Sophie Dubuisson-Quellier, Séverine Gojard, Marie Plessz. Dispositifs et dispositions de la consommation. Retour sur une enquête contemporaine articulant méthodes qualitatives et quantitatives. *Les Études sociales*, 2019, 2019/1 (169), pp.133-152. 10.3917/etsoc.169.0133 . hal-02306152

HAL Id: hal-02306152

<https://hal.science/hal-02306152>

Submitted on 25 May 2020

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

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

Proposition d'article pour le Numéros d'Etudes Sociales sur « Enquêtes sur l'argent et la consommation »

Sophie Dubuisson-Quellier, Séverine Gojard, Marie Plessz

Under review, please do not disseminate

Revised version for *Etudes sociales*. July 2018.

Résumé :

Cet article propose de faire retour sur une enquête autour des changements de pratiques alimentaires des ménages conduite par les auteurs. Cette enquête possède une double originalité. La première d'entre elles, réside dans la volonté de croiser deux programmes théoriques majeurs, souvent présentés comme inconciliables. Il s'agit d'une part du programme bourdieusien, associant les pratiques de consommation aux dispositions sociales des individus, acquises par l'expérience tout au long de la trajectoire sociale, et d'autre part du programme de sociologie économique inspiré de la sociologie des sciences développé par Michel Callon et Franck Cochoy qui lie les pratiques de consommation aux effets des dispositifs techniques et marchands sur les décisions des consommateurs. Nous avons voulu comprendre les changements des pratiques de consommation alimentaire à la fois à la lumière des trajectoires des individus et de leurs rencontres récurrentes avec des dispositifs marchands ou publics conçus pour les réorienter. Pour articuler ces deux programmes, nous avons alors conçu un dispositif méthodologique spécifique, et c'est la seconde originalité de notre démarche, afin de faire dialoguer des données quantitatives et qualitatives, en éclairant l'une par l'autre de manière récurrente. C'est de cette façon que nous avons pu saisir à la fois le rôle des dispositifs de la prescription, qu'ils soient marchands et publics, et les effets de trajectoires sociales (appartenance sociale, position dans le cycle de vie) dans la fabrication des pratiques alimentaires autant que dans leurs évolutions. Il en résulte que si ces prescriptions ont des effets sur les changements de la pratique alimentaire, ceux-ci sont très largement conditionnés par les dispositions des individus à s'en saisir.

Abstract :

This paper proposes to review a survey on changes in household food practices conducted by the authors. This survey has a double originality. The first of these is the desire to cross two major theoretical frameworks, often presented as irreconcilable. These are on the one hand the Bourdieu programme, linking consumption practices to the social dispositions of individuals, acquired through experience throughout the social trajectory, and on the other hand the French economic sociology programme inspired by the sociology of science developed by Michel Callon and Franck Cochoy which links consumption practices to the effect of technical and market mechanisms on consumer decisions. We were aiming at understanding the changes in food consumption practices both in the light of individuals' trajectories and of their recurrent encounters with market or public devices designed to orient them. To articulate these two frameworks, we then designed a specific methodological approach, and this is the second originality of our work, in order to make dialogue quantitative and qualitative data, by illuminating one by the other in a recurrent way. It is in this way that we were able to grasp both the role of prescription devices and the effects of social trajectories (social belonging, position in the life cycle) in explaining food practices and their evolution. As a result, while

Comment citer ce document : 1

these devices have an effect on changes in food practice, they are very largely conditioned by the dispositions of individuals to take them up.

Coordonnées des auteurs

Sophie Dubuisson-Quellier, Centre de sociologie des organisations (Sciences Po/CNRS), 27 rue Saint-Guillaume 75337 Paris cedex 07 France, sophie.dubuissonquellier@sciencespo.fr

Séverine Gojard, Centre Maurice Halbwachs (EHESS, ENS, CNRS, PSL Research University, INRA), severine.gojard@inra.fr

Marie Plessz, Centre Maurice Halbwachs (EHESS, ENS, CNRS, PSL Research University, INRA), marie.plessz@inra.fr

UNDER REVIEW

Dispositifs et dispositions de la consommation : retour sur une enquête

Sophie Dubuisson-Quellier, Séverine Gojard, Marie Plessz

Introduction

Pourquoi les individus adoptent-ils telles ou telles pratiques alimentaires, et comment celles-ci se modifient-elles dans le temps ?

Pour répondre à cette question, nous avons mis en œuvre un dispositif méthodologique original¹ qui nous a permis de souligner le rôle important joué, dans l'adoption de nouvelles pratiques alimentaires, par les moments de bifurcation dans les trajectoires biographiques des individus, comme par exemple la mise en couple, l'arrivée du premier enfant, le passage à la retraite, un déménagement ou un changement d'emploi. Ces résultats ont été publiés par ailleurs². Dans la présente contribution, nous voudrions revenir sur cette enquête, pour souligner l'originalité et l'intérêt d'un dispositif qui d'une part se situe à la croisée de deux inspirations théoriques souvent considérées comme incompatibles et d'autre part organise un dialogue spécifique entre méthodes qualitatives et méthodes quantitatives plutôt qu'un usage séquentiel de ces techniques.

Sur le plan théorique, il nous paraissait important pour répondre à la question du changement des pratiques alimentaires de tenir compte à la fois de l'existence des dispositions des individus qui orientent leurs décisions de consommation en fonction d'apprentissages passés et celle des dispositifs marchands, techniques ou publics qui équipent ces décisions sur la base de prescriptions. C'est bien à l'articulation de la trajectoire sociale des individus et de la rencontre avec des recommandations marchandes ou publiques que se construit et évolue la pratique alimentaire. Cependant, une telle optique n'avait rien d'évident puisqu'elle supposait de réconcilier le programme bourdieusien et celui de la sociologie économique inspiré de la sociologie des sciences, dans la lignée de travaux de Michel Callon ou de Franck Cochoy. Souvent présentés comme inconciliables, les deux programmes ont pourtant en commun de vouloir dépasser l'opposition entre individuel et collectif d'une part, celle entre macro et micro d'autre part. En outre, pas plus que le premier n'accepte le principe d'un déterminisme des structures sociales, le second ne revendique de déterminisme technique : trajectoires sociales pour l'un et agence de l'acteur pour l'autre témoignent des capacités en action des individus à développer des pratiques qui leurs sont singulières. Il était donc particulièrement tentant d'articuler ces deux programmes.

Il nous a semblé possible de le faire, à travers un dispositif méthodologique particulier, constituant ici la seconde originalité de notre démarche. Afin de saisir les effets des dispositions sociales et celles des dispositifs marchands et publics sur la pratique alimentaire, nous avons voulu construire un dispositif méthodologique original qui emprunterait à ces deux courants. À cet effet, nous avons articulé une enquête qualitative par entretiens avec l'analyse statistique de données issues d'un panel de consommateurs et cherché dans les deux matériaux les traces des dispositifs et des dispositions. S'il n'est bien évidemment pas inédit de mettre en œuvre une

¹ Ce travail s'est effectué dans le cadre d'un projet ANR coordonné par Sophie Dubuisson-Quellier entre 2008 et 2012 (Gouverner les conduites de consommation ; ANR-08-GOUV-013-01). Il a également associé Sandrine Barrey.

² Sandrine Barrey, Sophie Dubuisson-Quellier, Séverine Gojard, et Marie Plessz, « Les effets du gouvernement sur les conduites. Le rôle des bifurcations des trajectoires de vie dans les changements de conduites de consommation », *Gouverner les conduites*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 2016, p. 399-448.

enquête qui combine données qualitatives et quantitatives, notre approche avait de spécifique la volonté de ne pas isoler, en deux séquences séparées, les deux démarches, pour chercher au contraire à favoriser l'interprétation des résultats de l'une à la lumière des données de l'autre, en organisant ainsi une sorte de dialogue récurrent entre ces formes d'enquête différentes sur la consommation.

Cette démarche méthodologique expérimentale s'est avérée fructueuse, pour rendre compte de ce que les pratiques de consommation devaient à la fois aux origines et trajectoires sociales des enquêtés mais aussi aux prescriptions issues des dispositifs marchands et publics encadrant la consommation. Elle permet notamment de mieux comprendre comment les individus font évoluer leurs pratiques alimentaires. L'enquête a ainsi mis en évidence l'importance des tournants biographiques pour l'analyse de ces variations des pratiques de consommation, en démontrant que ces tournants sont des moments où les individus peuvent devenir plus sensibles à certains dispositifs (marchands et publics) prescriptifs. Cependant, les individus ne sont pas tous également sensibles, ni aux mêmes dispositifs, ni même en intensité à ces dispositifs. Cela dépend en effet de leurs dispositions sociales, qui varient en fonction de leur origine, de leur trajectoire et de leur position dans le cycle de vie. Nos travaux ont permis de montrer cette dimension biographique et processuelle de l'articulation des dispositifs et dispositions dans les pratiques de consommation.

Cet article propose de montrer qu'un tel résultat a pu être obtenu par une forme d'articulation originale entre une démarche quantitative et une démarche qualitative, qui a fait dialoguer de manière récurrente les matériaux et leurs traitements. Dans une première partie, nous présentons les cadrages théoriques et méthodologiques de l'enquête. Puis nous explicitons successivement, dans les deuxième et troisième parties, les matériaux et traitements des démarches qualitative et quantitative. Enfin, nous montrons comment nous avons pu éclairer successivement et symétriquement l'un des matériaux par l'autre et proposons une discussion des enjeux de ce dialogue entre les méthodes pour comprendre les pratiques de consommation et leurs changements.

Une enquête originale pour comprendre les pratiques alimentaires et leurs conditions de variation

Cette enquête s'inscrivait dans un projet de recherche plus large, pourtant sur « le gouvernement des conduites de consommation »³, visant à saisir les formes et les effets d'une intervention publique sur les consommateurs, à partir des cas des politiques de lutte contre l'obésité et de lutte contre le changement climatique. Une hypothèse du projet était qu'il n'est pas possible d'isoler ces dispositifs publics des dispositifs marchands visant à cadrer la consommation. Un volet plus exploratoire, correspondant à l'enquête dont nous parlons ici, cherchait à saisir des traces de ce gouvernement des conduites sur les consommations alimentaires. Nous revenons sur les inspirations théoriques ainsi que sur les méthodologies mobilisées.

Cadre théorique de l'enquête

Parce que nous voulions pouvoir rendre compte, dans l'analyse des pratiques de consommation, à la fois de ce qui tenait aux trajectoires et propriétés sociales des acteurs et aux rôles des dispositifs visant à orienter la consommation, nous avons puisé aux deux programmes théoriques portant ces deux perspectives. Nous avons alors pu ouvrir un dialogue avec le courant de la théorie des pratiques, dominant actuellement la littérature européenne dans le domaine de la consommation.

³ Sophie Dubuisson-Quellier, *Gouverner les conduites*, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 2016.

La première perspective est celle d'une sociologie de la consommation d'inspiration bourdieusienne⁴. Dans la lignée des travaux de Veblen⁵ et Halbwachs⁶, la consommation, notamment alimentaire, s'analyse en lien étroit avec la position dans la structure sociale. Les propriétés sociales des consommateurs, liées à leurs origines et à leurs trajectoires, ont une influence sur les goûts, qui eux-mêmes orientent la consommation. Les produits consommés, voire la manière de les consommer, sont des éléments de statut social : ils cristallisent les positions relatives des consommateurs dans l'espace social. Certains produits ont ainsi un caractère distinctif : ils sont plus souvent consommés par les catégories sociales les plus élevées et en retour leur consommation signale l'appartenance à ces catégories. Cette approche a construit un programme robuste en sociologie de la consommation qui rend compte de la manière dont les dispositions et les goûts des individus sont façonnés par des appartenances et des trajectoires sociales.

Il paraît donc important de tenir compte de la manière dont les individus sont soumis à différentes prescriptions autour de l'alimentation, celles qui viennent de l'offre commerciale mais aussi celles qui viennent des pouvoirs publics. Pour cela nous avons mobilisé une seconde perspective, celle de la sociologie économique française inspirée par les travaux de sociologie des sciences. Cette approche saisit la relation marchande à travers l'ensemble des dispositifs, tels que les publicités, les emballages, les étiquettes, les marques⁷ qui singularisent les produits⁸ et équipent les décisions des consommateurs. Issus d'un travail des acteurs du marché⁹, ces différents dispositifs marchands visent à orienter les pratiques d'achat tout en incorporant des représentations de la consommation et des consommateurs. On peut également prendre en compte dans ce travail prescriptif sur la consommation, le rôle des dispositifs publics qui ciblent directement les consommateurs, comme les campagnes, les labels¹⁰ ou encore les taxes.

Croiser les deux perspectives offrait à nos yeux deux avantages majeurs, d'une part comprendre le rôle des dispositifs marchands et publics dans la construction des dispositions et d'autre part, tenir compte du rôle des dispositions sociales dans la réception et l'usage des dispositifs marchands et publics.

Cadre méthodologique

Ce cadre théorique a conduit à développer un dispositif d'enquête, ambitieux, qui mêle méthodes qualitatives et quantitatives. Ce dispositif, reposant sur une équipe aux compétences théoriques et empiriques complémentaires, a engagé une intense collaboration de la conception de l'enquête à l'analyse des résultats et à l'écriture.

⁴ Pierre Bourdieu, *La distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

⁵ Thorstein Veblen, *Théorie de la classe de loisir*, Paris, Gallimard, 1970.

⁶ Maurice Halbwachs, *La classe ouvrière et les niveaux de vie. Recherches sur la hiérarchie des besoins dans les sociétés industrielles contemporaines*, Paris, Alcan, 1913.

⁷ Sophie Dubuisson-Quellier, « Le prestataire, le client et le consommateur », *Revue française de sociologie*, 1999, vol. 40, n° 4, p. 671-688 ; Franck Cochoy, *Une sociologie du packaging, ou, L'âne de Buridan face au marché*, Paris, Presses universitaires de France, 2002 ; Fabian Muniesa, Yuval Millo, et Michel Callon, « An introduction to market devices », in Michel Callon, Yuval Millo et Fabian Muniesa (dir.), *Market Devices*, Blackwell, 2007, p. 1-12.

⁸ Lucien Karpik, *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007.

⁹ Sandrine Barrey, Franck Cochoy, et Sophie Dubuisson-Quellier, « Designer, packager et merchandiser : trois professionnels pour une même scène marchande », *Sociologie du Travail*, 2000, vol. 42, n° 3, p. 457-482.

¹⁰ Henri Bergeron, Patrick Castel, et Sophie Dubuisson-Quellier, « Gouverner par les labels », *Gouvernement et action publique*, 2014, vol. n° 3, p. 7-31.

Le volet qualitatif avait pour objectif d'examiner finement les processus par lesquels les individus modifient leurs pratiques alimentaires en lien avec des objectifs environnementaux ou de santé, par exemple en consommant des produits bio, porteurs d'allégations nutritionnelles, en s'approvisionnant auprès de producteurs locaux, en mangeant plus de légumes ou moins de produits transformés.

Le volet quantitatif utilise les données d'un panel de consommateurs privé, Kantar Worldpanel. Des données d'achats très précises permettent de décrire aussi bien les propriétés sociales des ménages que les caractéristiques marchandes des biens achetés. Avec 7000 ménages enquêtés, on peut analyser des achats très spécifiques (comme les salades en sachets) y compris sur des sous-populations (les ménages avec enfants).

L'enquête qualitative

Dans ce volet qualitatif, une attention était portée aux dispositifs matériels (listes, équipement électroménager, véhicule), marchands (marques, emballages, publicités) ou publics (labels, campagnes, messages publics). L'objectif était d'inscrire les activités liées à l'alimentation dans leur cadre quotidien, et de poser des questions sur les manières de faire, pour mettre à distance l'impression de familiarité et d'évidence liée à toute enquête sur des pratiques quotidiennes. Pour rendre compte de ces changements de pratique, il s'agissait de mettre en évidence le rôle que pouvaient jouer les prescriptions publiques, marchandes ou celles des professionnels de santé, mais aussi le rôle des dispositions sociales des enquêtées, saisies à travers leur niveau d'études, la profession de leurs parents et leur trajectoire sociale. Sur le plan méthodologique, la démarche diffère de celle mise en œuvre dans les monographies de Le Play¹¹, qui s'appuyait sur des indicateurs objectifs, comme les prix ou les volumes achetés. Nous avons privilégié, dans ce volet qualitatif, une approche par itinéraires permettant de restituer l'enchaînement des pratiques d'achat (où l'on achète et sur quels critères ?), de cuisine (que mange-t-on et sur la base de quelles opérations ?) et commensales (avec qui mange-t-on et où ?) qui ont pu varier à certains moments de la vie de nos enquêtés. Pour amener les enquêtés à décrire leurs pratiques et d'éventuels changements nous avons eu recours à l'entretien biographique, insistant sur les continuités et les ruptures tout en constituant un outil pour saisir des dispositions acquises au cours de l'enfance, de la jeunesse et de la vie adulte.

Nous avons enquêté auprès de 34 ménages, en conduisant des entretiens le plus souvent à domicile, complétés, pour ceux qui en étaient d'accord, par un suivi de courses et la tenue d'un carnet d'approvisionnement. L'enquête a été réalisée par des étudiants de Licence 3 et de Master 1 de l'Université de Toulouse, formés et encadrés par Sandrine Barrey en collaboration avec Sophie Dubuisson-Quellier et Séverine Gojard.

La démarche

Le protocole d'enquête était organisé autour d'un entretien approfondi sur les pratiques alimentaires. Afin de sortir de discours convenus sur l'alimentation variée et équilibrée, les enquêtés étaient invités à préciser les contextes particuliers lors desquels ils avaient développé telles ou telles habitudes, les éléments qui les avaient amenés à introduire des changements, le regard qu'ils portaient sur les pratiques de leurs parents et la façon dont cela avait pu influencer les leurs. Si les entretiens n'ont pas été conduits en suivant une chronologie depuis l'enfance jusqu'à aujourd'hui, pour éviter une reconstruction trop rationalisante de l'évolution des pratiques, ils permettaient d'utiliser les allers retours entre avant et maintenant pour saisir les appuis de l'expérience et les éléments du changement, les reconfigurations profondes (rares mais pas inexistantes dans le matériau) et les glissements progressifs. Puis l'enquête par

¹¹ Frédéric Le Play, *Les ouvriers européens: étude sur les travaux, la vie domestique*, Tours, A. Mame et fils, 1877.

entretien avait, lorsque les enquêtés donnaient leur accord, deux prolongements : un suivi des courses avec l'enquêteur et la tenue d'un carnet de repas par l'enquêtés. Le premier permettait, en suivant l'enquêté dans ses achats alimentaires ordinaires (par exemple les courses de la semaine au supermarché) et en le faisant verbaliser ses actes plutôt que justifier ses choix, de restituer les dispositifs mobilisés dans le choix (dispositifs marchands, prescriptions familiales, messages publics) (Dubuisson-Quellier, 2003). Le second consistait pour les enquêtés à tenir pendant une semaine un carnet dans lequel ils notaient les menus de leurs repas. Ce carnet servait de support pour un second entretien, afin d'objectiver les pratiques alimentaires, d'inviter les enquêtés à rendre compte de leur pratique et d'y débusquer les traces des instruments de l'action publique et des dispositifs marchands. Il s'agit par conséquent d'un dispositif d'enquête lourd pour les enquêtés, qui suppose une forte collaboration de leur part, qui présente le risque de creuser l'écart entre les individus aux dispositions fortement réflexives et ceux qui en ont moins. En contrepartie, le protocole fournit une vision relativement panoptique et diachronique sur l'alimentation.

Par conséquent, le recrutement a constitué un enjeu stratégique de la démarche d'enquête. Confrontés à des problèmes de forte homologie sociale dans leur recrutement, les étudiants ont eu l'idée de « s'échanger » leurs recrues. Lorsqu'ils parvenaient à recruter un enquêté, souvent dans leur propre réseau, ils le confiaient à un autre étudiant pour la conduite de l'entretien. Cette tactique s'est aussi avérée très fructueuse pour limiter les réserves qui se produisent lorsque c'est un proche qui mène l'enquête et que l'on ne souhaite pas tout lui dire sur ses pratiques alimentaires, tout autant que les implicites et sous-entendus qui peuvent régir les discours entre proches.

Le traitement de l'enquête qualitative : bifurcations et nouvelles ressources

Le protocole d'enquête s'est révélé fructueux pour restituer les contextes dans lesquels les enquêtés étaient amenés à modifier leurs pratiques alimentaires. Comme nous nous y attendions, il a permis de montrer le rôle des ressources économiques et matérielles : le fait d'avoir un appartement, une voiture, des équipements ménagers, l'accès à des magasins spécialisés ou à des grandes surfaces. Il fait alors surgir certaines périodes comme particulièrement centrales pour produire ces bifurcations, comme le fait de quitter le domicile des parents, de se mettre en couple, de démarrer des études supérieures. Mais de façon plus inattendue, les entretiens ont aussi montré l'importance des réseaux de sociabilité, comme le montre l'extrait suivant :

« En fait en arrivant à Toulouse c'est clair que je me suis familiarisée – enfin malgré moi hein – à ce que j'appelle les idées de gauche – enfin c'est un peu fourre-tout ce terme-là d'idées de gauche mais – j'ai commencé à rencontrer à la fac, des gens qui ont vachement influé sur mes idées politiques d'une part, mais aussi finalement sur la découverte d'un tas d'alternatives, de réseaux, de trucs qui se passaient, de sensibilisation à des idées. Le premier truc c'était les OGM. Et de fil en aiguille ça a ouvert sur toute une réflexion, hyper concrète et hyper engagée, sur la bouffe. » (Virginie, 26 ans, étudiante en doctorat, vit en couple, en appartement urbain).

Virginie identifie l'événement biographique majeur à ses yeux (le déménagement à Toulouse, qui marque son entrée dans la vie étudiante), mais aussi les éléments qui rendent cet événement important pour ses pratiques alimentaires, à savoir le cadre de « la fac » et les acteurs avec lesquels elle entre en contact. Virginie nous indique aussi que c'est en rencontrant de nouvelles personnes, qu'elle va être confrontée à de nouvelles idées et qu'elle adopte de nouvelles pratiques. Mais ses nouveaux amis, camarades de fac, ne lui apportent pas seulement des idées, ils suggèrent des façons de faire, des modes d'approvisionnement, des critères de décision qui sont autant de nouvelles ressources et de dispositifs sur lesquels Virginie va s'appuyer pour s'alimenter différemment.

Malgré tout, ce n'est pas parce que Virginie entre en contact avec ces prescriptions spécifiques, autour d'une alimentation qui valorise un rapport positif à l'environnement et à la

santé, qu'elle les adopte, c'est aussi parce qu'elle développe dans le même temps des dispositions à les adopter, qui se construisent dans cette socialisation étudiante valorisant un rapport très intellectuel à l'alimentation. Nous avons, inversement, parmi nos enquêtés, des acteurs qui signalent de manière très claire le fait qu'ils ont été confrontés à des prescriptions, dont ils identifient parfaitement les objectifs normatifs, sans pour autant avoir développé les dispositions nécessaires à leur adoption. C'est ce que suggère le cas de Muriel, âgée de 39 ans et agent de voyage, qui élève ses deux filles en garde alternée.

« Moi j'aime pas cuisiner ! ... Mes enfants ont été élevées aux petits pots. ... Les rares fois où j'ai voulu préparer pour la grande, elle ne mangeait pas, ça m'énervait ça m'a perturbée. » (Muriel, 39 ans, agent de voyage, divorcée, deux enfants, maison milieu rural)

Ainsi dans le matériau qualitatif les modifications des pratiques alimentaires peuvent être rattachées à des moments singuliers qui recomposent le réseau social et les ressources auxquels les enquêtés ont accès. Cependant cela ne débouche sur des modifications de pratiques qu'en fonction des dispositions des acteurs.

L'analyse quantitative

L'analyse quantitative¹², menée par Séverine Gojard et Marie Plessz, a reposé sur l'analyse secondaire de données existantes sur la consommation alimentaire. Le choix de la source statistique fut une étape cruciale dans la mise au point de la méthode car elle conditionne largement les résultats possibles. Nous reviendrons ensuite sur la façon dont une perspective biographique peut donner sens à des analyses statistiques transversales, c'est-à-dire qui constituent une photographie, à un moment donné, des pratiques des ménages

Le choix de l'enquête quantitative

Choisir une enquête quantitative pour l'analyse statistique est un moment aussi décisif pour la recherche sociologique que choisir son terrain pour un ethnographe. Selon l'enquête choisie les aspects du phénomène étudié qui sont documentés, les hypothèses qu'il sera possible de tester et les postulats qu'il sera nécessaire de formuler différeront. C'est particulièrement flagrant quand on étudie la consommation alimentaire. Un bref panorama des enquêtes existantes permet de contextualiser le choix que nous avons fait d'utiliser un panel de consommateurs produit par un opérateur privé pour répondre à notre question de recherche.

Diverses enquêtes réalisées en France s'offraient à nous. Nous en esquissons une typologie dans le tableau 1. La consommation alimentaire peut s'étudier à deux moments : au moment où des produits sont achetés (achat) ou au moment où des aliments sont mangés (prise alimentaire). Ce choix a des conséquences directes sur le contenu de l'enquête. Le premier type d'enquêtes a pour individu statistique des ménages, enregistre des produits alimentaires, et recueille des dépenses en euros (parfois des quantités). Le second porte sur des individus (des personnes), enregistre des quantités d'aliments ou des plats avec une précision qui va de la fréquence de consommation au gramme.

Dans le premier cas on ne peut pas attribuer les consommations à un membre spécifique du ménage, mais on peut, dans le cas des panels de consommateurs, trouver des informations sur les dispositifs marchands dont les produits sont porteurs. Dans le second cas, si l'on peut explorer les dispositions de chaque individu enquêté (dans la mesure où elles ont été

¹² On notera que nous parlons ici d'enquête qualitative et d'analyse quantitative. Il est important en effet de tenir compte du fait que, dans le cas de la démarche qualitative nous recueillons des données d'enquête de première main dont nous assurons aussi le traitement, dans la démarche quantitative, nous nous procurons des données d'enquêtes recueillies par d'autres, donc de seconde main, pour en assurer le traitement. Il ne s'agit pas ici d'insister sur une quelconque hiérarchie épistémologique entre les deux démarches, mais plutôt de bien spécifier l'origine et la nature des données qui contribuent à informer sur la consommation.

recueillies), on manque d'informations sur les dispositifs marchands qui entourent les produits. On a donc écarté d'entrée ces enquêtes qui portent sur les aliments (voire sur les nutriments) plutôt que sur les produits commercialisés.

Tableau 1 : trois grands types d'enquête sur la consommation alimentaire

Type d'enquête	Nutritionnelle	Budget	Panel de consommateur
Exemple	INCA, Baromètre santé nutrition	Budget de famille Insee	Kantar worldpanel
Institution porteuse	Santé publique (ANSES, INPES...)	Statistique publique (Insee)	Entreprise privée
Enjeu	Santé des populations, respect des recommandations	Dépenses des ménages, comptabilité nationale	Habitudes de consommation, profils de consommateurs, parts de marché
Individu statistique	Individus	Ménages	Ménages
Échantillonnage	Aléatoire : tirage au sort par Insee (INCA3) ou sur listes téléphoniques (Baromètre).	Aléatoire : tirage au sort par Insee	Ad hoc. Plusieurs techniques. Récompenses fidélité.
Taille échantillon	Quelques milliers	Quelques milliers	Variable de 2 500 à >10 000
Moment du recueil	Prise alimentaire (manger)	Achat	Achat
Consommation sous forme de...	Aliment/plat	Produit alimentaire	Produit alimentaire
Modalité typique de recueil	Rappel des prises alimentaires sur 24 heures.	Carnet d'achat papier-crayon	Scan des codes-barres des produits. Si pas code-barres, carnet de codes-barres supplémentaires.
Nomenclatures	Nomenclature d'aliments. Listes de recettes. Photos de tailles de portions. Tables de conversion aliment-nutriments (ex table CIQUAL)	Nomenclature européenne de dépenses de consommation (COICOP)	Pas de nomenclature. Caractéristiques différentes selon le produit et plus détaillées pour les marques ayant de grosses parts de marché
Mesure et unité	Quantités en grammes, à convertir en calories	Dépenses en euros	Valeur unitaire en euros et quantité dans l'unité du produit (variable : litre, gramme, nombre)
Durée du recueil	1 ou plusieurs fois 24h	1 semaine (2 en 2006)	Continu sur l'année, un ménage reste plusieurs années
Dispositions	Sociodémo, respect des recommandations nutritionnelles	Sociodémo détaillé, structure du ménage, revenu	Sociodémo, habitudes de consommation
Dispositifs marchands	Peu : allégé, marque parfois	Aucun	Beaucoup : promotions, marque, conditionnement, labels

La principale enquête de la statistique publique sur la consommation des ménages, est l'enquête Budget des familles (BDF) (dernière collecte en date 2011, la précédente datant de 2006). La technique d'échantillonnage est celle qui fait référence en France (tirage aléatoire réalisé par l'Insee à partir du recensement de la population) ; le recueil au niveau des achats et des produits semble prometteur pour notre sujet. Mais l'enquête a deux limites. La première est la courte période de recueil, une semaine en 2011 (deux semaines en 2006). Cela génère des

« faux zéro » sur les achats peu fréquents, par exemple le riz¹³). En général on n'achète pas du riz toutes les semaines même si on en mange souvent, car on peut le stocker. BDF ne capte cet achat que s'il a lieu pendant la semaine d'enquête. Plus on utilise la nomenclature à un niveau détaillé, plus ce problème s'aggrave, or les dispositifs marchands visent souvent précisément à différencier des produits au sein d'une même catégorie, obligeant à travailler au niveau détaillé. La seconde limite est que BDF a une nomenclature relativement stable au cours du temps. Cette stabilité est essentielle pour faire des comparaisons dans le temps et entre pays, ce qui est important pour la statistique publique. La conséquence est que les dispositifs marchands qui changent très vite, comme les promotions, les labels, etc., sont complètement absents de cette nomenclature, pour permettre une stabilité du recueil. L'enquête BDF ne nous paraissait donc pas la meilleure source pour notre projet de recherche.

La dernière alternative (celle que nous avons retenue) consiste en des données qui sont produites par le secteur privé, et dans une large mesure, pour le secteur privé. Alors que les données de l'Insee, issues de la statistique publique, sont d'accès gratuit, les données produites par des instituts privés sont payantes. En l'occurrence, nous avons utilisé ce qui s'appelait à l'époque le Worldpanel de Kantar (l'année 2007 était la plus récente disponible à l'époque où nous avons commencé le travail). Le recueil se fait en continu. Les ménages recrutés dans le panel sont munis d'une scannette, comme celle des supermarchés, et scannent tous les codes barre de tous leurs achats. Il n'y a donc pas de faux zéro sur le riz, ni même sur des produits très spécifiques et très rares. Alors que les enquêtes nutritionnelles et celles de l'Insee ont une nomenclature emboîtée, avec des groupes, des sous-groupes et des produits, Kantar collecte un certain nombre de caractéristiques qui varient selon le produit et dont le niveau de détail peut varier selon la marque. Par exemple, pour les petits pots pour bébé on aura : le nom du produit (par exemple « Soupe douceur de légumes »), le conditionnement (brique, sachet, surgelé...) la quantité et son unité (portions, g ou ml), la « recette » (ingrédient, parfum ou autre comme « carottes » ou « légumes d'hiver »), la marque, les éventuels labels (bio, Label rouge etc.), promotions ou offres par lots. Les caractéristiques varient d'un produit à l'autre – par exemple les légumes secs n'ont pas de recette mais peuvent avoir un label (origine protégée, bio ou autre).

Cette source présente l'avantage de nous donner accès aux dispositifs marchands. Certaines années, les ménages répondent en outre à une série de questions d'opinion, qui peuvent permettre d'en connaître plus sur les préférences des ménages – une partie de leurs dispositions¹⁴. Deux limites doivent toutefois être signalées. Tout d'abord, l'échantillonnage peut être qualifié d'opportuniste, et ne repose pas sur une logique d'échantillonnage aléatoire. Les enquêtés sont des personnes que Kantar invite, des membres d'autres panels auxquels l'entreprise propose de participer aussi à celui-ci, des personnes qui se sont portées volontaires après avoir vu une annonce ou des personnes qu'un enquêté connaît et a « parrainées ». La seconde limite est que le niveau de détail disponible varie selon les produits, les marques et les lieux d'achat. En particulier sur tous les produits qui n'ont pas de code barre – typiquement les produits frais, les fruits et légumes – on a beaucoup moins de détails. Pour ces produits il y a aussi un plus grand risque de sous-déclaration car il est plus fastidieux de les enregistrer (il faut retrouver le code-barres correspondant dans un cahier fourni par Kantar et entrer manuellement le prix et la quantité). Ce sont aussi des produits moins équipés de dispositifs marchands.

Le traitement du matériau quantitatif : dispositifs, dispositions, et perspective biographique

¹³ Louis Chauvel, « Du pain et des vacances : la consommation des catégories socioprofessionnelles s'homogénéise-t-elle (encore) ? », *Revue française de sociologie*, 1999, vol. 40, n° 1, p. 79-96.

¹⁴ Le financement ANR nous avait permis de financer l'accès à ces données supplémentaires. Le panel était déjà disponible dans notre laboratoire parce qu'utilisé par d'autres chercheurs.

Inspiré par les résultats de la démarche qualitative, le principe qui a guidé l'analyse quantitative a été la recherche d'associations entre des caractéristiques des ménages indicatrices de dispositions sociales et l'achat de produits porteurs de dispositifs marchands : les ménages qui achètent bio ont-ils un diplôme plus élevé ? Les acheteurs de compotes conditionnées en gourdes ont-ils d'autres propriétés en commun que le fait d'avoir des enfants d'âge scolaire ? Le lait bio ou conventionnel, de marque nationale ou de distributeur, renvoie-t-il à des dispositions sociales différentes ?

Nous avons procédé à la fois par régressions multivariées et par analyse factorielle et classification. Nous avons exploré divers dispositifs marchands, certains transversaux à une grande variété de produits (le label bio), d'autres spécifiques ou ciblés sur un groupe de produits (les compotes en gourdes, les salades en sachet).

Le rapport aux dispositifs marchands tel qu'il ressort des produits achetés apparaît associé, par ordre d'importance, au sexe de la « personne responsable des achats »¹⁵, à la structure du ménage (nombre d'adultes et d'enfants) et à l'âge de la personne responsable des achats. La position sociale (diplôme, revenu, groupe socioprofessionnel) joue mais en second rang après ces variables.

Tableau 2. Odds-ratios d'avoir acheté au moins un produit issu de l'agriculture biologique ou un laitage allégation santé au cours des 12 derniers mois dans Kantar 2007.

	Agriculture biologique	Laitage allégation santé
Femme seule	1	1
Homme seul	0,51***	0,38***
Couple	1,10	1,19
couple + enfants	1,15	1,45***
Revenu: 15% supérieurs	1,00	1,00
Revenu: 30% moyen +	0,77**	1,02
Revenu:40% moyen --	0,58***	0,93
Revenu: 15% inférieurs	0,50***	0,80
Zone rurale	1,00	1,00
Ville <20 000 h.	1,23**	1,06
Ville 20 000-200 000 h.	1,23**	1,13
Ville>200 000 h.	1,42***	1,22*
Paris banlieue	1,50***	1,37**
Diplôme < Bac	1,00	1,00
Bac	1,23**	0,88
Bac +2	1,29**	0,84
>Bac +2	1,69***	0,79*
20-29 ans	1,00	1,00
30-39 ans	1,46***	1,25
40-49 ans	1,77***	1,37*
50-59 ans	1,98***	1,35*
60-69 ans	2,24***	1,19
>69 ans	1,98***	0,62**

¹⁵ Il y a très peu d'hommes responsables des achats dans Kantar, ils ont des caractéristiques particulières (célibataires trentenaires, veufs) mais ils se distinguent très nettement des femmes qui auraient les mêmes caractéristiques par ailleurs, par leur désintérêt assez généralisé pour les labels et autres signes de qualité portés par les produits (allégation santé par exemple).

Constante	1,10	3,22***
N	6946	6946

* p<0,05, ** p<0,01, *** p<0,001

Note : tableau présenté sur un poster au congrès du *Food study group* de la *British Sociological association*, Londres, juillet 2010.

Lecture : le rapport de chances (avoir acheté au moins un produit bio/ne pas avoir acheté) pour un ménage composé d'un homme seul est la moitié de celui pour un ménage composé d'une femme seule. Autrement dit, les hommes seuls ont deux fois moins de chances d'acheter un produit bio que les femmes seules, les autres variables étant tenues constantes.

Sexe, âge et structure du ménage évoquent immédiatement le « cycle de vie » ou les phases de la vie, dans leur version « genrée », attentive aux différences entre les phases de la vie des hommes et des femmes¹⁶. Il faut toutefois se garder de conclusions hâtives sur des données transversales (en coupe, à une seule date). On ne compare pas les phases de la vie d'un même ménage, mais des ménages différents, appartenant à des générations de naissances différentes, confrontés au marché alimentaire actuel. On ne peut donc pas conclure que « la consommation change au fil de la vie » sur la base de ces seuls résultats car des effets de générations sont possibles et ces données ne permettent pas d'en tester l'existence. On dispose toutefois d'indices concordants, et l'enquête qualitative permet de corroborer ces informations.

Articuler des matériaux qualitatifs rétrospectifs et des analyses quantitatives statiques

L'un des enjeux de l'enquête empirique était de faire dialoguer les résultats issus des deux méthodes, qualitative et quantitative. Bien souvent, l'une prend le pas sur l'autre. Par exemple l'enquête quantitative généralise les résultats qualitatifs, ou l'enquête qualitative illustre et approfondit un résultat quantitatif. Ici l'objectif était plutôt de comprendre notre matériau qualitatif à la lumière des résultats quantitatifs, et réciproquement, ce qui supposait des collaborations et des allers-retours importants au sein de l'équipe et au cours du travail analytique.

La nécessaire division du travail – et son organisation

L'articulation des approches quantitative et qualitative se heurte à la spécialisation des compétences qui existe au sein de tout projet de recherche. Notre équipe réunissait des chercheuses plutôt spécialisées dans les techniques qualitatives, d'autres dans les méthodes quantitatives, et un important travail de confrontation des approches et des résultats préliminaires a été nécessaire pour construire une démarche unifiée. Ces difficultés, lors de la phase d'analyse, se sont également retrouvées à l'occasion des opérations de restitution, publications écrites ou présentations orales. Il faut articuler le matériau qualitatif, composé d'entretiens, avec la présentation d'ACM ou de résultats de régression. Les techniques d'écriture diffèrent également. Écrire à plusieurs permet d'atteindre une fluidité qui satisfasse les deux publics potentiels, tout en faisant en sorte que le quantitatif soit accessible, que le qualitatif ne paraisse pas anecdotique ni réduit à une vocation illustrative. C'est en construisant ce dialogue entre ces deux types de matériau que nous avons pu produire des résultats nouveaux, autour du rôle des dispositifs marchands et des moments de bifurcation biographiques dans les changements de pratiques (Plessz et al., 2016). Nous l'illustrons dans ce qui suit.

¹⁶ Matilda W. RILEY, *Social Change and the Life Course*, Newbury Park, Sage Publications, 1988, vol.2 ; Sara Arber, « Gender, marital status, and ageing: Linking material, health, and social resources », *Journal of Aging Studies*, 2004, vol. 18, n° 1, p. 91-108.

Pour saisir les dispositifs marchands

Les données quantitatives utilisées permettent de relever la présence de mentions comme produits allégés, produits allégation santé, label bio. Cependant, elles ne donnent pas accès à l'interprétation qu'en font les individus. Les produits peuvent être l'objet d'allégations sans que les acteurs s'en saisissent d'une manière univoque. Par exemple, si certains consommateurs achètent des produits bio dans un souci environnemental, la majorité y voit surtout un intérêt pour sa santé (Lamine, 2003). Faire des allers retours entre les deux matériaux fut alors éclairant. En nous appuyant sur les critiques portées par les mouvements environnementalistes sur certains produits, comme les salades en sachet, nous avons *a priori* considéré cette consommation comme l'indice d'une distance vis-à-vis du souci environnemental. Mais le matériau qualitatif a apporté un autre éclairage. Dans les entretiens effectués auprès de ménages, les salades en sachet apparaissaient comme un produit doublement pratique : parce qu'il fait gagner du temps et parce qu'il permet de répondre à des exigences nutritionnelles puisque c'est un légume. Ce constat a attiré notre attention sur ce produit, dont nous avons approfondi l'analyse dans les données quantitatives. Ici, les données qualitatives ont été un guide pour l'analyse statistique. Le produit s'est même révélé être un très bon indicateur de l'attention du ménage aux questions nutritionnelles et de santé.

Symétriquement, les résultats quantitatifs ont aussi guidé la collecte et l'analyse des matériaux qualitatifs. Ainsi, les résultats statistiques indiquent des variations selon l'âge, mais par une coupe transversale (à un moment du temps) qui mêle des ménages jeunes et des ménages âgés qui ont été jeunes il y a une ou plusieurs décennies. Ils ne permettent pas de conclure sur la variation des pratiques au cours de la vie. On pourrait aussi avoir une lecture par effets de génération : les ménages jeunes et les ménages âgés n'appartiennent pas aux mêmes générations et les différences de pratiques entre eux pourraient alors s'expliquer par cet écart de générations (peut-être que les ménages âgés ont toujours eu ces mêmes pratiques y compris lorsqu'ils étaient jeunes et que les ménages jeunes garderont toute leur vie les pratiques observées en 2007).

C'est la lecture des entretiens qui nous a permis de trancher pour un effet d'âge plutôt que de génération. Le matériau qualitatif a réorienté la lecture des résultats sous l'angle des parcours de vie. Sortant du débat entre effet d'âge et de génération, nous avons mis l'accent sur le fait que la structure du ménage (couple, présence d'enfant) et l'âge des enquêtés indiquaient qu'ils avaient vécu des événements biographiques repérés comme importants dans l'enquête qualitative. Cela n'exclut pas bien entendu le fait qu'il s'agisse de générations différentes, mais le double regard, par les entretiens et les données de panel, permet d'attester que les événements biographiques ont un rôle décisif dans les processus qui mènent à consommer des produits porteurs de certains dispositifs marchands, qui les lient à certaines questions de société. C'est ici la démarche qualitative qui fait l'administration de la preuve, ce qui est un intérêt majeur de notre travail dans un contexte où l'analyse quantitative bénéficie aujourd'hui d'une forte légitimité scientifique au détriment de la démarche qualitative, souvent vue comme trop peu représentative. Cependant, c'est l'analyse quantitative qui est venue dissoudre certaines incertitudes pesant sur le matériau qualitatif, notamment sur le risque de biais rétrospectif, puisque c'est elle qui a permis de valider l'observation des différences de pratiques en fonction de l'âge et de la structure du ménage. Les résultats des analyses biographiques ne peuvent donc pas être réductibles à un effet d'idéalisation par les enquêtés de leurs pratiques passées.

De la division du travail dans une enquête collective et multi-méthodes

La division du travail dans le cadre de cette enquête était organisée selon les compétences (quantitatives ou qualitatives) et selon le site (Paris / Toulouse). Une telle organisation permettait de faire les différentes analyses en parallèle et donc d'aller plus vite que si l'on avait dû procéder de manière plus séquentielle ; elle permettait aussi d'ajuster les explorations : alors

que le terrain était encore en cours, il était plus facile d'ajouter une question (surtout dans le cas d'un dispositif qui comportait des entretiens répétés) que si l'on avait dû recontacter les enquêtés six mois plus tard ; de même il était moins coûteux de refaire une analyse déjà faite sur un produit (le lait) sur un autre produit (les salades) que de devoir tout reprendre après avoir stabilisé et rédigé les résultats. En revanche, une telle fluidité comporte des contreparties : des réunions fréquentes, des contacts téléphoniques ou par mail encore plus fréquents, et la nécessité d'être disponible pour ajuster le plan de travail et d'analyse en continu en fonction des résultats préliminaires obtenus par les autres équipes. Elle suppose également une grande confiance : dans la mesure où les compétences ne sont pas uniformément partagées, les capacités de contrôle des uns sur le travail des autres sont nécessairement limitées. Là encore, des échanges répétés et des efforts pédagogiques ont été faits pour une appropriation des résultats, mais cela reste une appropriation des résultats bien plus que de la manière de les obtenir.

Conclusion

Pour conclure, nous souhaitons revenir sur les forces et faiblesses des deux dispositifs et sur les apports de notre démarche d'ensemble. Dans les entretiens, le chercheur ne perçoit de la consommation que ce que ses enquêtés expriment. Le discours des enquêtés est empreint des normes sociales qui pèsent sur la consommation : ils sont souvent tentés de donner à voir une version « qui convient » de leurs pratiques. Les retours rétrospectifs sont très dépendants des dispositions réflexives des individus et peuvent aussi être fortement reconstruits *a posteriori*. On peut limiter ces biais, par exemple par le suivi de courses, par les carnets, voire par la prise de photos, mais cette multiplication des dispositifs de captation d'information alourdit l'enquête pour l'enquêteur comme pour les enquêtés, et risque donc d'accentuer les difficultés de recrutement, les risques d'attrition¹⁷ et les biais dans la sélection des enquêtés.

Dans l'approche quantitative, la visée initiale de la collecte de données influence les informations disponibles et donc les analyses possibles. Typiquement, on ne peut étudier que la consommation de produits (ou de caractéristiques de produits) qui figurent dans les nomenclatures de recueil, et ce dans les unités de recueil. L'enquête Budget de famille ne recueille pas les dispositifs marchands portés par les produits comme les labels ou les allégations santé. À l'inverse, dans Kantar, on connaît très bien les achats en supermarché de produits emballés, mais beaucoup moins les achats faits sur le marché et les achats de produits qui ne possèdent pas d'emballage.

L'articulation entre démarches quantitative et qualitative peut résoudre une partie de ces difficultés. Cette articulation n'est d'ailleurs pas nouvelle dans le domaine de la consommation. Bourdieu opère des rapprochements entre entretiens et statistiques dans *la Distinction*¹⁸. L'originalité de notre démarche repose ici sur les méthodes de validation croisée. Il ne s'agit pas d'illustrer des résultats quantitatifs par des extraits d'entretiens, ni de contextualiser une approche qualitative par des statistiques de cadrage. Nous avons plutôt joué sur les forces relatives de chacune des deux approches pour interroger les matériaux et confirmer les résultats de l'une par l'autre. Nous avons aussi bien étayé les résultats qualitatifs par des résultats quantifiés (les ménages plus aisés consomment effectivement plus de produits issus de l'agriculture biologique) que l'inverse (l'analyse des entretiens permet de confirmer l'interprétation en termes de cycle de vie des résultats statistiques). Ces résultats ont été obtenus en s'appuyant sur une équipe dont les membres avaient des compétences complémentaires, avec quelques passeurs suffisamment à l'aise dans toutes les méthodes pour assurer une bonne

¹⁷ C'est-à-dire ici de sortie du dispositif d'enquête d'enquêtés jugeant celle-ci trop prenante.

¹⁸ Pierre Bourdieu, *La distinction : critique sociale du jugement*, *op. cit.*

coordination de l'ensemble¹⁹. Cette équipe de taille restreinte était en outre suffisamment soudée pour être réactive aux sollicitations et pour réorienter ses analyses. Enfin, une écriture à plusieurs mains s'est avérée indispensable pour garantir la rigueur de tous les résultats présentés, qu'ils soient quantitatifs ou qualitatifs, et la fluidité de l'argumentation.

Dans la littérature anglophone, on trouve de plus en plus de référence aux *mixed methods*. Les auteurs s'en réclament pour décrire et justifier différentes manières d'articuler les techniques quantitatives et qualitatives²⁰. Le problème majeur, à notre sens, de ce type de démarche est qu'elles tendent à fixer les apports attendus de chacune des méthodes à l'origine de la recherche, en prévoyant les résultats qui seront apportés par chacune. Cela reste une approche profondément déductive, laissant peu de flexibilité pour réorienter les enquêtes au vu de résultats intermédiaires. Dans notre cas, une planification des résultats apportés par chaque méthode aurait été impossible, et en tout cas n'aurait guère ressemblé au résultat final. Ainsi, l'inspiration théorique bourdieusienne nous amenait à chercher dans l'analyse statistique des effets de structure sociale avant tout, et ce sont ces effets que l'on pensait approfondir au moyen des entretiens (comprendre par exemple l'importance de la proximité par rapport à l'univers scolaire sur la réception des normes nutritionnelles ou environnementales). Les premiers résultats nous ayant plutôt orientés vers une lecture en termes de parcours de vie, c'est l'ensemble du dispositif qui a été revu. En ce sens, nous avons appliqué les principes de la théorie ancrée²¹ (*grounded theory*) aussi bien à nos analyses qualitatives qu'à notre démarche statistique, ce qui est plus rare, les méthodes quantitatives étant usuellement plutôt mobilisées dans un sens déductif. Cette expérience de recherche nous invite à considérer qu'il existe encore de nombreuses explorations possibles dans l'articulation entre méthodes qualitatives et quantitatives.

¹⁹ Nicolas Renahy, Cécile Détang-Dessendre, et Séverine Gojard, « Deux âges d'émigration ouvrière, Abstract », *Population*, 2003, vol. 58, n° 6, p. 707-738.

²⁰ Abbas Tashakkori, Charles Teddlie, et Charles B. Teddlie, *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*, SAGE, 2003 ; John W. Creswell, *A Concise Introduction to Mixed Methods Research*, SAGE Publications, 2014.

²¹ Barney G Glaser et Anselm L Strauss, *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*, Hawthorne, N.Y., Aldine de Gruyter, 1967.

Références bibliographiques

Sara Arber, « Gender, marital status, and ageing: Linking material, health, and social resources », *Journal of Aging Studies*, 2004, vol. 18, n° 1, p. 91-108.

Sandrine Barrey, Franck Cochoy, et Sophie Dubuisson-Quellier, « Designer, packager et merchandiser : trois professionnels pour une même scène marchande », *Sociologie du Travail*, 2000, vol. 42, n° 3, p. 457-482.

Sandrine Barrey, Sophie Dubuisson-Quellier, Séverine Gojard, et Marie Plessz, « Les effets du gouvernement sur les conduites. Le rôle des bifurcations des trajectoires de vie dans les changements de conduites de consommation », *Gouverner les conduites*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 2016, p. 399-448.

Henri Bergeron, Patrick Castel, et Sophie Dubuisson-Quellier, « Gouverner par les labels », *Gouvernement et action publique*, 2014, vol. n° 3, p. 7-31.

Pierre Bourdieu, *La distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

Louis Chauvel, « Du pain et des vacances: la consommation des catégories socioprofessionnelles s'homogénéise-t-elle (encore) ? », *Revue française de sociologie*, 1999, vol. 40, n° 1, p. 79-96.

Franck Cochoy, *Une sociologie du packaging, ou, L'âne de Buridan face au marché*, Paris, Presses universitaires de France, 2002.

John W. Creswell, *A Concise Introduction to Mixed Methods Research*, SAGE Publications, 2014.

Sophie Dubuisson-Quellier, *Gouverner les conduites*, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 2016.

Sophie Dubuisson-Quellier, « Le prestataire, le client et le consommateur », *Revue française de sociologie*, 1999, vol. 40, n° 4, p. 671-688.

Barney G Glaser et Anselm L Strauss, *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*, Hawthorne, N.Y., Aldine de Gruyter, 1967.

Maurice Halbwachs, *La classe ouvrière et les niveaux de vie. Recherches sur la hiérarchie des besoins dans les sociétés industrielles contemporaines*, Paris, Alcan, 1913.

Lucien. Karpik, *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007.

Frédéric Le Play, *Les ouvriers européens: étude sur les travaux, la vie domestique*, Tours, A. Mame et fils, 1877.

Fabian Muniesa, Yuval Millo, et Michel Callon, « An introduction to market devices », in Michel Callon, Yuval Millo et Fabian Muniesa (dir.), *Market Devices*, Blackwell, 2007, p. 1-12.

Nicolas Renahy, Cécile Détang-Dessendre, et Séverine Gojard, « Deux âges d'émigration ouvrière, Abstract », *Population*, 2003, vol. 58, n° 6, p. 707-738.

Matilda W. RILEY, *Social Change and the Life Course*, Newbury Park, Sage Publications, 1988, vol.2.

Abbas Tashakkori, Charles Teddlie, et Charles B. Teddlie, *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*, SAGE, 2003.

Thorstein Veblen, *Théorie de la classe de loisir*, Paris, Gallimard, 1970.

UNDER REVIEW