

# Entre préférences et influences, le repas : un contexte propice à la sociabilité enfantine<sup>1</sup>

**Pascale Ezan**

NIMEC

IAE de Rouen et Rouen Business School

> pascale.ezan@univ-rouen.fr

**Mathilde Gollety**

LARPEGA

Université Paris II Panthéon-Assas

> mathilde.gollety@gmail.com

**Valérie Hémar-Nicolas**

PESOR

Université Paris-Sud XI

> valerie.nicolas-hemar@u-psud.fr

**Coralie Damay**

ISC Paris

> cdamay@iscparis.com

**Résumé :** Cet article examine les comportements alimentaires et les interactions sociales créées lors des repas pris entre enfants. Deux contextes au sein desquels les enfants partagent leur repas – le déjeuner pris à la cantine et le goûter – ont fait l'objet d'observations et de discussions avec des groupes d'enfants. Les résultats mettent en évidence que dans les contextes alimentaires étudiés, les pairs ne participent pas directement à la construction du répertoire alimentaire des enfants. Ce dernier est défini en fonction des préférences individuelles et des modèles familiaux. Plutôt que d'influencer les choix alimentaires des enfants par le biais de mécanismes fondés sur la recherche de conformité au groupe, les pairs contribuent à la sociabilité des enfants.

**Mots clés :** enfant, socialisation alimentaire, groupe de pairs, interactions sociales, sociabilité, repas

**Abstract:** This paper examines eating behaviors and social interactions during meals between children. Two contexts within which children share their meal – lunch in the school cafeteria and snack time – are investigated through observations and discussions with groups of children. The findings point out that in the studied food contexts, peers do not take part directly into the building of children's food repertoire. The latter is defined according to individual preferences and family models. Instead of influencing children's food choices through mechanisms based on the search for conformity with the group, peers contribute to children's sociability.

**Keywords:** child, food socialization, peers group, social interactions, sociability, meal

- 
1. Ce travail a été mené dans le cadre du projet MARCO (*Marketing to Children and Obesity*) financé par l'Agence nationale de la recherche. Les auteurs tiennent à remercier les trois lecteurs anonymes pour leurs remarques et critiques particulièrement constructives.

LA PRISE DE CONSCIENCE de l'augmentation de l'obésité et son corollaire, la nécessité d'adopter des comportements favorisant le bien-être, ont placé l'alimentation au cœur des préoccupations de nombreux acteurs sociaux (experts et professionnels de la santé, pouvoirs publics, industriels, parents, éducateurs...). Parmi les débats et les controverses suscités sur les règles à mettre en place pour inciter les consommateurs, et en particulier les enfants, à adopter de bonnes pratiques alimentaires, un consensus se dégage pour souligner l'importance du repas comme contexte structurant l'alimentation dans sa dimension fonctionnelle, se nourrir, mais aussi dans sa dimension sociale et symbolique, partager (Etiévant *et al.*, 2010; Lardellier, 2011). Au cœur des pratiques de consommation, le repas est donc porteur d'enjeux sociaux qui vont bien au-delà de la seule prise alimentaire.

Dans la littérature académique, que celle-ci soit ancrée dans le champ de la gestion et plus particulièrement du marketing ou dans le champ de la sociologie, le repas est essentiellement traité sous l'angle familial, soit au domicile, soit dans des contextes spécifiques comme les sorties chez McDonald's (Badot, 2002; Kaufmann, 2005). Dans ces contributions, le repas familial est légitimé par le fait qu'il façonne les conduites alimentaires des enfants dès leur plus jeune âge. Néanmoins, d'autres contextes s'offrent à l'enfant pour comprendre les règles alimentaires et la commensalité créée autour des plats proposés. Ainsi, les enfants sont amenés à partager leurs repas avec des pairs dans des lieux particuliers, comme la cantine scolaire, le centre aéré ou dans des situations ordinaires, telles que le goûter, le repas pris dans la fratrie ou extraordinaires, comme la fête d'anniversaire, la table des enfants lors d'un événement familial, le pique-nique lors d'une sortie organisée par l'école (Ezan *et al.*, 2009; Persson Osowski, Göransson et Fjellström, 2012).

Or, à notre connaissance, les repas pris entre pairs ont été peu traités dans la littérature académique et en particulier dans le champ de l'enfant-consommateur. C'est pourquoi cette recherche se centre sur la question suivante : que se passe-t-il lorsque les enfants mangent ensemble ? Plus spécifiquement, quelles sont les pratiques et les modalités de choix des enfants dans le cadre de repas partagés entre pairs ? Quelles interactions génère le partage d'un repas entre enfants ? Les résultats issus des recherches sur l'influence normative des pairs dans d'autres situations de consommation (jeux, vêtements) s'exportent-ils dans un contexte alimentaire ? Face à l'augmentation du surpoids chez les enfants, ces questions méritent d'être examinées pour définir des actions innovantes visant à promouvoir une alimentation fondée sur l'équilibre nutritionnel dans un contexte de socialisation horizontale sans doute moins formalisé et moins soumis aux rapports d'autorité que ne le sont les apprentissages parents-enfants.

Dans une première partie, nous présentons le cadre conceptuel de notre recherche qui s'inscrit dans le champ de la socialisation du consommateur<sup>2</sup>. La deuxième partie de cet article détaille la méthodologie mise en œuvre. Celle-ci combine diverses techniques centrées sur les enfants et s'ancre dans deux terrains (le déjeuner à la cantine et le goûter

2. La socialisation du consommateur est le processus par lequel l'enfant acquiert un ensemble de compétences, attitudes, savoirs et savoir-faire en lien avec la consommation (Ward, 1974).

en centre de loisirs) afin de mettre en perspective les invariants et les spécificités liés au contexte de consommation des repas partagés entre enfants. Une troisième partie expose les résultats obtenus et questionne les conclusions portées par des contributions antérieures sur l'influence des pairs. En effet, nous montrons tout d'abord que dans un contexte alimentaire, les pairs ne participent pas directement à la construction du répertoire alimentaire des enfants qui est façonné par les préférences individuelles et les modèles de transmission familiaux. En revanche, comme l'explique le second volet de nos résultats, les pairs contribuent à réajuster les apprentissages familiaux pour les replacer dans le cadre d'un groupe au sein duquel l'enfant doit s'approprier les normes et les règles qui définissent la culture enfantine. Une discussion prolonge ces enseignements et confronte nos résultats à ceux issus de la littérature.

## **Le repas au cœur des pratiques sociales**

Comme le rappelle Del Bucchia (2010), le repas en tant que pratique sociale a été largement étudié par les anthropologues au cours du XX<sup>e</sup> siècle. Ainsi, leurs premières recherches se sont centrées sur les échanges de nourriture au sein des groupes humains (Malinowski, 1922; Mauss, 2007; Lévi-Strauss, 1962). Des travaux plus récents s'intéressent aux repas pris au sein de la cellule familiale et soulignent la force des liens sociaux créés autour du partage de nourriture (Mintz et Du Bois, 2002; Kaufmann, 2005).

### **Le repas familial : un contexte majeur de socialisation alimentaire**

La plupart des recherches en socialisation du consommateur convergent pour confirmer le rôle important joué par la famille dans les apprentissages des enfants (Ward, 1974; Gollety, 1997). Ainsi la famille, et plus précisément les parents, constitue une source d'informations et de prescription prépondérante dans le domaine de l'alimentation (Wansik, 2003). C'est en effet au sein de la famille que l'enfant construit son répertoire alimentaire en définissant ses aliments préférés et les aliments qu'il rejette (Rigal, 2006).

Dans cette perspective, le repas consommé dans le foyer représente un contexte de socialisation majeur (Marshall, 2010). Plus précisément, les enfants sont soumis aux habitudes culinaires et aux routines familiales qui scandent les repas (Chiva, 1995) : à titre d'exemple, ils sont invités à goûter de nouveaux aliments, ils écoutent et contribuent à alimenter les conversations sur les produits cuisinés ou proposés par la mère de famille (Fischler, 1996b). Zajonc et Markus (1982) soulignent que, par le biais d'un « effet de simple exposition », les préférences acquises pendant la petite enfance se développent initialement sur des bases affectives, par l'habitude, la familiarisation et le renforcement positif *via* l'environnement social, en particulier familial.

Ces modèles familiaux sont actuellement reconfigurés pour prendre en compte les changements importants liés au statut de l'enfant dans les sociétés occidentales. Ainsi, de nombreuses contributions s'accordent pour souligner que la place des enfants au moment des repas s'est considérablement modifiée au cours de ces dernières années (Marshall, 2010). Par exemple, Kaufmann (2005) relève qu'auparavant les enfants occupaient une « position

de subalterne» par rapport à celle que pouvaient détenir d'autres convives. Au regard de ce statut, les parents leur fournissaient une cuisine simplifiée et des portions réduites. La tendance s'est largement inversée aujourd'hui. L'enfant est devenu le prescripteur des menus familiaux, donnant un avis favorable pour les plats qu'il aime et rejetant les aliments qui le déçoivent.

Ainsi, si la famille joue encore un rôle majeur dans le processus d'apprentissage alimentaire, les modèles de transmission sont à présent questionnés (Romani, 2005 ; Nørgaard *et al.*, 2007). Plus précisément, la socialisation inversée mise au jour par divers travaux (Ekström, Tansuhaj et Foxman, 1987 ; Gollety, 1999 ; Young, 2003) s'observe dans les pratiques alimentaires des enfants. Ainsi, au travers d'observations de repas pris en famille, Ayadi (2009) constate que les parents se montrent très perméables aux requêtes de leurs enfants. L'explication avancée par l'auteur réside dans le fait que les parents sont soumis aux contraintes de leur travail et ont peu de temps à accorder à leurs enfants. Conscients de cette situation, ils souhaitent que le repas soit un moment convivial, écartant de ce fait les sources possibles de conflits nées des injonctions à consommer des produits que l'enfant n'aime pas (Desjeux, 2010). Le dîner est ainsi devenu un temps fort, sinon le seul dans une journée bien remplie, marqueur des relations parents-enfants (Poulain, 2002). C'est sans doute la raison pour laquelle le repas subsiste dans la cellule familiale (Del Bucchia, 2010).

L'apprentissage des marques, des saveurs, des produits et des habitudes alimentaires est donc fortement influencé par le comportement alimentaire des parents. Pourtant, cette transmission alimentaire revêt aujourd'hui un caractère bidimensionnel car l'enfant est amené à importer aussi au sein de la famille des savoirs acquis dans d'autres contextes de socialisation. En particulier, la multiplication et la diversification des occasions de consommer de la nourriture hors du foyer engendrent un pouvoir grandissant des pairs dans cette socialisation alimentaire (Fischler et Chiva, 1985). Toutefois, au regard des contributions portant sur la socialisation alimentaire, le rôle important joué par la famille a sans doute occulté l'influence des pairs dans les apprentissages des enfants. Seules quelques recherches, examinées dans la section suivante, montrent que cette influence du groupe de pairs prend corps dans divers contextes.

## Le cas des repas pris entre pairs

Au fur et à mesure que l'enfant grandit, il se tourne vers ses pairs, agents de socialisation importants notamment dans l'univers de la consommation (Brée, 1993 ; Roedder John, 1999). Dans cet esprit, les travaux en socialisation du consommateur montrent que les pairs exercent un réel pouvoir sur les décisions des enfants. Plusieurs recherches, menées essentiellement dans le domaine de la consommation de vêtements et de jeux, soulignent que la possession du « bon produit » et plus encore de la « bonne marque » favorise la reconnaissance sociale au sein du groupe de pairs (Elliott et Leonard, 2004 ; Rodhain, 2006 ; Ji, 2008). Ce pouvoir se fonde en particulier sur la recherche d'une conformité qui efface les divergences individuelles au profit de normes communément admises et appliquées au sein de la communauté enfantine (Ezan, 2004).



Dans le domaine de la consommation alimentaire, Birch, Zimmerman et Hind (1980) confirment cet impact des pairs à l'aide d'une expérimentation menée outre-Atlantique, dans laquelle les chercheurs demandent aux enfants d'indiquer leurs produits préférés. Les enfants sont ensuite invités à choisir leurs plats sous le regard de leurs pairs. La comparaison entre les préférences initiales et les choix effectivement réalisés révèle que les enfants peuvent modifier les préférences alimentaires d'autres enfants en leur faisant apprécier des produits pour lesquels ils n'avaient pas un goût prononcé au départ. Cette étude valide le rôle que peuvent jouer les pairs dans les pratiques alimentaires. Néanmoins, ces résultats sont issus d'un protocole expérimental qui ne permet pas de saisir de manière fine les mécanismes sociaux qui conduisent à ces modifications comportementales des enfants observés.

Ces lacunes sont en partie comblées par des contributions en socio-anthropologie qui examinent l'impact du goûter sur la socialisation des enfants. Celui-ci est envisagé comme un repas dédié à l'enfance (Diasio, 2004; Lalanne et Tibère, 2008). Il est en effet abandonné peu à peu par les adolescents, même s'il revient parfois sous la forme de grignotage ou d'en-cas à l'âge adulte et, dans ce cas, il relève souvent d'un acte perçu comme transgressif. À ce titre, le goûter est assimilé à une pause dans la journée de l'enfant à laquelle sont associés des « produits plaisir » (Damay *et al.*, 2010).

Toutefois, les recherches insistent sur le fait que ce moment de plaisir n'est pas seulement construit autour des aliments. En effet, contrairement aux autres repas pris en famille, le goûter s'apparente davantage à une pause partagée entre enfants. Il est souvent consommé avec les frères et sœurs quand l'enfant rentre à la maison après l'école ou avec les camarades de classe quand il reste à la garderie. Ces expériences de consommation vécues entre pairs soumettent dès lors les aliments aux pratiques sociales enfantines. Ainsi, les denrées alimentaires constituant le goûter sont échangées dans la cour de récréation pour augmenter la satisfaction respective de chaque enfant (Comoretto, 2008). Dans la même veine, Delalande (2004) indique que le goûter peut devenir une source de valorisation sociale dans un groupe de pairs. Se fondant sur des observations d'enfants menées dans les cours de récréation, le chercheur constate qu'un enfant qui apporte à l'école un goûter perçu comme « original » attise la curiosité de ses pairs qui quémandent une petite part du produit convoité au travers de jeux et de rituels sociaux.

Si le goûter est associé à la quotidienneté d'une existence enfantine et conduit de ce fait à introduire des habitudes de consommation dans la famille, il est parfois considéré comme un moment festif, un marqueur de la sociabilité enfantine, comme le souligne Sirota (1998) dans sa recherche sur les goûters d'anniversaire. La sociologue soutient qu'au-delà de la composition du menu à proprement parler, la mise en scène, *via* le choix de la vaisselle, du décor de la table, etc. constitue un rituel incontournable et participe au succès du goûter auprès des pairs. Autrement dit, le partage d'un repas entre pairs induit certes des enjeux relatifs à la construction du goût (que mange-t-on?) mais aussi à des pratiques et des rituels (comment mange-t-on?).

Cette revue de la littérature souligne que les repas pris entre enfants ont peu mobilisé l'intérêt des chercheurs en marketing. Or, si l'on dresse le constat que les enfants prennent régulièrement leurs repas ensemble, la manière dont ils se comportent lorsqu'ils sont

entre eux semble riche d'enseignements pour apprécier l'influence exercée par les pairs sur les choix alimentaires. La méthodologie présentée ci-après vise à satisfaire cet objectif.

## **Une méthodologie fondée sur une variété des terrains et des contextes de consommation**

Notre dispositif de recherche se fonde sur les approches contextualistes du développement humain dont le chef de file, Bronfenbrenner (1979), soutient que l'on ne peut examiner les apprentissages sans avoir une vision large de tous les facteurs ou acteurs qui contribuent à l'acquisition de savoirs chez l'enfant. De manière à rendre sa théorie opérationnelle, le chercheur préconise de sélectionner un milieu et d'observer comment les individus vivant dans ce milieu interagissent autour de l'enfant.

Sur la base de cette recommandation, deux contextes dans lesquels les enfants partagent leurs repas avec leurs pairs sont choisis : la cantine scolaire, pour le déjeuner, et le centre de loisirs, pour le goûter. Le premier terrain donne à voir un contexte régi par des règles au sein d'une institution qu'est l'école, tandis que le second repose davantage sur des logiques de plaisir avec une absence de règles cadrant le repas. Chaque terrain, de par sa nature, induit des méthodes de collecte de données différentes, conduisant ainsi à un corpus spécifique. Toutefois, ces données sont analysées à partir d'une approche heuristique visant à considérer conjointement les différents terrains pour tenter d'apporter des réponses à nos questions de recherche : comment les enfants choisissent-ils leur repas quand ils sont en présence de leurs pairs ? Quelles interactions sociales accompagnent ces repas partagés ?

### **Recueil et analyse des données dans le contexte scolaire**

Le premier terrain est la cantine scolaire d'un établissement situé en région parisienne. Cette école élémentaire accueille des enfants issus de milieux plutôt favorisés. Sur un effectif total de 195 enfants inscrits de la classe de CE1 à celle de CM2, 119 élèves prennent régulièrement leur repas du midi à la cantine. L'accès au réfectoire scolaire a été facilité par l'accueil favorable que le directeur de l'établissement a réservé à l'objet de notre recherche. En revanche, pour préserver l'anonymat des enfants, un principe sur lequel nous nous étions engagés, l'autorisation de les filmer lors des repas ne nous a pas été accordée.

Trois déjeuners pris au sein de la cantine, entre 11 h 30 et 13 h 00, font ainsi l'objet d'observations consignées dans des carnets de terrain. Afin de capter une diversité des situations la plus large possible, nous faisons varier les périodes de collecte des données (jours de la semaine) et les points d'observation (début de la ligne de self au niveau du choix des entrées puis des desserts, ligne du self au niveau des plats chauds, fin de la ligne de self et une table périphérique au sein du réfectoire). Plus précisément, les chercheurs se postent, par deux, dans les endroits les plus propices pour disposer d'une vue d'ensemble de la chaîne du self permettant néanmoins de capter puis de confronter, lors de la phase d'analyse des données, les comportements et les propos des enfants. Ces observations sont complétées par des entretiens libres à table avec des groupes d'enfants choisis de manière aléatoire. Dans un premier temps, il s'agit d'écouter les propos échangés entre

les enfants et de relancer éventuellement la discussion à partir des paroles énoncées. Dans un second temps, quelques questions posées aux enfants visent à saisir la manière dont ils ont composé leur menu et l'attention qu'ils ont portée aux plateaux de leurs voisins au moment de leurs choix.

Le corpus obtenu est composé de six comptes rendus d'observation d'environ cinq pages, rédigés par chaque auteur, dans lesquels figurent les *verbatim* captés lors des échanges sur la ligne de self et la restitution des conversations menées avec les enfants en train de déjeuner. Pour deux des déjeuners sur les trois observés, le corpus est complété par le relevé systématique de la composition des plateaux par les enfants, à la fin de la chaîne de self, avant que les enfants s'installent à table pour se restaurer. Ces relevés comptabilisent 270 observations au total.

Une analyse de contenu est menée ensuite par chaque auteur sur la base des six comptes rendus d'observation. Les résultats de ces analyses sont alors comparés. De cette confrontation, et en lien avec la problématique de la recherche, deux thèmes sont validés pour comprendre les processus de décision des enfants dans le contexte de la cantine : les critères de choix des enfants et les interactions sociales suscitées par ces choix.

## Recueil et analyse des données dans le centre de loisirs

Le second terrain est un centre de loisirs situé à Paris où sont réalisées des observations de goûters organisés pour six groupes composés chacun de huit à dix enfants âgés de sept à onze ans. L'étude a pour objectif d'observer les comportements des enfants au moment de la prise d'un goûter collectif. Les deux principaux points de l'étude portent sur les critères de choix qui guident l'enfant dans la composition de son goûter ainsi que sur les interactions sociales qui peuvent exister entre les enfants au moment de ces choix. De manière à respecter les conditions éthiques d'une recherche menée auprès d'enfants, nous avons préalablement sollicité une autorisation écrite des parents et un accord verbal de la part des enfants participant à l'étude.

Ces goûters sont enregistrés, filmés et photographiés sur la base des recommandations de Dion (2008) et des travaux antérieurs qui ont utilisé cette méthode de collecte de données auprès des enfants (Donnenfeld et Goodhand, 1998 ; Ezan, 2006 et 2009). Dans cet esprit, deux outils de collecte sont mis en œuvre. Le premier d'entre eux se fonde sur un inventaire photographique statique du contexte de prise de repas et vise à obtenir une description visuelle des produits alimentaires proposés aux enfants et de l'organisation de l'espace. Il s'agit essentiellement de procéder à une recension des produits avant et après le goûter pour définir les aliments appréciés et ceux qui sont rejetés par les enfants. Le second outil repose sur la prise de vidéos et vise à saisir la dynamique des interactions enfantines au cours du goûter.

Les produits proposés aux enfants ont été choisis afin d'offrir une diversité d'aliments en termes de qualité nutritionnelle et de caractéristiques gustatives. La liste des produits (voir tableau 1), validée par trois experts (deux diététiciennes et un nutritionniste), propose des produits recommandés pour leur qualité nutritionnelle et des produits surtout plébiscités pour le plaisir gustatif qu'ils génèrent. Les produits sont disposés dans des assiettes en carton

présentées en ligne sur une grande table entourée de chaises, pour faciliter la prise de parole des enfants et recréer l'atmosphère du goûter pris entre pairs. Les produits sont exposés de manière à ce qu'aucune marque n'apparaisse et puisse influencer le choix des enfants<sup>3</sup>. Sur le même principe, les boissons (eau minérale plate, eau minérale gazeuse, jus d'orange, sodas au cola) sont préalablement versées dans des gobelets en plastique transparent (voir figure 1).

| Produits recommandés           | Produits plaisir                               |
|--------------------------------|--|
| Quartiers de pommes et fraises | Barres céréalières gourmandes                  |
| Tranche de pain                | Barquettes fruits                              |
| Fruits secs                    | Sablés nappage chocolat                        |
| Carrés de chocolat au lait     | Goûters fourrés (madeleines) chocolat - fruits |
| Yaourt nature avec sucre       | La vache qui rit                               |
|                                | Mini-barres chocolatées                        |
| Boissons saines                | Boissons plaisir                               |
| Eau plate                      | Sodas  |
| Eau pétillante                 | Jus d'orange                                   |

Tableau 1 – Liste des produits proposés aux enfants



Figure 1 – La table du goûter avant l'arrivée des enfants

3. Seuls le produit La vache qui rit et les yaourts « Velouté Nature » de Danone n'ont pu être démarqués compte tenu de leur packaging.

Durant la phase d'observation, les enfants choisissent librement leurs aliments, les chercheurs restant en retrait. Puis ces derniers engagent la discussion pour recueillir les raisons qui ont conduit les enfants aux choix effectués. Ces discussions se font sur la base d'un guide d'entretien qui a essentiellement pour objectif de définir les critères de choix des aliments par les enfants et de déterminer le poids des pairs dans le processus de décision. Le corpus obtenu totalise deux heures d'enregistrement et vingt-quatre photographies présentant les assiettes pleines (avant le goûter) et les assiettes vides ou pas (après le goûter).

Les observations ont fait l'objet de comptes rendus d'observation rédigés par chaque chercheur, suite à une prise de notes lors du goûter complétée par ses impressions une fois celui-ci terminé. Ces matériaux sont rapprochés des observations filmées et des discussions de groupe avec les enfants.

Le recours à l'analyse des observations filmées a permis à la fois de fixer les détails d'une situation de consommation et de décrire plus finement et plus exhaustivement les comportements des enfants. Ainsi, ces observations filmées sont venues enrichir les comptes rendus d'observation de chaque chercheur et ont contribué à une meilleure compréhension des facettes expérientielles et émotionnelles des comportements alimentaires des enfants lorsqu'ils sont entre eux.

L'ensemble du corpus collecté sur les deux terrains est soumis à une analyse thématique consistant en une triangulation inter-chercheurs et une triangulation inter-soutiens pour relever des actions remarquables. L'analyse permet de faire émerger deux idées centrales : d'une part, la prédominance des préférences individuelles pour guider les choix alimentaires des enfants dans le cadre de repas partagés entre pairs ; d'autre part, l'exercice d'une sociabilité enfantine dont les normes sont définies par le contexte et que l'enfant doit s'approprier pour participer aux activités du groupe. Ces deux découvertes structurent les résultats de la recherche qui sont présentés dans la partie suivante.

## **Le repas entre enfants : une pratique de consommation aux enjeux pluriels**

### **Les critères de choix lors des repas partagés entre pairs : la suprématie des préférences individuelles**

#### *Des préférences individuelles guidées par la familiarité avec l'aliment*

Les observations des enfants menées lors du déjeuner et du goûter montrent que les choix alimentaires s'opèrent sur la base de préférences individuelles. Lorsque l'enfant dispose d'une relative marge de manœuvre et qu'il n'est pas contraint par les injonctions d'adultes présents à ses côtés, il choisit prioritairement ce qui lui plaît. Ainsi, un bon repas, notion omniprésente chez les enfants, est d'abord un repas qui leur procure une satisfaction gustative personnelle. En cela et sans surprise, un bon repas, et plus spécifiquement un bon goûter, est souvent composé d'aliments gourmands, à base notamment de chocolat et de sucre (« un Coca et un Kinder »). Toutefois, de nombreux enfants prennent des fraises ou des pommes parce qu'« ils en ont envie ». Qu'il s'agisse de produits dits plaisir

ou de produits recommandés pour leur qualité nutritionnelle, les choix sont donc guidés par les préférences gustatives des enfants sans considération de l'apport nutritionnel des aliments. Les enfants ne cherchent pas à imiter le choix des pairs. Lors des goûters, chaque enfant est concentré sur son propre choix et ne s'intéresse pas à ce que les autres convives sélectionnent. Durant les déjeuners à la cantine, la recension des aliments sur les plateaux composés par les enfants montre que quand nous prenons en considération des enfants qui se suivent le long de la chaîne du self, des similitudes apparaissent dans le choix des desserts. Pourtant, lorsque les observations sont mélangées de manière aléatoire dans la base, pour annihiler l'effet éventuel de la pression que pourraient exercer les enfants proches les uns des autres, nous observons la même fréquence de similitudes qu'avec celles observées quand l'ordre de passage des enfants sur la ligne de self est conservé. Statistiquement, la probabilité que deux enfants côte à côte choisissent un même élément n'est donc pas plus forte que la probabilité que deux enfants séparés choisissent le même plat.

La préférence individuelle qui conduit au choix semble reposer sur la familiarité qu'a l'enfant avec le produit. Entouré de ses pairs, l'enfant privilégie les produits qu'il connaît et avec lesquels il a vécu précédemment des expériences positives. Ce processus de reproduction d'expériences passées se fonde sur des mécanismes de renforcement positif qui s'inscrivent dans l'apprentissage du goût. Par exemple, peu d'enfants prennent des fruits secs parce qu'ils ne connaissent pas ces produits : les dattes ne sont pas identifiées par ces derniers ou sont assimilées à d'autres fruits : « c'est quoi ça [en montrant les dattes] ? On dirait des pruneaux, beurk ! ».

À la cantine, nous observons que certains aliments sont majoritairement choisis aux dépens d'autres. Par exemple, l'analyse quantitative des plateaux d'un déjeuner montre que 83,8 % des enfants choisissent le poisson pané, alors que seulement 7,2 % d'entre eux préfèrent le filet de hoki. Cette similitude de choix suggère que les enfants sélectionnent leurs aliments d'après un goût personnel façonné, certes, par une norme gustative partagée culturellement par tous (Montanari, 2010).

### *Les pratiques familiales : des référentiels comportementaux*

Le deuxième critère de choix se fonde sur des pratiques intériorisées dans le contexte familial. Les observations menées aussi bien à la cantine qu'au centre de loisirs soulignent en effet que les choix alimentaires des enfants sont modelés, voire contraints, par des habitudes construites dans le cadre familial. Il y a alors reproduction des choix réalisés au sein du foyer dans le contexte du goûter ou du déjeuner pris à la cantine. Ainsi, les comportements alimentaires des enfants, même quand ils sont ensemble loin du regard des adultes, semblent dictés par les normes parentales. Par exemple, une enfant âgée de onze ans se contente pour son goûter de fruits (fraises et pommes) alors qu'elle exprime une attirance pour le chocolat. Son comportement semble résulter de l'intériorisation de règles vécues, voire imposées, dans un autre contexte, en particulier familial. De même, au sein de la cantine, une fille de dix ans choisit des haricots verts et non de la purée de carottes parce que sa « mère lui dit de manger des haricots ».

Certains enfants véhiculent des messages de « perroquets », selon l'expression de Delalande (2004), en exportant des discours entendus dans la famille au sein de leur groupe



de pairs. Des propos très normatifs émanant des enfants observés sont ainsi relevés dans les conversations entre pairs : « le Coca-Cola, c'est pas bon pour les dents, ça empêche de dormir, c'est très sucré » ; « le Coca, c'est que pour la fête ou quand on est malade ». Les enfants semblent donc considérer que les propos tenus par leurs parents sont des normes qu'il convient de diffuser au-delà de la cellule familiale parce qu'elles s'imposent naturellement à tous les autres enfants.

Cette reproduction, hors du foyer, des comportements habituellement adoptés à la maison semble reposer soit sur une stratégie de résolution de choix limitée fondée sur la routine, soit sur une stratégie de minimisation des risques : « j'ai l'habitude de prendre du pain avec du chocolat. On m'en propose là et donc j'en prends ». De même, l'enfant opte pour un yaourt parce qu'il a l'habitude d'en prendre un au goûter. Dans le cadre des goûters, ces habitudes permettent d'éliminer d'emblée certains produits qui paraissent aux yeux de l'enfant incongrus à consommer au cours de ce repas, tout simplement parce qu'ils ne composent pas le goûter ordinaire de l'enfant. Par exemple, la plupart des enfants soulignent qu'au goûter « on ne mange pas de Vache qui rit » et pour certains d'entre eux, pas de yaourts également. Ce sont des aliments consommés lors d'autres occasions que celle du goûter. Néanmoins, cette incongruité perçue peut être dépassée quand l'enfant aime particulièrement le produit proposé.

### *La recherche de variété induite par l'amplitude des choix*

Une fois cette catégorisation effectuée entre produits appréciés et produits rejetés, relevant de préférences individuelles souvent construites dans le cadre familial, le troisième critère de choix s'oriente vers une recherche de variété qui résulte d'une confrontation entre ce que l'enfant a l'habitude de manger et ce qui lui est proposé : « je prends ce que j'aime et que j'ai pas d'habitude à la maison ! » ; « je veux goûter de toutes les choses ». Dans le cas du goûter, cette recherche de variété s'accompagne souvent d'une accumulation d'aliments dans l'assiette de l'enfant car les règles en termes de quantité ne sont pas indiquées, contrairement à ce qui se passe à la cantine : « j'espère qu'il va me rester de ce que j'aime ». Ainsi, pour éviter d'être face à une situation inconfortable dans laquelle il n'y aurait plus de produits compte tenu de choix similaires réalisés par leurs pairs, les enfants développent des stratégies individuelles d'accumulation.

Inversement, dans le cas de la cantine, les enfants ont tendance à ne pas se conformer à ce principe de variété des produits qui est au cœur de l'apprentissage du goût. Une règle relative à la composition du repas invite pourtant les enfants à varier les plats en choisissant une entrée, un plat avec son accompagnement, un fromage ou laitage et un dessert. Bien que rappelée au début de la ligne de self, cette règle est rarement respectée. L'observation exhaustive et quantitative de plateaux sur deux repas montre que seuls 15,5 % et 13 % des enfants avaient un plateau complet. Cette entorse à la règle résulte majoritairement de l'absence d'entrée (dans respectivement 65,3 % et 85,8 % des cas). Les enfants choisissent donc, en grande majorité, un plat et un accompagnement, parfois un fromage ou laitage, et souvent un dessert, mais très rarement une entrée. En effet, une grande partie des entrées nécessitant l'accompagnement d'une vinaigrette rejetée par les enfants, nombre d'entre eux ont préféré ne pas en prendre. Ceci souligne que



même si les enfants recherchent la variété, le premier critère de choix n'en reste pas moins les préférences individuelles.

Si le choix des produits est fondé sur les préférences individuelles, les enfants interagissent entre eux, de manière verbale et non verbale, lors de la sélection et de la consommation des produits. Le paragraphe suivant explore la nature des interactions entre pairs lors de repas partagés.

## Le repas partagé entre pairs : une pratique sociale investie par les enfants

### *Des interactions variables en fonction du contexte*

Le contexte et son caractère plus ou moins formel influent sur la nature des échanges entre pairs. Trois contextes au cours desquels se déroulent des interactions sont considérés : le long de la chaîne du self, à table quand les enfants déjeunent et lors des goûters partagés.

À la cantine, sur la chaîne du self, nous observons une diversité d'interactions entre pairs. Conformément à ce que nous avons noté précédemment, les enfants ne cherchent pas à s'influencer les uns les autres. De même, la présence des copains ne conduit pas à une modification des préférences individuelles pour adopter un choix qui serait avalisé par le groupe.

Toutefois, de manière marginale et sans que la relation ne puisse être testée statistiquement, nous avons néanmoins constaté que pour quelques enfants, les choix effectués par les pairs incarnent une garantie de bonne décision qu'ils s'empressent alors de reproduire. Cette manœuvre peut reposer sur une communication verbale ou non verbale. Un enfant est ainsi amené à choisir après avoir explicitement sollicité l'avis de son voisin sur tel ou tel choix : « tu prends un yaourt comme ça toi ? ». Un autre enfant regarde ce que son voisin devant lui a pris et choisit la même chose. Le besoin de se conformer à un autre, comme critère de choix, s'observe quand l'enfant ne sait pas quoi prendre. À défaut d'avoir une préférence personnelle, il se réfère alors à un autre enfant pour sélectionner ce qu'il va consommer. Ce conformisme crée un sentiment de réassurance et réduit d'autant le risque perçu de choisir un « mauvais produit » : « s'il en a pris, c'est que je peux en prendre, c'est sans doute pas si mauvais ». Ce dernier critère de choix reste cependant très marginal au regard des autres.

À table, la nature des interactions sociales entre les enfants est différente. Elles sont d'abord liées à des tractations entre enfants dans le choix des tables : « on se met où ? » ; « Marie, viens, je t'ai gardé une place ! ». Puis, pendant le repas, la référence à ceux qui sont en charge de leur éducation à la consommation est souvent au cœur des échanges entre enfants. Ainsi, les enfants se rappellent entre eux les règles que les surveillants s'efforcent de leur faire respecter : « eh là tu gâches, là, toi... ». Certains d'entre eux énoncent le poids de l'éducation familiale sur les choix : « moi, ma mère elle me dit de ne pas prendre de la purée de pommes de terre mais des haricots verts » ; « à ma maison, c'est très équilibré, ma maman elle fait toujours des légumes... parfois des pâtes aussi... ». D'autres chantonnent un slogan publicitaire dont ils se souviennent : « il faut manger équilibré ».

Enfin, lors des goûters, les interactions observées sont relativement faibles. À nouveau, nous ne relevons pas de phénomène d'imitation entre les enfants. Plus précisément, si interactions sociales il y a, ce n'est pas au moment du choix des aliments mais plus en commentaire de ce que les uns ou les autres ont sélectionné : « t'as vu tout ce qu'elle a pris comme fraises ? ». La notion d'équité entre les assiettes, probablement en lien avec une norme familiale intériorisée par les enfants, est implicitement évoquée. Ceci se laisse à voir de manière plus explicite dans le cadre d'une fratrie ; l'aîné commente ce que prend son frère plus jeune et lui demande de rendre des comptes : « pourquoi t'as pas fini ton gâteau ? ». De même, le plus petit choisit en partie en fonction de ce que son frère fait : « t'as pris combien de fraises ? – Quatre », l'enfant plus jeune prend également quatre fraises. Le fait qu'il y ait peu d'interactions lors des goûters entre pairs se confirme lors des discussions suscitées par les chercheurs. Les enfants manifestent peu d'intérêt pour ce que mangent leurs pairs. Les vidéos révèlent, à ce propos, que les enfants sont contraints de regarder les reliquats du goûter de l'assiette de leur voisin de table pour indiquer ce qu'il a mangé, par exemple le jus de fraise ou l'emballage de La vache qui rit. En cela, il s'agit davantage d'une déduction faite *a posteriori* que d'un intérêt particulier pour les choix alimentaires de leurs camarades. En définitive, la prise en compte des pairs n'apparaît de manière implicite que vers la fin du goûter quand la quantité de produits proposés diminue et que naît la peur de ne pouvoir reprendre d'un aliment désiré.

Les différences comportementales observées lors des déjeuners à la cantine et lors des goûters laissent à penser que le contexte du repas a un impact important sur les interactions entre pairs. À la cantine, un milieu régi par de multiples règles, les enfants interagissent davantage avec leurs pairs pour commenter et conforter leurs décisions. En revanche, dans le cadre du goûter, repas moins formalisé laissant davantage de marge de manœuvre aux enfants, les interactions autour des choix alimentaires sont moins riches et moins nombreuses, car les enfants peuvent se centrer plus librement sur leur propre satisfaction.

### *Les aliments : des supports de construction des liens sociaux*

Si les enfants semblent peu s'influencer les uns les autres dans leurs choix alimentaires, il n'en reste pas moins que les interactions entre eux existent. Expérience de socialisation horizontale, le partage d'un repas est aussi l'occasion pour les enfants de construire ou de renforcer des liens affinitaires. Les résultats de notre recherche montrent en effet que le choix d'aliment est l'occasion de dessiner les contours des liens sociaux qui, comme nous l'avons montré précédemment, sont dictés par les contextes dans lesquels les aliments sont choisis. Comme en témoignent les observations ci-dessous, les aliments perdent alors leur caractère fonctionnel pour devenir des supports relationnels qui permettent aux enfants d'entrer en contact avec des semblables.

Lors du processus de choix, notamment sur la ligne de self, les enfants expriment leurs préférences individuelles auprès de leurs camarades : « moi j'aime pas les œufs » ; « chouette, y'a du pamplemousse » ; « mmm ! Ça a l'air bon les spaghettis bolognaises ! ». Cette verbalisation des préférences ne vise pas à influencer les pairs, mais à échanger sur ses préférences individuelles qui contribuent à construire du lien social.

De même, l'aspect visuel des produits est fréquemment sujet à discussion le long de la chaîne du self. Un enfant en interpelle plusieurs en leur disant : « eh regardez la sauce, elle a l'air dégueulasse ! ». Par réaction, un autre enfant prend également la louche dans le saladier et répète la même conclusion : « beurk, c'est dégueulasse ! ». Finalement, aucun des enfants témoins de cette remarque ne prendra une entrée (tomates, carottes râpées, betteraves...) qui nécessite de la vinaigrette... Si ce type d'expérience partagée entre pairs ne semble pas modifier les préférences individuelles, rejeter ensemble un aliment crée de la connivence entre les enfants et contribue à renforcer le lien affinitaire. Autrement dit, comme dans le cas précédent sur l'expression des goûts personnels, l'aliment est plus un support relationnel que l'objet d'influence sur les préférences individuelles. Nous observons ainsi sur la ligne de self que certains enfants conseillent leurs camarades, voire choisissent pour eux un dessert, souvent le même qu'eux. À la cantine, à table, quelques enfants s'entraident pour couper leur pomme ou mélanger les spaghettis. Certains procèdent à des dons ou des échanges : « je te donne ma pomme si tu veux, moi j'en veux pas » ; « je te prends ta sauce, mais tu vas me redemander des spaghettis ». Enfin, la disponibilité des produits sur les étagères du self est aussi sujette à interaction : « oh zut, y'a plus de saucisson ! ». Si le produit souhaité par l'enfant n'est pas à portée de sa main, il peut demander à un camarade de l'aider à l'atteindre.

Ces différentes interactions portant sur les aliments montrent que ceux-ci sont des supports relationnels entre les enfants. Parmi celles-ci, il est possible de distinguer deux types d'interactions. Les premières peuvent être qualifiées d'interactions neutres, c'est-à-dire des interactions sans influence sur les choix des enfants mais qui sont révélatrices des liens affinitaires. Elles peuvent prendre la forme d'entraides pour se servir par exemple. Les secondes, qualifiées d'interactions orientées, visent à accompagner les enfants dans leur processus de choix et s'apparentent à des signes de ralliement indiquant leur appartenance au groupe. Elles apparaissent, par exemple, quand, sur la ligne de self, un enfant choisit le même produit pour lui et pour ses copains. Ces interactions orientées sont encore marginales pour les enfants de cet âge mais elles contribuent à poser les jalons d'une autonomie qui se construit en se détachant de la tutelle des adultes pour se placer sous le contrôle de ses semblables.

### *Les repas entre enfants : des lieux d'expression de la sociabilité enfantine*

De manière plus transversale aux deux terrains que nous avons observés, il convient de noter que les interactions enfantines contribuent à la sociabilité enfantine, c'est-à-dire à la manière dont les enfants modèlent leurs rapports entre eux. Ainsi, si nous constatons que de nombreuses règles qui régissent le contexte familial sont reproduites de manière consciente ou inconsciente par les enfants, le repas entre pairs induit néanmoins une distanciation par rapport à ces règles. En effet, nos observations soulignent que le partage d'un repas entre pairs permet aux enfants de repérer que les règles et les décisions alimentaires peuvent différer d'une famille à l'autre. Ce constat remet en question la normalité des décisions alimentaires et autorise une certaine forme d'autonomie voire de désobéissance par rapport aux règles transmises par les parents. Ainsi, le repas entre pairs se conçoit comme un moment de convivialité et un espace de liberté dans lequel les enfants peuvent ne pas se

conformer aux règles de commensalité fixées par les adultes (parents, éducateurs, personnel de cantine...). Nous observons ainsi des enfants qui se lèvent de table au cours du repas pour aller choisir un nouveau plat, d'autres qui commencent un plat et ne le finissent pas, sous le regard entendu de leurs pairs.

Dans le même ordre d'idées, des produits sont consommés voire plébiscités par les enfants qui s'affranchissent alors des règles émises par les adultes qui les éduquent : « je prends du Coca parce que chez moi, j'ai pas le droit d'en prendre sauf quand il y a une fête » ; « j'adore les barquettes, chez moi, y en a jamais alors là j'en prends plein ». Ce dernier *verbatim* fait également ressortir la notion de quantité, laissée au libre arbitre de l'enfant quand il se trouve avec ses pairs. Nous constatons alors que des enfants se servent abondamment parce qu'ils apprécient particulièrement un produit. Inversement, à la cantine, les règles (une entrée, un plat principal, un laitage et un dessert doivent composer un plateau) sont bafouées par certains enfants qui ne choisissent qu'un plat ou tentent de négocier le don ou l'échange d'aliments avec leurs pairs pour optimiser leur satisfaction. Il y a derrière ces tractations, une volonté de s'affranchir de la norme édictée par les adultes pour se placer sous la complicité bienveillante des pairs.

Les repas partagés entre pairs, quand l'enfant a entre sept et onze ans, sont autant d'occasions d'apprendre à se socialiser dans un groupe autre que celui de sa famille. Si le choix des produits est finalement peu influencé par la présence des pairs, ces derniers participent néanmoins à l'apprentissage de règles sociales en lien avec le partage d'un repas : « est-ce que ça vous dérange que je prenne celle-là ? ». En vivant une expérience de consommation alimentaire en dehors de sa famille, l'enfant développe de nouveaux savoir-faire et savoir-être. Par exemple, un enfant prend spontanément la responsabilité de distribuer les aliments à ses amis en fonction de ce qu'ils veulent : « c'est bon tout le monde en a ? Toi tu veux quoi ? Qui veut des barquettes à l'abricot ? ».

Il semble que les repas partagés entre pairs fournissent aux enfants des occasions de revisiter des pratiques sociales ancrées dans l'alimentation qui sont préalablement définies au sein de la cellule familiale. Il appartient ainsi à l'enfant de mettre en perspective les règles liées au repas pris en famille et celles qui ont cours lorsque ce repas est partagé avec des pairs, en se penchant sur des situations vécues régulièrement à la cantine ou lors de goûters : comment réagir quand le produit convoité a déjà été choisi par un voisin de table ? Comment répondre à une information apportée par le groupe de pairs et qui apparaît comme dissonante avec celle de la famille ? Comment apprendre au sein du groupe à assumer ses choix de consommation, tout en respectant ceux des autres ? Les réponses à ces questions visent à définir un comportement que l'enfant considère comme approprié pour interagir avec ses pairs.

### **Le repas : un contexte de socialisation reconfiguré par la présence des pairs**

La première contribution de notre recherche est de montrer que dans le cadre des repas partagés entre pairs encadrés par des normes plus ou moins fortes (déjeuners à la cantine scolaire vs goûters), les choix des enfants sont essentiellement liés à des

préférences individuelles. Plus concrètement, les enfants se tournent naturellement vers des produits qu'ils apprécient sans considération de l'apport nutritionnel des aliments (produits sains / produits plaisir). Même quand ils sont soumis au regard des pairs, ils ne se conforment pas aux choix de leurs semblables, à partir du moment où ils savent ce qu'ils ont envie de manger parmi les plats proposés.

Ces résultats diffèrent de ceux des travaux précédents relatifs à la socialisation alimentaire entre pairs de Birch, Zimmerman et Hind (1980), qui relèvent des comportements mimétiques des enfants placés en situation de choix alimentaires. Cette divergence des résultats tient sans doute à la méthodologie retenue par les chercheurs pour mener leur étude. Il est en effet envisageable que l'expérimentation mise en place et les consignes données par les chercheurs aient contribué à créer chez les enfants un sentiment d'incertitude face à une situation inédite qui les a incités à se conformer aux autres pour éviter de faire un « mauvais choix ». Dans notre étude, les enfants sont interrogés dans leur milieu naturel et sont invités à faire leurs choix sans recommandation spécifique pouvant entraver leurs goûts personnels.

De même, contrairement à nos résultats, Delalande (2004) montre que le goûter partagé entre pairs est source de valorisation sociale. Cette divergence résulte probablement d'une différence contextuelle. Dans le cas de la recherche de Delalande, les enfants, observés dans leur cour de récréation, constituent des groupes d'amis très proches et apportent chacun leur goûter. Dans ce contexte, pour un enfant, montrer son goûter à ses amis qui ne disposent pas des mêmes produits que lui peut être l'occasion de se valoriser auprès d'eux. Or, dans les goûters que nous proposons aux enfants, il n'y a pas matière à valorisation sociale dans la mesure où les enfants disposent de la même amplitude de choix.

En outre, nos résultats permettent de souligner que le conformisme social observé dans d'autres situations de consommation enfantine, notamment vestimentaire (Elliott et Leonard, 2004 ; Rodhain, 2006), ne se manifeste pas de manière si explicite dans le domaine alimentaire. L'explication que nous avançons réside dans le fait que les choix alimentaires de chaque enfant ne sont pas perçus comme des vecteurs de renforcement du lien social dans le groupe, contrairement à ce qu'ont pu constater Zajonc et Markus (1982) dans le cadre des repas pris au sein de la famille. Autrement dit, le fait que des enfants ne choisissent pas le même plat lors des repas ne remet pas en cause les rapports amicaux qu'ils entretiennent avec leurs pairs. Les comportements mimétiques n'apparaissent en fait que quand l'enfant ne sait que choisir parce qu'il n'a pas formé de préférences à l'égard des produits proposés.

En exergue de la première contribution de ce travail, nous soulignons combien les enfants de cet âge s'affranchissent peu des habitudes acquises au sein du foyer familial. Dans un contexte au sein duquel leur choix individuel aurait pu être remis en cause par le regard des pairs, ils reproduisent largement les décisions et comportements qu'ils vivent au quotidien dans leur famille.

Doit-on pour autant en conclure que dans les contextes où l'alimentation est en jeu, les pairs ne participent pas à la socialisation alimentaire des enfants ? Tout en soulignant la suprématie des préférences individuelles et des pratiques familiales sur les choix alimentaires des enfants, cette recherche contribue également à montrer qu'en générant de nombreuses interactions entre pairs, le partage de repas permet aux enfants de passer de la socialité

à la sociabilité, c'est-à-dire de négocier leurs rapports sociaux en fonction des nouveaux apprentissages que suppose l'intégration à un groupe de pairs (Corbeau et Poulain, 2002). Ainsi, les pairs, avec des schémas, des habitudes, des comportements qui sont les leurs, offrent à l'enfant des références nouvelles et des opportunités de se détacher du contexte familial. Notre étude suggère que l'enfant, en gagnant en maturité, prend conscience qu'il existe d'autres manières de consommer que celles qui prédominent dans sa famille ; elle montre ainsi que peu à peu les pairs s'imposent comme un nouveau modèle à suivre dans le domaine alimentaire, autant dans le choix des produits à consommer que dans la manière de les consommer.

Nos observations tendent également à montrer que les interactions enfantines participent à la construction identitaire des enfants en s'inscrivant dans des contextes sociaux où les comportements se publicisent, se négocient et véhiculent une réputation sociale qui dépasse largement le cadre alimentaire. Ces ajustements sociaux qui se construisent autour des repas pris entre pairs durant l'enfance constituent probablement la genèse de comportements futurs, qui se laissent voir au moment de l'adolescence au travers de pratiques alimentaires (consommation collective de confiseries, utilisation limitée de couverts et d'assiettes, préférence pour les aliments consommés rapidement) et qui permettent d'afficher un statut de jeune (Garabuau, Desjeux et Taponier, 1996). Plus précisément, les repas pris entre pairs sont empreints d'une forte convivialité créée autour d'enfants qui ont des liens affinitaires très forts et qui reproduisent dans le domaine alimentaire les règles de socialité qui régissent leur groupe (Persson Osowski, Göranson et Fjellström, 2012). Au regard de notre étude, ces dernières sont finalement peu au service d'une éducation à la consommation. Elles sont néanmoins petit à petit intériorisées par les enfants et sont probablement vouées ensuite à s'exprimer de manière aussi explicite à l'adolescence sous forme d'une influence réelle au niveau des comportements de consommation, y compris dans le domaine alimentaire, supplantant ainsi le poids de la famille jusqu'alors dominant.

## Conclusion

Cette recherche avait pour objectif de mettre en évidence l'impact des pairs dans la socialisation alimentaire des enfants en prenant en compte deux contextes différents : le repas pris à la cantine et le goûter.

Le principal enseignement de notre étude souligne que les choix exercés lors d'un repas constituent un contexte de consommation pour lequel les pairs ont peu d'influence immédiate sur les comportements individuels des autres enfants, car les goûts préalablement formés dans la cellule familiale représentent un cadre référentiel pour les enfants. Ainsi, la famille, et plus particulièrement les parents, est considérée comme un modèle dans le domaine alimentaire. La norme familiale est intériorisée par les enfants, même dans leurs relations avec les pairs. Ils peuvent dès lors choisir soit de l'appliquer sans en faire du prosélytisme, soit de la transgresser pour se rapprocher de leurs pairs. En ceci, notre recherche défend l'idée que le repas entre pairs est un contexte de consommation riche qui donne à voir une sociabilité enfantine qui s'affiche au travers d'une réappropriation des règles dictées par les adultes.



Le second enseignement retiré de cette étude porte sur la mise en évidence des paradoxes et des contradictions qui régissent la consommation alimentaire et qui se façonnent durant l'enfance. En particulier, le repas, *a fortiori* quand il est partagé entre pairs, constitue un contexte riche pour témoigner de la complexité des rapports humains, nécessitant de disposer de grilles de lecture variées pour interpréter cet enchâssement entre les préférences alimentaires des enfants et les influences portées par la présence de leurs pairs. Le concept de « pensée magique » avancé par Fischler (1996a) visant à mettre en exergue la dimension symbolique des aliments, « nous sommes ce que nous mangeons », prend alors tout son sens en soulignant que les aliments incorporés sous le regard des pairs concourent à la quête identitaire d'individus en construction et contribuent à reconfigurer, en fonction du contexte de prise alimentaire (goûter, cantine...), un lien social dont le point d'orgue se laisse voir au moment de l'adolescence.

Néanmoins, ce travail présente quelques faiblesses qui sont essentiellement imputables aux contraintes liées au terrain dont il a fallu tenir compte pour choisir les techniques de collecte des données (autorisation de filmer, choix des emplacements les mieux adaptés) et à la méthodologie fondée sur l'observation qui a été retenue. Ainsi, dès la mise en œuvre du protocole, nous avons été conscients que notre présence pouvait perturber et amener certains enfants à modifier leurs choix ou à limiter leur prise de paroles. C'est la raison pour laquelle les séances d'observation ont été conduites le plus discrètement possible, alternativement par deux chercheurs sur une équipe de quatre. Par ailleurs, les enfants observés appartiennent à des milieux sociaux plutôt favorisés et il conviendra de reproduire cette étude dans d'autres sites en choisissant des écoles ou des centres de loisirs accueillant des enfants issus de familles plus modestes pour améliorer la robustesse de notre recherche. Enfin, le matériau collecté, de par sa richesse et sa densité, n'a pu être exploité dans sa totalité. Il ouvre, en revanche, la voie à de nouvelles analyses du corpus recueilli pour nourrir d'autres problématiques de recherche. En particulier, les règles de commensalité créées entre pairs ou encore les éléments du contexte qui favorisent les interactions enfantines, apparaissent comme des objets riches à explorer pour prolonger ce travail.

## Références

- AYADI K. (2009), *La diffusion des préférences et des pratiques alimentaires entre les parents et les enfants*, thèse de doctorat ès sciences de gestion, université de Caen Basse-Normandie.
- BADOT O. (2002), Esquisse de la fonction sociale de McDonald's à partir d'une étude ethnographique : modernisme et « transgression ordinaire », *Alimentations contemporaines*, éd. I. Garabuau-Moussaoui, E. Palomares et D. Desjeux, Paris, L'Harmattan, 83-121.
- BIRCH L.L., ZIMMERMAN S.I. et HIND H. (1980), The influence of social-effective context on the formation of children's food preferences, *Child Development*, 51, 3, 856-861.
- BRÉE J. (1993), *Les enfants, la consommation et le marketing*, Paris, PUF.
- BRONFENBRENNER U. (1979), *The Ecology of Human Development*, Cambridge (MA), Harvard University Press.



- CHIVA M. (1995), L'enfant et la nutrition. Comment apprend-on à manger ?, *Information diététique*, 2, 27-31.
- COMORETTO G. (2008), Échanger pour se nourrir, se nourrir pour échanger. Le goûter de 16 h 30 comme vecteur de lien social, *Nourrir de plaisir. Régression, transgression, transmission, régulation?* (Actes du colloque de l'université François-Rabelais de Tours, 3-5 avril 2008), éd. J.-P. Corbeau, Paris, OCHA (Les cahiers de l'OCHA ; 13), 117-122.
- CORBEAU J.-P. et POULAIN J.-P. (2002), *Penser l'alimentation : entre imaginaire et rationalité*, Toulouse, Privat.
- DAMAY C., EZAN P., GOLLETY M. et HÉMAR-NICOLAS V. (2010), Qu'est-ce qu'un bon goûter du point de vue des enfants ? Une analyse à partir de leurs dessins, *9<sup>e</sup> journées normandes de Recherche sur la consommation*, 25-26 mars, Rouen.
- DELALANDE J. (2004), Goûters « pique-niques » et maisons pour peluches : les modes enfantines face à la consommation, *Au palais de dame Tartine*, éd. N. Diasio, Paris, L'Harmattan, 43-65.
- DEL BUCCHIA C. (2010), Le repas domestique : un simple devoir ou un don que l'on fait à l'enfant ?, *International Conference – Food Consumption, Child Culture and Education*, 1-2 avril, Angoulême.
- DESJEUX D. (2010), La consommation comme analyseur de la mini guérilla entre enfants et parents : comment partir des pratiques de l'espace domestique pour comprendre les comportements alimentaires ?, *Journée de Recherche MARCO : « Enfants, alimentation et marketing : enjeux et controverses »*, 26 novembre, Paris.
- DIASIO N. (2004), L'enfant gourmand entre dextérité et infortune, *Au palais de dame Tartine*, éd. N. Diasio, Paris, L'Harmattan, 81-111.
- DION D. (2008), L'observation filmée, *À la recherche du consommateur : nouvelles techniques pour mieux comprendre le client*, éd. D. Dion, Paris, Dunod, 29-50.
- DONNENFELD S. et GOODHAND A. (1998), A picture is worth one thousand words, *Marketing and Research Today*, 26, 1, 4-17.
- EKSTRÖM K.M., TANSUHAJ P.S. et FOXMAN E.R. (1987), Children's influence in family decisions and consumer socialization: A reciprocal view, *Advances in Consumer Research*, 14, éd. M. Wallendorf et P. Anderson, Provo (UT), Association for Consumer Research, 283-287.
- ELLIOTT R. et LEONARD C. (2004), Peer pressure and poverty: Exploring fashion brands and consumption symbolism among children of the "British poor", *Journal of Consumer Behaviour*, 3, 4, 347-359.
- ETIÉVANT P., BELLISLE F., DALLONGEVILLE J., ETILÉ F., GUICHARD E., PADILLA M. et ROMON-ROUSSEAU M. (2010), *Les comportements alimentaires. Quels en sont les déterminants ? Quelles actions, pour quels effets?*, expertise scientifique collective, rapport INRA (France), 275 p.
- EZAN P. (2004), *De l'objet de collection à l'objet social, impact des pratiques de consommation enfantine et des stratégies marketing dans la diffusion d'une mode*, thèse de doctorat ès sciences de gestion, université de Caen Basse-Normandie.
- EZAN P. (2006), Impact du point de vente sur les expériences de collection des enfants : une illustration par l'ethnographie visuelle, *9<sup>e</sup> colloque Étienne Thil*, 28-29 septembre, La Rochelle.
- EZAN P. (2009), De l'intérêt de la méthode ethnographique pour comprendre les pratiques de consommation des enfants, *Recherche et applications en marketing*, 21, 4, 77-95.

- EZAN P., GOLLETY M., GUICHARD N. et HÉMAR-NICOLAS V. (2009), « Tu pousses le bouchon un peu trop loin, Maurice ! » – Vers un repérage des leviers publicitaires influençant les enfants. Application au domaine alimentaire, *Actes des 14<sup>e</sup> journées de Recherche en marketing de Bourgogne*, éd. M. Filser, Dijon, université de Bourgogne.
- FISCHLER C., éd. (1996a), *Pensée magique et alimentation aujourd'hui* (Actes du colloque pluridisciplinaire international de Paris, 19-20 octobre 1994), Paris, OCHA (Les cahiers de l'OCHA ; 5).
- FISCHLER C., éd. (1996b), *Le repas familial vu par les 10-11 ans* (enquête réalisée à l'école auprès de 6 014 enfants à Paris et en Haute-Saône), Paris, OCHA (Les cahiers de l'OCHA ; 6).
- FISCHLER C. et CHIVA M. (1985), *La formation des goûts alimentaires chez l'enfant et l'adolescent*, rapport de recherche CNRS, Paris, DGRST.
- GARABUAU I., DESJEUX D. et TAPONIER S. (1996), *Recherche sur les processus d'héritage et d'innovation dans les comportements alimentaires et culinaires des jeunes en France*, Paris, Argonautes – Ministère de l'Agriculture – Ministère de la Recherche – Nestlé Sopad, 268 p.
- GOLLETY M. (1997), *Communication familiale et comportement de consommation de l'enfant*, thèse de doctorat ès sciences de gestion, université Paris IX Dauphine.
- GOLLETY M. (1999), Lorsque parents et enfants s'apprennent mutuellement à consommer..., *Décisions marketing*, 18, septembre-décembre, 69-80.
- JI M.F. (2008), Child-brand relations: A conceptual framework, *Journal of Marketing Management*, 24, 5-6, 603-619.
- KAUFMANN J.-C. (2005), *Casseroles, amour et crises. Ce que cuisiner veut dire*, Paris, A. Colin.
- LALANNE M. et TIBÈRE L. (2008), Quand les enfants font craquer les modèles alimentaires des adultes, *Enfance*, 60, 3, 271-279.
- LARDELLIER P. (2011), *Opéra bouffe: une anthropologie gourmande de nos modes alimentaires*, Cormelles-le-Royal, Éditions EMS (Societing).
- LÉVI-STRAUSS C. (1962), *Le totémisme aujourd'hui*, Paris, PUF.
- MALINOWSKI B. (1922), *Les Argonautes du Pacifique occidental*, 1<sup>re</sup> éd., Paris, Gallimard.
- MARSHALL D. (2010), Becoming consumers: Meals and food socialization in the family, 9<sup>th</sup> *International Conference on Multidisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption*, 21-23 juin, Norrköping.
- MAUSS M. (2007), *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Paris, PUF [texte de l'article paru en 1923-1924 dans *L'année sociologique*, seconde série, t. I, 30-186].
- MINTZ S.W. et DU BOIS C.M. (2002), The anthropology of food and eating, *Annual Review of Anthropology*, 31, 99-119.
- MONTANARI M. (2010), *Le manger comme culture*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles.
- NØRGAARD M.K., BRUNS K., CHRISTENSEN P.H., MIKKELSEN M.R. (2007), Children's influence on and participation in the family decision process during food buying, *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 8, 3, 197-216.
- PERSSON OSOWSKI C., GÖRANZON H. et FJELLSTRÖM C. (2012), Children's understanding of food and meals in the foodscape at school, *International Journal of Consumer Studies*, 36, 1, 54-60.
- POULAIN J.-P. (2002), *Sociologies de l'alimentation*, Paris, PUF.

- RIGAL N. (2006), Le point de vue de la psychologie : le plaisir s'éduque-t-il?, *Le plaisir : ami ou ennemi de notre alimentation ?* (Actes du colloque de l'Institut français pour la nutrition, 12 décembre 2006), Institut français pour la nutrition, 77-86, en ligne à l'adresse suivante : [http://archive-fr.com/page/7893/2012-05-15/http://www.ifn.asso.fr/acte\\_colloque/le-plaisir-ami-ou-ennemi-de-notre-alimentation/22.html](http://archive-fr.com/page/7893/2012-05-15/http://www.ifn.asso.fr/acte_colloque/le-plaisir-ami-ou-ennemi-de-notre-alimentation/22.html).
- RODHAIN A. (2006), Brands and the identification process of children, *Advances in Consumer Research*, 33, éd. C. Pechmann et L. Price, Duluth (MN), Association for Consumer Research, 549-555.
- ROEDDER JOHN D. (1999), Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research, *Journal of Consumer Research*, 26, 3, 183-213.
- ROMANI S. (2005), Feeding post-modern families: Food preparation and consumption practises in new family structures, *European Advances in Consumer Research*, 7, éd. K.M. Ekström et H. Brembeck, Göteborg (Suède), Association for Consumer Research, 250-254.
- SIROTA R. (1998), Les copains d'abord. Les anniversaires de l'enfance, donner et recevoir, *Ethnologie française*, 28, 4, 457-471.
- WANSIK B. (2003), Profiling nutritional gatekeepers: Three methods for differentiating influential cooks, *Food Quality and Preference*, 14, 4, 289-297.
- WARD S. (1974), Consumer Socialization, *Journal of Consumer Research*, 1, 2, 1-14.
- YOUNG B. (2003), Does food advertising influence children's food choices? A critical review of some of the recent literature, *International Journal of Advertising*, 22, 4, 441-460.
- ZAJONC R.B. et MARKUS H. (1982), Affective and cognitive factors in preferences, *Journal of Consumer Research*, 9, 2, 123-131.

