

SOCIOLOGIE

Évolution démographique ou évolution culturelle ?

Transformations des habitudes de boire à domicile en France selon la catégorie socioprofessionnelle, durant la période 1965-1979

Pekka SULKUNEN (*)

Mots clés : Démographie. Evolution socioculturelle. Habitudes de boire. Catégories socioprofessionnelles.

Key words : Demographie. Sociocultural evolution. Drinking habits. Socioprofessional groups.

Résumé

L'examen de l'évolution qui caractérise la consommation d'alcool depuis deux décennies révèle que la France fait exception à la règle. Tandis que, dans la plupart des autres pays, la consommation de boissons alcoolisées connaît une augmentation, le phénomène inverse est observé en France où le recul est clairement perceptible. Parallèlement à cet exceptionnelle évolution, une certaine similarité avec d'autres pays apparaît tout aussi manifeste : le recul constaté affecte la consommation traditionnelle — la consommation à domicile et celle de cidre et de vin.

Le présent article discute diverses hypothèses pour expliquer cette irrégularité et conclut que ni les facteurs d'approvisionnement ni la diffusion culturelle par les médias d'habitudes internationales de consommation, ni l'évolution démographique

Abstract

France is an exception to a general rule in the developments of her alcohol consumption during a couple of decades. Whereas in most other countries alcoholic beverage consumption has increased, in France a clear decrease can be observed. On the other hand, behind this exceptional development a certain similarity to other countries is also clear : it is the traditional part of alcohol consumption — consumption at home and consumption of wine and cider — which counts for the decrease in total consumption.

This article discusses various hypotheses to explain this irregularity, to conclude that neither supply factors, nor cultural diffusion of international consumption habits by the mass media, nor demographic change could explain the developments in France.

(*) Social Research Institute of Alcohol Studies, Kalevankatu 12, 00100, Helsinki (Finlande).

ne suffisent à expliquer l'évolution survenue en France.

L'analyse se fonde sur les enquêtes sur la consommation alimentaire des ménages français, effectuées périodiquement par l'INSEE. Ces enquêtes, si elles couvrent relativement bien la consommation d'alcool à domicile, excluent toutefois la consommation dans les restaurants, les cafés, etc.

L'urbanisation relativement rapide de la population rurale, durant la période étudiée, a incontestablement contribué à la tendance au recul, la consommation d'alcool étant en effet traditionnellement élevée dans les zones rurales. L'évolution sociodémographique survenue ne représente toutefois qu'une très faible part de l'évolution globale.

Afin de permettre une meilleure compréhension du cas français, un modèle culturel est élaboré, en s'appuyant sur certaines idées empruntées à la sociologie culturelle de Pierre Bourdieu.

L'observation révèle que la population française ne devient pas plus homogène en termes d'habitudes de consommation d'alcool. Tous les groupes ont réduit leur consommation d'alcool, tout en diversifiant la structure des boissons consommées au profit des boissons modernes. De même, les groupes — les catégories professionnelles urbaines — qui avaient déjà acquis des habitudes de boire relativement modernes au début de la période étudiée ont continué de réduire leur consommation de cidre et de vin au profit de la bière et de boissons alcoolisées distillées, tout en réduisant le niveau de la consommation globale.

Ce résultat est interprété comme un processus de concurrence culturelle, dans lequel les nouvelles couches moyennes prennent la tête du mouvement, les groupes nantis d'un capital culturel plus modeste suivant celui-ci.

En conclusion, le recul de la consommation d'alcool, dans le cas de la France, n'est un processus ni de saturation ni de substitution. Il semble plutôt que le processus de modernisation qui s'accompagne, dans d'autres pays, d'une augmentation de la

The analysis is based on French household consumption surveys, which are periodically produced by the French Statistical Office (INSEE). These statistics cover real alcohol consumption relatively well at home but exclude the consumption in restaurants, cafés, etc.

The relatively rapid urbanization of the rural population during the study period has admittedly contributed to the decreasing trend, because alcohol consumption in the rural areas has traditionally been at a high level. However, the socio-demographic change counts only for a very small fraction of the total change.

For a better understanding of the French case, a cultural model is developed, following some of the ideas of Pierre Bourdieu's cultural sociology.

It is observed that the French population is not becoming more homogenized in terms of its alcohol consumption habits. All groups have lowered their alcohol consumption and diversified its beverage structure towards modern drinks. Also those groups — the urban professional classes — who already had acquired relatively modern drinking habits by the beginning of the study period, have continued to move away from wine and cider to drink more beer and distilled alcoholic drinks, while lowering their overall consumption level at the same time.

This result is interpreted as a process of cultural concurrence, where the new middle classes lead the development and the groups with less cultural capital follow the trend.

It is concluded that in the French case the decrease in alcohol consumption is neither a process of saturation nor of substitution. Instead, it seems that the process of modernization which in other countries involves an increased use of alcohol, takes in France the opposite form in which alcohol becomes increasingly banalized. It is also concluded that this dynamic process is incomplete and likely to continue still some time.

consommation d'alcool, subisse une banalisation croissante. Autre conclusion, ce processus dynamique, inachevé, semble appelé à se poursuivre encore pendant un certain temps.

I. INTRODUCTION

Il est bien connu que la consommation d'alcool est en baisse en France depuis des décennies. A cet égard la France fait exception à la règle. Durant la même période, surtout à partir des années soixante, la consommation augmente dans la plupart des pays industrialisés.

Ce sont les boissons alcooliques traditionnelles — c'est-à-dire, en France, le vin et le cidre — qui ont reculé, au profit des boissons dites « modernes ». Dans le cas de la France les boissons traditionnelles ont même perdu de leur importance en termes absolus, tandis que dans d'autres pays ce changement a été seulement relatif. Les boissons modernes en France sont le whisky, la vodka, la bière et les vins de qualité qui ont pris en partie la place du vin ordinaire.

Ces deux aspects : faire exception tout en étant conforme à une règle presque mondiale, rend la France particulièrement intéressante comme objet d'une recherche sur la « modernité ». Pays viticole, elle possède une longue tradition en ce qui concerne la consommation d'alcool à un niveau assez élevé. Le contraste entre les manières traditionnelles de boire et les habitudes modernes de consommation y est particulièrement éclairant.

Parce que les parallélismes dans les changements en modèles de consommation entre la France et d'autres pays sont si évidents, nous sommes tentés de croire que les développements économiques, sociaux et culturels de la consommation d'alcool possèdent en fin de compte un véritable dénominateur commun que nous ne connaissons pas *a priori*, mais dont nous ne pouvons mettre en doute l'existence.

J'appelle ce facteur sous-jacent — et un peu mystérieux — la modernité, mais je souligne que cela est une locution vide. La « modernisation » des habitudes de boire — ou des habitudes de consommation en général — ne se veut ni une explication, ni même une description substantielle ou sociologique. Cette conceptualisation ne veut rien dire d'autre que signaler l'existence d'une question : il y a peut-être quelque chose là, mais nous ne savons pas ce que c'est. Pas encore. C'est là justement où la recherche commence à être intéressante...

La seule supposition importante dans une telle conception est que le phénomène de l'augmentation de la consommation d'alcool dans le monde industrialisé est plus qu'un hasard. Seul aspect de la vaste transformation du mode de vie et des pratiques de consommation, cette restructuration de nos rapports à l'alcool est un fait caractéristique de notre époque. En tant que tel, il ne peut pas être isolé des autres aspects de notre mode de vie, et selon moi il doit être conceptualisé en termes de grands changements sociaux, économiques et culturels dans les pays industrialisés à l'époque de l'après-guerre. Mais pour que cela soit fait, nous devons mieux préciser notre connaissance de ce phénomène. Qu'est-ce que cette modernisation des habitudes de boire et comment est-elle reliée aux autres changements de la société moderne ?

A. Les questions

Dans la littérature internationale sur la consommation d'alcool, deux types de réponses à ces questions sont fréquemment évoqués. D'abord, l'approche économique fixe son attention sur les facteurs de l'offre : internationalisation du marché, transformation de l'agriculture, pouvoir énorme des conglomérats de manipuler le consommateur [1].

A côté des objections théoriques, les expériences françaises présentent une difficulté empirique à cette approche en France. Les évolutions de la consommation publique et de la consommation à domicile divergent : en même temps que la consommation diminue à domicile, elle augmente au dehors, dans les cafés, dans les restaurants, etc. (tableau 2).

Cela est une bonne occasion de souligner que la disponibilité n'est pas seule responsable. La disponibilité pour la consommation à domicile n'a pas été plus affectée que celle pour la consommation au dehors — au contraire. L'évolution des prix dans les cafés par exemple a été plus rapide que dans les magasins.

La deuxième explication simpliste renvoie souvent à l'influence des communications de masse et du tourisme. Les frontières nationales ne sont plus des frontières culturelles (dans le sens anthropologique du terme), dit-on, et en conséquence ce n'est que normal que les modes de consommation soient de plus en plus harmonisés.

D'une part cet argument rejoint la théorie économique : les conglomérats internationaux, aussi bien ceux de l'industrie de la culture de masse que ceux qui ont des intérêts dans l'industrie des biens de consommation, exercent leur pouvoir de manipulation du consommateur pour élargir le marché de leurs produits. Tout cela influe bien sûr.

Mais il nous reste à voir comment les différents groupes sociaux sont affectés par ces forces économiques. Les conditions de vie et l'habitus culturel [2] agissent comme une force de résistance contre l'universalisation culturelle. Bien plus, la modernisation des habitudes de boire ne suit pas le même cours dans les divers pays. Dans des pays où la boisson alcoolique la plus répandue est la bière, ce sont le vin et l'alcool fort qui ont gagné en popularité. Par contre, dans les pays viticoles comme la France, c'est justement la bière qui constitue l'élément le plus important dans les habitudes modernes de consommation. Donc la modernisation des habitudes de boire n'est pas fixée à certaines boissons (ou plus généralement à certains produits) et à l'influence de leurs producteurs, quelque forte et universalisante qu'elle soit.

Le projet final de cette étude sera justement un effort de définition du *contenu* de cette modernisation, indépendamment de sa forme. Dans ce premier article nous explorerons le processus sous son aspect démographique, pour voir comment il est en fait répandu dans les diverses classes sociales. Pour cela l'hypothèse de l'influence des communications de masse est clairement insuffisante et même trompeuse. Un troisième point de vue est nécessaire. Les conditions de vie changent. Elles ne changent pas seulement en ce qui concerne leurs aspects quantitatifs, mais aussi qualitativement.

Premièrement, la population est en cours de « reclassement » — la structure démographique selon les catégories socioprofessionnelles, géographiques, etc. — change. Deuxièmement, les catégories sociales vivent une transformation perpétuelle dans leurs styles de vie et dans leurs goûts ; dans leurs options et optiques devant les choix

concernant le marché du travail, la consommation, les loisirs, l'interaction sociale. Ce sont ces changements du *mode de vie* qui ont particulièrement suscité l'intérêt des chercheurs en ce qui concerne la consommation croissante de l'alcool dans le monde industrialisé.

D'abord, il est évident que le pouvoir d'achat a influé sur la qualité et sur la quantité d'alcool consommé. Dans une telle optique, le phénomène qui fait l'objet de notre étude serait sans intérêt. Le progrès économique et le volume croissant des loisirs dans les pays industrialisés semblent être les causes des transformations des modes de vie et des modes de loisir en général. L'homogénéisation des formes de consommation peut être vue d'emblée comme une conséquence de l'homogénéisation des conditions économiques de la vie.

Pourtant, les observations statistiques ne confirment pas cette hypothèse.

L'augmentation de la consommation n'est pas corrélée à la croissance économique dans les différents pays. Par exemple, Partanen [3] a montré que les corrélations statistiques entre la consommation d'alcool et la croissance économique dans les pays de l'Europe de l'Ouest sont faibles, ce dont la France est un exemple parfait. La diminution des populations agricoles ne coïncide pas non plus avec l'augmentation de la consommation d'alcool.

Il faut noter encore que la consommation d'alcool n'a pas toujours augmenté lorsque le pouvoir d'achat et le volume des loisirs se sont élevés. La consommation d'alcool resta stable et elle diminua même dans quelques cas pendant l'entre-deux-guerres, époque où le volume total des loisirs était vivement en progrès [4, 5, 6].

Enfin, le reclassement en soi donne de l'importance à cette question. Dans la plupart des pays industrialisés la révolution agricole a exilé un grand nombre de paysans et d'ouvriers agricoles. Comme dans plusieurs de ces pays la population agricole consomme traditionnellement moins d'alcool que la population urbaine, la conséquence toute simple est une augmentation du niveau de la consommation globale.

Le cas français est ici un exemple précieux pour la vérification de cette hypothèse. En France ce sont les populations agricoles qui consomment davantage d'alcool. Comme le nombre de ces populations faiblit assez rapidement dans les années 1960 et 1970 on pourrait supposer que ce facteur démographique explique déjà une grande partie de la diminution de la consommation d'alcool.

La France est souvent citée comme le cas par excellence d'une *saturation*. Cette hypothèse s'offre naturellement dans un pays où la consommation est à un niveau très haut comparé aux autres pays et où ce niveau est en baisse.

Une saturation peut avoir plusieurs sens. Ou bien il y a une limite absolue qui ne peut être dépassée par aucune collectivité humaine sans provoquer des complications physiologiques ou psychologiques. Ou bien la vie moderne est elle-même devenue si compliquée qu'elle exclut l'usage de l'alcool à un degré bien toléré autrefois [7]. Toutes ces hypothèses, fréquemment évoquées pour interpréter l'exception française, s'appuient sur le fait que c'est le pays ayant le plus haut niveau de consommation qui a commencé à le réduire. Une analyse de cette diminution par catégories sociales en France nous donnera la possibilité de vérifier ces hypothèses.

C'est pour ces raisons qu'une étude de la consommation d'alcool dans les différentes catégories sociales et régionales est importante. Malheureusement, nous ne pou-

vons réaliser cette étude que pour la consommation à domicile, car les statistiques n'existent pas pour la consommation totale selon la région ou la classe sociale. Mais comme nous le verrons, la diminution ne concerne que la consommation à domicile, et nous étudierons donc uniquement ce mode de consommation.

B. Le matériel

Le matériel de cette étude provient des enquêtes alimentaires de l'INSEE, menées depuis 1965 presque annuellement [8]. Ces enquêtes sont réalisées auprès d'échantillons représentatifs de l'ensemble des ménages ordinaires. L'échantillon de ménages interrogés chaque année a été calculé selon une proportion uniforme de 1/1 500 ; de ce fait un peu plus de 10 000 ménages ont été interrogés, chacun sur la consommation d'une semaine. Les statistiques sont données dans les publications de l'INSEE comme estimations de consommation par personne et par an pour tous les produits alimentaires consommés en France. Les boissons alcooliques se répartissent ainsi :

- 91 : vins (champagne et mousseux compris) ;
- 92 : apéritifs, eaux de vie et liqueurs ;
- 93 : bière ;
- 94 : cidre.

La qualité générale et la représentativité sont considérées comme satisfaisantes ou même bonnes. L'estimation des boissons alcooliques est considérée comme très bonne pour la bière, mais les consommations de vins et d'apéritifs, etc. sont sous-estimées d'environ 25 %, ce qui est un résultat exceptionnel quant aux boissons alcooliques. Dans d'autres pays, on est habitué à des résultats beaucoup moins satisfaisants.

Pour obtenir une estimation de la consommation totale d'alcool à domicile, j'ai utilisé les degrés moyens de contenu alcoolique suivants :

- vin : 11 % ;
- bière : 4,5 %
- apéritifs : 40 %
- cidre : 6 %.

Ces estimations ne sont que des approximations. Evidemment, le contenu alcoolique de la bière s'est élevé au cours des années, alors que celui du vin a baissé (Haut Comité d'études et d'information sur l'alcoolisme, 1980), mais ces inexactitudes n'ont aucune importance au niveau de précision de nos chiffres.

Le classement socioprofessionnel se fonde sur le code de recensement démographique de l'INSEE utilisé en 1962.

Ce classement est évidemment critiquable. Les dénominations affectées aux catégories ne sont pas toujours évidentes. Par exemple les « artisans » sont inclus dans la catégorie « professions indépendantes », alors qu'il existe des différences notables entre eux et les « professions libérales » (médecins, architectes, etc.) en ce qui concerne le niveau de vie, la nature du travail, l'habitat, l'éducation, etc. Que la précision des statistiques du point de vue sociologique ne soit pas aussi exacte que souhaitable n'est pas une nouveauté. Nous ne pouvons rien faire à cela ; ou bien nous utilisons ce que nous avons ou bien toute cette recherche doit être abandonnée.

Les enquêtes alimentaires françaises constituent toutefois une série unique dans le monde. Même si la précision n'est pas toujours parfaite, il faut apprécier son utilité dans la recherche historique. C'est une possibilité qui ne s'offre pas dans beaucoup de pays. Comme on le verra bientôt, ces statistiques nous offrent au moins plusieurs idées stimulantes pour une théorie de la modernité.

II. RÉSULTATS

Les évolutions des consommations de boissons alcoolisées selon la catégorie socio-professionnelle sont présentées à la figure 1. Cette figure montre d'emblée que rien de spécial ne s'est passé dans la diminution de la consommation d'alcool en France, même si le mouvement n'est pas identique dans toutes les catégories socioprofessionnelles.

Ce premier résultat tend à prouver que les boissons alcooliques font partie d'un *ensemble culturel* (anthropologique) de la consommation. Sa taille et ses formes dans une population ne sont pas strictement et fonctionnellement déterminées par des conditions de vie telles que la profession. Elles varient selon les mécanismes du marché culturel — et le marché culturel ne coïncide pas avec le marché professionnel [2]. L'alcool est un élément sensitif du style et du goût ; son rôle matériel — comme source d'énergie par exemple — est devenu faible. La valeur d'usage de l'alcool est de plus en plus symbolique : un moyen d'intégration et d'interaction, une expression d'identité et un symbole du pouvoir social et culturel [9].

Ainsi, l'hypothèse démographique ne tient pas bon, à la lumière de nos statistiques. On peut vérifier très exactement l'influence des changements dans la structure de classe démographique, si l'on calcule le niveau théorique de la consommation à partir de l'hypothèse que rien d'autre n'a changé dans la population que sa structure de classe.

Par exemple, on suppose que les agriculteurs boivent en 1979 comme ils buvaient en 1965. Seulement leur nombre ayant diminué, le niveau de consommation de la population entière devrait être moins élevé puisque les agriculteurs étaient les plus forts consommateurs en 1965. La consommation théorique de chaque boisson se calcule selon la formule suivante :

$$\text{consommation théorique en 1979} = \sum_{i=1}^6 \frac{P_i 79 \times C_i 65}{P_i 65} \times \frac{1}{79}$$

où i ($i = 1 \dots 6$) désigne les catégories socioprofessionnelles, P_i désigne le nombre de personnes dans chaque catégorie i , et C_i désigne les quantités consommées par chaque catégorie socioprofessionnelle. Les sous-indices 65 et 79 renvoient aux années 1965 et 1979.

En faisant les calculs exacts pour toutes les catégories socioprofessionnelles, on arrive au tableau suivant :

Tableau 1**Consommation des boissons alcoolisées à domicile en France en 1965 et en 1979**

Consommation vraie et consommation théorique estimées sur la supposition que les catégories socioprofessionnelles soient restées chacune à son niveau original (1965) de consommation, mais que seule leur taille relative dans la population entière ait changé.

en litres par personne	1965 vraie	1979 théorique	1979 vraie
Vin	90,6	89,1	54,9
Apéritifs, etc	2,7	2,9	3,8
Bière	21,1	21,7	16,6
Cidre.....	13,0	10,2	4,9
Total 100 % Alcool	12,8	12,5	8,6

Très simplement, le reclassement démographique de la population française n'explique aucunement la diminution de la consommation d'alcool. Le facteur démographique, seul, a contribué à cette diminution, il est vrai, mais cette contribution n'est que de 0,3 litre, alors que la diminution réalisée est de 4,2 litres (de 12,8 à 8,6 litres). Ce n'est pas la structure de classe qui importe, ce sont tous les français, quelle que soit la classe socioprofessionnelle, qui ont ralenti leur consommation d'alcool.

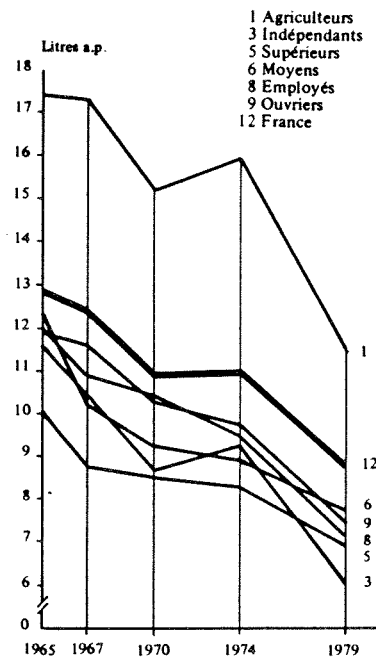
Regardons encore les chiffres pour chaque type de boisson (tableau 1). Le même résultat se répète en ce qui concerne le vin et le cidre : la consommation de ces boissons a diminué fortement, mais une part minime de cette diminution est directement due à l'évolution de la structure de classe. Par contre, la consommation des boissons « modernes », les alcools forts, a augmenté. Dans cette augmentation le rôle de « reclassement » de la population est toujours très faible. La consommation de bière a diminué à domicile alors qu'elle a augmenté au dehors (tableaux 1 et 2). C'est une boisson rafraîchissante moderne, mais elle est surtout consommée dans les cafés et dans les restaurants. C'est pour les agriculteurs seuls que la bière représente une boisson moderne aussi à domicile (figure 1c). En conséquence, sa consommation aurait augmenté à cause de la diminution en nombre des agriculteurs de 0,6 litre si toutes les catégories socioprofessionnelles étaient restées à leur propre niveau originel de consommation de 1965 à 1979. Mais la consommation vraie a diminué radicalement (d'environ 20 %) en dépit du fait que les agriculteurs en boivent davantage. Tant est rapide la diminution de la consommation à domicile chez les catégories urbanisées.

Tableau 2**Consommation totale moins la consommation à domicile en France**

(en litres par personne)

	1965		1979	
	L	%	L	%
Vin	4,13	63,4	5,06	66,2
Apéritifs, etc	1,33	20,4	1,03	13,5
Bière	1,05	16,1	1,55	20,3
Total	6,51	99,9	7,64	100,0

Figure 1a
Evolution de la consommation de boissons alcoolisées par catégories socioprofessionnelles
Toutes boissons alcooliques confondues, réduites en alcool pur.



Comme on le voit à la figure 1c, les catégories professionnelles se rapprochent en ce qui concerne la consommation de la bière à domicile. A cet égard, la population française a homogénéisé ses habitudes de consommation. Est-ce un parallélisme avec l'évolution comparative de la consommation entre différents pays, dont on a montré une homogénéisation aussi bien en ce qui concerne le niveau de consommation totale que dans la structure de la consommation selon le type de boisson [10] ?

Cette homogénéisation peut être étudiée de deux points de vue. Premièrement, on peut examiner les différences de consommation de chaque type de boisson selon des catégories socioprofessionnelles. Deuxièmement, on peut analyser la structure de leur consommation selon le type de boisson (comme on l'a fait ailleurs pour les différents pays [10]).

En ce qui concerne le premier aspect, les figures 1 a, b, c, d, e montrent les résultats en termes de litres d'alcool pur, c'est-à-dire sans rendre compte du fait que la population entière a changé de niveau de consommation.

Figure 1b. Vin

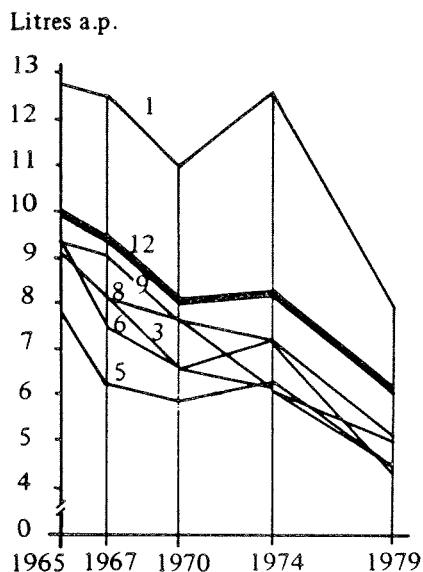


Figure 1c. Bière

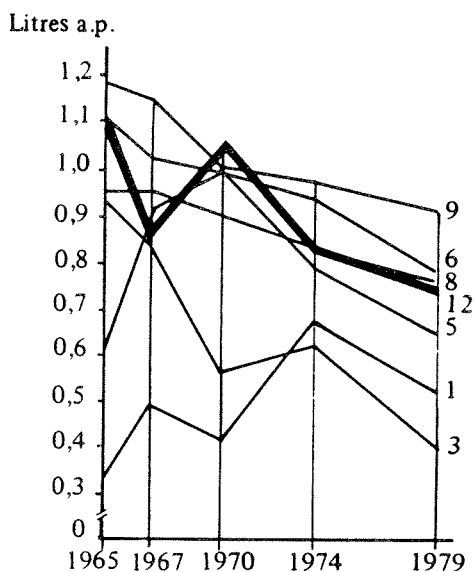
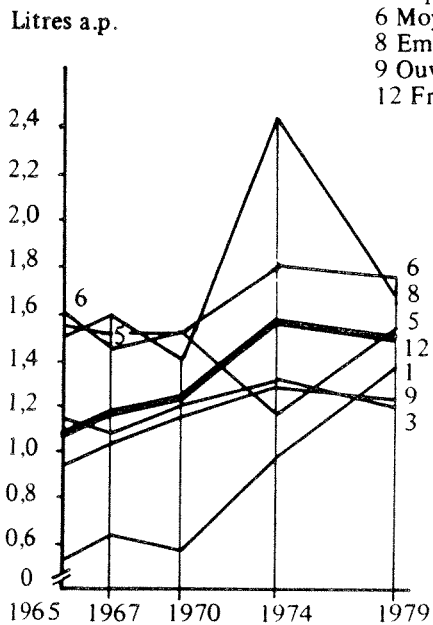
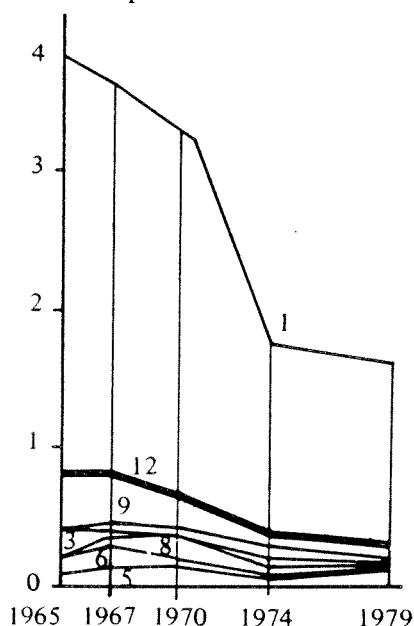


Figure 1d. Apéritifs, etc.



- 1 Agriculteurs
- 3 Indépendants
- 5 Supérieurs
- 6 Moyens
- 8 Employés
- 9 Ouvriers
- 12 France

Figure 1e. Cidre



On peut constater facilement que le tableau 1 c pour la bière confirme le résultat obtenu à la figure 1 a. Les catégories socioprofessionnelles se sont rapprochées de la moyenne de la population française, excepté les professions indépendantes. Il en va de même en ce qui concerne les apéritifs et le cidre.

Par contre, pour le vin et pour la consommation totale, seuls les agriculteurs et les cadres supérieurs se sont rapprochés de la moyenne française, chaque catégorie de son propre côté, alors que les autres catégories s'en écartent. C'est dire que les agriculteurs se distinguent de moins en moins du reste de la population en qualité d'amateurs de vin (aussi bien que des autres boissons alcoolisées), et de l'autre côté les cadres supérieurs se distinguent de moins en moins comme petits buveurs de vin (et d'alcool en général). Par contre, les autres catégories — surtout les employés et les professions indépendantes — ont diminué leur consommation plus que la moyenne de la population.

Pour avoir une vue encore plus synthétique, nous avons construit un indice de mesure de l'écart par rapport à la moyenne de tous les groupes socioprofessionnels pour la consommation totale et pour chaque type de boisson. Cet indice se calcule selon la formule suivante :

$$\delta = \frac{\sqrt{\sum_i (c_i - c)^2}}{c}$$

où c_i ($i = 1 \dots 6$) représente la consommation par personne dans la catégorie socioprofessionnelle i , et c la consommation moyenne (litres par personne) en France. Le Σ pourra être calculé pour chaque type de boisson et pour la consommation totale en 1965 et en 1979.

Tableau 3

Valeurs du Σ selon la catégorie socioprofessionnelle en 1965 et 1979 pour la consommation totale et la consommation de chaque type de boisson à domicile

	1965	1979
Totale	0,44	0,56
Vin	0,39	0,62
Apéritifs	0,93	0,36
Bière	0,82	0,61
Cidre	4,15	4,66

Les résultats se trouvent au tableau 3. On y voit que la population française s'homogénéise en ce qui concerne la consommation de bière et d'apéritifs (excepté les professions indépendantes selon les figures 1 c et 1 d, mais une telle homogénéisation n'est pas évidente en ce qui concerne la consommation du vin (et en conséquence la consommation totale). Il est évident que le clivage fondamental entre la population rurale et la population urbanisée est en voie de disparition. Les agriculteurs ne boivent plus autant d'alcool en comparaison des citadins, et ils ont accepté les boissons urbaines — la bière et les apéritifs etc. — comme une partie de leur consommation domestique. Ce clivage existe toujours, mais si l'évolution indiquée par les chiffres pour la période 1965-1979 continue dans le même sens les différences entre le citadin et l'agriculteur devraient encore se réduire.

Cela nous étonne peu. Si les pratiques de consommation dans différents pays convergent vers un modèle presque universel, pourquoi pas alors entre les différents groupes culturels d'un seul pays. Ce qui est plus compliqué à comprendre est la *divergence* persistante et même aggravée en ce qui concerne les consommations de vin et d'alcool entre les catégories urbanisées. Il n'est pas question ici d'une simple saturation, ou d'un processus de mélange où les catégories à un niveau exceptionnellement haut ralentiraient leur consommation de vin pour se conformer au reste de la population. Même les catégories proches de la moyenne de consommation l'ont vivement diminuée, ce qui a pour résultat une dispersion grandissante en consommation totale d'alcool.

Avant d'essayer une interprétation de cette évolution étonnante, examinons le deuxième facteur des rapports entre les catégories socioprofessionnelles en consommation d'alcool : celui de la structure de cette consommation selon chaque type de boisson.

Dans un autre article [9], nous avons montré que les différents pays convergent en ce qui concerne leur structure de consommation d'alcool selon chaque type de boisson. Nous y avons réparti la consommation totale d'alcool selon chaque type de boisson : le vin, la bière et les boissons distillées ensemble ; et nous avons observé que les pays qui traditionnellement ont consommé leur alcool sous forme de vin, par exemple, en consomment maintenant une partie élevée sous forme d'autres boissons. Il en va de même des pays où les boissons traditionnelles sont ou bien la bière ou bien des alcools forts (vodka, whisky, etc.). Ici, nous pouvons faire une analyse semblable sur les catégories socioprofessionnelles en France.

Dans ce pays les catégories socioprofessionnelles ont leurs traditions caractéristiques en ce qui concerne le type de boisson. Tout le monde consomme bien du vin en France depuis longtemps. Mais ce sont les agriculteurs qui en boivent sensiblement le plus, alors qu'ils consomment peu d'alcool (à domicile), de bière ou d'apéritifs, etc., c'est-à-dire des types de boisson préférés par les catégories urbaines. Les apéritifs, etc. sont surtout les boissons des cadres supérieurs alors que la bière est la boisson typique des ouvriers urbains, aussi bien en France que dans d'autres pays. Le cidre, par contre, est, en France, consommé presque uniquement par la population agricole (22 % de l'alcool total en 1965 contre moins de 6 % de l'alcool consommé par les autres catégories).

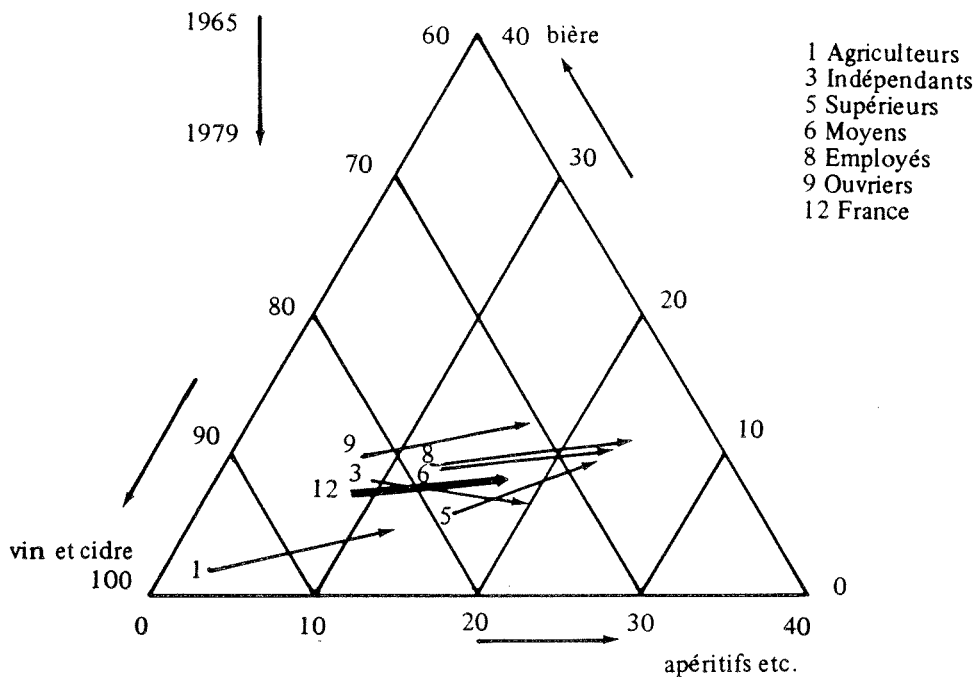
Au cours de l'évolution 1965-1979, ces différences dans le style de boire l'alcool, dans la mesure où l'on peut décrire ce style par les types de boisson, se sont atténuées. Les boissons traditionnelles ont cédé la place aux boissons nouvelles, en France comme dans d'autres pays. Le tableau suivant (tableau 4) le montre pour la population entière :

Tableau 4
Distribution de la consommation d'alcool à domicile en France
selon le type de boisson (%)

	1965	1979
Vin	78	70
Apéritifs, etc	8	17
Bière	7	9
Cidre	6	4

Pour montrer que les catégories socioprofessionnelles se sont rapprochées, nous utiliserons la méthode du triangle [10], en regroupant les boissons traditionnelles (vin et cidre) dans une seule catégorie de boisson. La figure 2 montre la diminution des boissons traditionnelles et l'introduction des boissons nouvelles (apéritifs, bière) dans chaque catégorie socioprofessionnelle aussi bien que dans la population entière.

Figure 2
Distribution de la consommation d'alcool totale à domicile selon le type de boisson dans les catégories socioprofessionnelles



Sur ce diagramme, le point d'origine des flèches désigne la distribution de la consommation d'alcool selon le type de boisson en 1965 pour chaque catégorie socioprofessionnelle et pour la France entière. Le point d'arrivée de ces flèches désigne cette distribution en 1979. Les pourcentages de cette distribution se trouvent sur les côtés du triangle : la bière horizontalement à droite, le vin et le cidre en haut à gauche, et les apéritifs, etc. en bas à gauche. Ainsi, le vin représentait 84 % de la consommation totale d'alcool des Français en 1965, les apéritifs etc. 8 % et la bière

8 %. En 1979 la part des apéritifs a augmenté à 17 % et celle de la bière à 9 %, alors que la part du vin a baissé à 74 %.

Tableau 5

Coefficients R de la distribution de la consommation d'alcool entre les différentes boissons selon la catégorie socioprofessionnelle en 1965 et en 1979

	1965	1967	1970	1974	1979
Agriculteurs					
1	25,22	24,57	24,61	23,04	20,61
Professions indépendantes					
3	19,92	19,79	18,97	18,72	16,76
Cadres supérieurs					
5	18,61	15,99	15,19	17,60	14,53
Cadres moyens					
6	18,23	17,36	16,14	14,83	14,08
Employés					
8	18,33	18,06	17,64	13,72	13,56
Ouvriers					
9	19,93	19,52	18,21	17,76	15,47
Ensemble					
12	20,73	20,22	19,17	18,35	16,64

Une analyse numérique de ce diagramme est présentée au tableau 5. Le coefficient R calculé pour ce tableau est une mesure de la distance des positions de différentes catégories socioprofessionnelles par rapport au centre du triangle théorique, dont le diagramme présenté ici ne montre qu'un angle. Le triangle intégral (théorique) couvre toutes les combinaisons théoriquement possibles des pourcentages. Pour la France seul l'angle en bas à gauche est nécessaire parce que toute la population consomme la plupart de l'alcool sous la forme du vin. Le centre du triangle intégral (qui ne se voit pas ici) représente un point où l'alcool consommé par la population (ou une catégorie de la population) est également divisé entre les trois catégories de boissons (33,33 % vin + cidre ; 33,33 % bière ; 33,33 % apéritifs etc.). Comme on le voit sur la figure 2, les flèches correspondant à toutes les catégories socioprofessionnelles aussi bien qu'à la France entière vont dans la direction de ce point.

Or, le coefficient R [10] se calcule selon la formule suivante :

$$R = \frac{\sqrt{(p_{v+c} - 33,33)^2 + (p_b - 33,33)^2 + (p_a - 33,33)^2}}{3}$$

où : p_{v+c} signifie le pourcentage de l'alcool consommé en vin et en cidre

p_b signifie le pourcentage de l'alcool consommé en bière

p_a signifie le pourcentage de l'alcool consommé en apéritifs, etc.

Ce diagramme et ce tableau nous donnent une interprétation des difficultés rencontrées tout à l'heure en étudiant les différences entre les catégories socioprofessionnelles en ce qui concerne le *niveau* de consommation de chaque type de boisson.

Nous avons observé que toutes les catégories se ressemblent de plus en plus en consommation des *apéritifs* et de la *bière*, mais que les niveaux de consommation de vin et d'alcool total divergent.

Voici l'explication. Les flèches, sur la figure 2, démontrent clairement la nature de la diminution de consommation d'alcool en France. Les habitudes de boire sont en train de se moderniser et de s'harmoniser vers une nouvelle structure de consommation selon le type de boisson. Ce processus est lié à la diminution de la quantité d'alcool consommée et il est suivi dans la même direction par la population entière. Mais les différents groupes de la population ne suivent pas ce cours au même rythme.

L'orientation est donnée par les nouvelles classes moyennes : les « cadres moyens » et les « employés », dont la taille relative dans la population est en hausse, et dont l'importance sur le marché culturel s'accroît.

Les constituants de cette nouvelle orientation sont, en plus de l'introduction de boissons nouvelles, une diminution de la consommation totale et un remplacement de la consommation à domicile par les consommations en dehors du domicile. L'évolution mène vers un point commun en ce qui concerne la structure de consommation mais elle ne mène pas à une homogénéisation de la population en ce qui concerne le niveau de consommation.

Cela est un résultat extrêmement intéressant à deux égards. Premièrement, il indique — ce qui est évident si l'on regarde les flèches du triangle — que la transformation des pratiques de boire n'est pas simplement un phénomène passif de diffusion ou de saturation, comme on pourrait le croire en comparant les évolutions dans les cultures différentes. L'évolution a un *sujet*, un animateur qui en donne la direction : les nouvelles classes moyennes. Ce n'est pas une réaction calculée aux risques de surconsommation d'alcool, car ce ne sont pas les catégories aux plus hauts niveaux de consommation qui l'ont ralentie le plus. Et ce n'est pas simplement un processus d'homogénéisation des modes de vie vers l'urbanisme ou le modernisme (quels qu'en soient les contenus), car les catégories les plus urbanisées et modernisées, qui sont à la tête de l'évolution vers une nouvelle modalité de rapports entre l'alcool et l'homme, continuent elles aussi à y participer et même à la conduire. C'est une concurrence culturelle où la position dominante est occupée par les classes moyennes, la classe la plus dominée étant la population rurale. Mais l'importance et la légitimité de cette concurrence, aussi bien que les formes en lesquelles elle se réalise dans les pratiques de consommation, sont bien partagées par toute la population française.

En second lieu, notre résultat est important parce qu'il montre que le processus est *incomplet*. Les classes moyennes, à la tête de l'évolution depuis quelque temps, n'ont pas cessé de diminuer leur consommation d'alcool. D'où la divergence accrue entre ces classes et le reste de la population pour la consommation de vin et la consommation totale analysée au tableau 2. Il est bien possible que la diminution de la consommation d'alcool, à domicile au moins, continue encore assez longtemps. Si l'interprétation de ce phénomène comme étant le résultat d'une concurrence culturelle est exacte, les classes à haut niveau de consommation et surtout de consommation de vin ont une longue voie devant eux pour s'approcher des groupes qui sont en tête de l'évolution. Cela implique d'abord que la France aboutira probablement à une consommation d'alcool beaucoup moindre encore qu'aujourd'hui. Deuxième-

ment, la nature incomplète de ce processus implique que la diminution en consommation d'alcool ne dépend pas directement de la structure de classe en France. Le haut degré de modernité, caractéristique aujourd'hui des classes moyennes, n'a pas freiné leur tendance à réduire leur consommation de vin, même s'il l'a fait en ce qui concerne la bière. Evidemment, la transformation des habitudes de boire n'est pas une fonction des conditions dites objectives de vie. Elle dépend plutôt des valeurs culturelles et significatives assignées aux boissons alcoolisées. Il n'y a pas d'algorithme entre les pratiques de consommation d'alcool et la structure démographique, économique ou sociale de la société. Tout dépend des significations sociales données à l'alcool aussi bien que des structures de domination dans le monde culturel.

III. CONCLUSIONS ET DISCUSSION

Résumons les résultats obtenus au cours de l'analyse précédente sur les développements de la consommation d'alcool selon la catégorie socioprofessionnelle. Nous avons constaté auparavant que la diminution de la consommation d'alcool est limitée à la consommation à domicile. Comment cette diminution s'est-elle située dans les catégories socioprofessionnelles ?

D'abord, la première hypothèse souvent présentée, peut être réfutée : le facteur démographique n'a pratiquement aucune importance. Les groupes socioprofessionnels qui consomment traditionnellement le plus ont diminué, c'est vrai. Mais ce reclassement n'explique pas la diminution de la consommation d'alcool à domicile en France. Cette diminution s'explique d'une autre façon. Toutes les catégories socioprofessionnelles ont diminué leur consommation totale, aussi bien les agriculteurs, le groupe qui apporte, dans la moyenne nationale, les quantités les plus élevées, que les autres catégories.

En deuxième lieu, nous nous attendions à ce que la population française s'homogénéise en ce qui concerne la consommation de boissons alcoolisées. Et cela est vrai selon l'analyse des chiffres concernant la consommation à domicile. La catégorie socioprofessionnelle la plus éloignée de la moyenne française pour ses consommations de boissons alcoolisées — les agriculteurs — a augmenté rapidement sa consommation de bière et d'apéritifs, etc., mais elle a aussi rapidement diminué sa consommation de vin et de cidre. Ainsi, vers la fin de la période d'investigation étudiée ici, les agriculteurs se rapprochent déjà sensiblement de la « norme » nationale.

Mais cette homogénéisation ou convergence n'est que partielle. Elle ne signifie pas qu'il y ait un mode standardisé de consommation vers lequel les groupes culturellement dominés avancent rapidement, tandis que ceux qui en sont déjà proches restent plus ou moins à leur place. Au contraire, les catégories socioprofessionnelles qui sont à l'avant-garde de l'évolution la dirigent. Les nouvelles classes moyennes, déjà à un niveau de consommation relativement modéré en ce qui concerne le vin, poursuivent dans le même sens, d'où une divergence persistante entre eux et les autres catégories socioprofessionnelles.

La seule interprétation qui semble rendre compte de cette évolution — qui au premier regard paraît curieuse et peu conforme à l'attente — est une conceptualisation dynamique. La direction de changement est la même dans la population entière.

Mais les différentes catégories sociales n'ont pas atteint les mêmes étapes du processus. Les nouvelles classes moyennes conduisent le progrès, quantitativement vers moins de consommation et qualitativement vers une diversité grandissante de boissons aussi bien que des occasions de boire de l'alcool. L'évolution est incomplète en ce sens que les classes de tête ne ralentissent point le rythme de changement et que les autres classes les suivent vraisemblablement encore pour longtemps. C'est un processus de concurrence culturelle, où les formes nouvelles de comportement envers l'alcool possèdent une valeur positive et les formes traditionnelles — comme par exemple l'usage quotidien du vin — possèdent une valeur nettement négative.

Il n'est pas question ici d'une saturation ni d'une substitution. Une saturation impliquerait que ce seraient surtout les groupes au sommet de la hiérarchie de consommation qui la ralentiraient le plus radicalement. Ce n'est pas le cas ici. Une substitution quant à elle impliquerait que la place des boissons abandonnées serait prise par des boissons nouvelles. Et cela n'est pas le cas en France non plus. Aucune explication mécanique ne semble satisfaisante. Seule une interprétation à partir des valeurs symboliques, aussi bien positives que négatives, nous aide à comprendre les aspects particuliers et fort compliqués de l'évolution de la consommation française de boissons alcoolisées.

Ces analyses nous rapprochent des conceptualisations de Pierre Bourdieu en matière de pratiques culturelles, y compris les pratiques de consommation. Bourdieu conceptualise le monde social en termes d'une lutte symbolique pour le prestige et pour le pouvoir entre les classes dominantes et dominées. Cette lutte se passe dans des domaines divers : consommation et production, esthétique et divertissement, sport et art, travail et loisir. Les armes de cette lutte sont le capital économique et le capital culturel, et l'objet à conquérir est la *distinction* dans le double sens du mot : distinction comme capacité de faire et reconnaître des différences symboliques entre les objets de consommation, et différences entre soi et autrui quant au goût, au jugement, et à la compétence culturelle. Par exemple, les classes culturellement dominantes tiennent à porter des habits différents pour le travail et pour le sport, pour les sorties et pour l'intérieur, tandis que les classes dominées soutiennent un système de distinctions vestimentaires beaucoup moins élaboré et moins conscient. Le but d'une telle démonstration de compétence culturelle n'est pas limité à l'aspect vestimentaire. C'est une lutte sociale et culturelle pour la position de domination, où la collusion des deux partenaires : la distinction et la prétention, l'affirmation et la contestation du prestige et du pouvoir, est indispensable à la production et à la reproduction du monde social. Les adversaires de la haute culture et de la culture moyenne ou populaire n'existent que l'un par l'autre et c'est leur relation ou même leur collaboration en lutte qui donne un sens aux pratiques culturelles telles que la consommation [2].

Cette lutte est profondément agitée et instable. Les valeurs des objets et des formes de comportement changent sans cesse. Ce qui était « chic » hier est « chiqué » aujourd'hui, en conséquence d'une généralisation de l'usage de cet objet ou de la pratique de ce comportement. « Du fait que le pouvoir distinctif des possessions ou des consommations culturelles, œuvre d'art, titre scolaire ou culture cinématographique, tend à diminuer lorsque s'accroît le nombre absolu de ceux qui sont en mesure de se les approprier, les profits de distinction seraient voués au déperissement si le champ de production des biens culturels, lui-même régi par la dialectique de la prévention et de la distinction, n'offrait sans cesse de nouveaux biens ou de nouvelles manières de s'approprier les mêmes biens » (p. 254).

Dans un sens précis nos observations sur la consommation de l'alcool s'accordent étonnamment bien avec la vision « bourdienne » du monde social en France. On pourrait dire que la figure 2 en est une présentation graphique. Les nouvelles classes moyennes conduisent le progrès vers un modèle de consommation moderne et cosmopolite, où les distinctions entre les différentes boissons sont de plus en plus importantes. Les classes traditionnelles suivent précisément la même direction, mais avec plus ou moins de retard. Cette transformation n'est en aucune relation évidente avec les conditions objectives de vie. Elle ne peut pas être conceptualisée en termes de besoins ou de fonctions par rapport à la reproduction de la force de travail ou de la structure sociale. C'est un processus de distinction, dans le double sens du mot, comme il est employé par Bourdieu. De l'expression « savoir-vivre » vient une dérivée « savoir-boire » qui, en France, signifie beaucoup plus que ses équivalents en d'autres pays. En Finlande par exemple on parle de la « bonne tête de boisson » (*hyvä viinapää*) ce qui se réfère à la capacité de contrôler les effets de l'alcool. C'est la seule expression qui corresponde à « savoir-boire » qui en France signifie non seulement le contrôle sur l'ivresse, mais bien plus une connaissance profonde des différentes boissons, une habileté à choisir les bonnes bouteilles en fonction des circonstances et à apprécier les qualités consignées sous le bouchon. Les qualités des vins sont un sujet légitime de conversation, même là où le bon ou mauvais temps ne l'est pas, et cela vaut pour les intellectuels aussi bien que pour les ouvriers. Dans le champ de consommation les boissons occupent une position privilégiée comme signe de bon goût, de compétence culturelle et de distinction.

A la vision bourdienne ne manque qu'une seule précision, en ce qui concerne les boissons. Dans la lutte pour la distinction, il n'y a pas seulement une production continue de nouvelles manières et de nouveaux objets de consommation, tendant à en asseoir la prééminence. L'abandon de l'usage quotidien du vin bon marché qui représente la compétence culturelle contredit cette surenchère. Cette nouvelle sobriété par rapport au vin — et au cidre — possède une valeur en soi, et le tout donne une situation extrêmement ambivalente. D'une part objet culturel indispensable, le vin est aussi un signe de banalité, d'où les innombrables précautions qui vont jusqu'à un ritualisme incompréhensible pour un étranger lorsqu'on boit et sert du vin. Ces précautions ont pour fonction symbolique de définir le vin consommé comme vin distingué de la banalité, sinon de l'alcoolisme — la banalité ultime.

Bibliographie

- [1] Cavanagh (John) et Clairmonte (Frederick F.), *Alcoholic Beverages - Dimensions of Corporate Power*, Manuscrit, 1982.
- [2] Bourdieu (Pierre), *La distinction. Critique sociale du jugement*, Minuit, Paris, 1979.
- [3] Partanen (Juha), « On National Commodity Consumption Patterns and the Use of Alcohol », *Reports from the Social Research Institute of Alcohol Studies*, N° 129, Helsinki, 1979, p. 27.
- [4] Julkunen (Raija) et Kunttu (Timo), « Vapaa-ajan kulutus » (Leisure consumption), *Sosiaalipolitiikka*, 1978, p. 19.
- [5] Fourastié (Jean), *Les trente années glorieuses ou la révolution invisible*, Fayard, Paris, 1979, p. 77.
- [6] Autorenkollektiv Heinz (Petra), u.a., *Proletariat in der BRD*, Dietz Verlag, Berlin, 1974, p. 234.
- [7] Bacon (S.D.), « Alcohol in Complex Society » in D.J. Pittman and E. Snyder

(eds), *Society, Culture and Drinking Patterns*, Wiley, New York, 1962.

[8] **Institut National de la Statistique et des Études Économiques**, premiers résultats d'une enquête permanente sur la consommation alimentaire des Français, Paris, 1967.

[9] **Sulkunen (Pekka)**, « Alcohol Consumption and the Transformation of Living Conditions. A Comparative Study », in R.J. Gibbins et al. (eds.), *Research Advances in Alcohol and Drug Problems*, vol. 8, Plenum, New York, 1983.

[10] **Sulkunen (Pekka)**, « Drinking Patterns and the Level of Alcohol Consump-

tion. An International Overview », in R.J. Gibbins et al. (eds.), *Research Advances in Alcohol and Drug Problems*, vol. 3, Wiley, New York, 1976.

Voir aussi :

Bertaux (Daniel), *Destins personnels et structure de classe*, Presses universitaires de France, Paris, 1977.

Hirsch (Joachim), *Der Sicherheitsstaat : « Das Modell Deutschland » und seine Krise und die Neuen Sozialen Bewegungen*, Europäische Verlagsanstalt, Frankfurt am Main, 1980.

Hoggart (Richard), *The Uses of Literacy*, Chatto et Windus, London, 1957.

4
-