

PRATIQUES ET IMAGINAIRE DE LA CONSOMMATION DE PASTIS

ENQUETE REALISEE POUR PERNOD RICARD

SYNTHESE

Mai 1994

Direction scientifique :

Dominique DESJEUX, Professeur d'anthropologie sociale et culturelle à l'Université Paris V - Sorbonne, Directeur scientifique d'Argonautes

Etude réalisée par :

Patricia MEDINA, Sociologue

Cécile BERTHIER, Sociologue

Dominique DESJEUX

1ERE PARTIE :

L'IMPREGNATION - 6 A 10/12 ANS

OBSERVER L'ENVIRONNEMENT FAMILIAL

S

C'est parce que l'enfant observe son entourage que les pratiques et représentations de ses proches vont laisser une "empreinte" en lui, en matière de consommation d'alcool.

Par leurs souvenirs d'enfance liés aux pratiques familiales de l'alcool, les personnes rencontrées restituent différentes "manières de boire" de leurs parents et proches.

- . **Les parents : un choix d'alcool plus large et des alcools plus forts pour le père**
 - , **L'apéritif : l'alcool "doux" pour les femmes, l'alcool "fort" pour les hommes**

Le pastis, classé parmi les alcools forts, est davantage consommé par les hommes, les "pères".

Une exception à cette catégorisation, le whisky, consommé par certaines "mères". Le whisky et la bière font partie des boissons "mobiles", au contraire du pastis. Ils peuvent être consommés le jour et la nuit, par les hommes mais aussi par les femmes.

- , **Le repas : une prédominance massive du vin et à usage masculin**
- , **Globalement, les hommes consomment aussi bien les vins cuits que les alcools blancs, la gamme de produits qu'ils consomment est "complète".**

. **L'apéritif, les événements familiaux et l'ivresse : les trois grandes occasions de l'alcool pour les "aînés"**

, **L'apéritif : une occasion régulière de convivialité informelle**

- Un temps de détente informelle mais codifié : le week-end ou le soir
- Un temps moins programmé de l'apéritif : l'été
- L'apéritif : un temps de rupture d'avec le quotidien, une convivialité décontractée, dans des espaces informels

L'apéritif se situe dans une sorte de "sas" entre l'espace privé de la famille, l'intime, et l'espace public, les "autres" (collègues de travail, amis). C'est l'occasion d'entretenir de bonnes relations avec des personnes que l'on connaît déjà et vis-à-vis de qui les enjeux sont faibles.

Le pastis apparaît comme une boisson parmi d'autres dans les apéritifs.

, **Les occasions exceptionnelles : les fêtes familiales, les passages de la vie et les fêtes de fin d'année**

- Le champagne et le "pétillant" comme marqueurs du passage social, des victoires et du raffinement.
- Le champagne comme "outil" de la plupart des rites de passages : mariages, baptêmes, anniversaires...
- Le champagne se "déplace" et vient apporter une touche de "raffinement" à un moment de l'apéritif

Le pastis n'est pas considéré comme une boisson de l'exceptionnel

, **Les situations limites : la pratique de l'ivresse et l'alcoolisme**

L'ivresse relève plutôt de la "cuite" qui arrive "de temps en temps". Elle est acceptée et tolérée par l'entourage familial.

L'ivresse est vécue comme une remise en cause des normes de l'acceptabilité sociale.

Le pastis n'apparaît pas comme un alcool spécifique de ces moments "limite".

- . **Des alcools qui ont évolué quant à leur nature et à la place de leur marque**
- , **Une tradition de consommation familiale d'alcool ancienne et artisanale**
 - Les alcools du "terroir" : les liens avec la terre et le climat (cidre, calvados)
 - Les alcools de la "production familiale" : un morceau de l'identité personnelle (kirsch, eau de vie de prune, cidre, vins cuits)
- , **Deux évolutions majeures aujourd'hui**
 - Ces alcools ne sont plus aussi présents
 - Le rapport à la marque est transformé. Chaque produit n'avait qu'une marque qui l'identifiait : bière Kanterbrau, pastis Ricard ou 51.

LES STRATEGIES DU PREMIER APPRENTISSAGE DU BOIRE : NEUTRALISER L'ALCOOL

- . **LE MELANGE AVEC DE L'EAU : DIMINUER MOMENTANEMENT L'INTERDIT SOCIAL DE L'ALCOOL**

Le pastis, comme le vin, est un alcool de l'apprentissage. Il est considéré comme un "sirop un peu particulier", mais ne peut pas être laissé au libre usage des enfants. La bière en revanche est dans le réfrigérateur, un lieu qui est plus "accessible".

- . **RENDRE L'ALCOOL ACCEPTABLE POUR LE GOUT DE L'ENFANT : L'EAU ET LE SUCRE**
- . **RENDRE L'ALCOOL ACCEPTABLE POUR L'ENFANT : LE BOIRE EN TRES PETITES QUANTITES**

LE GOUT ANISE

Le goût anisé est associé à différents supports sucrés qui étaient consommés pendant l'enfance et qui ont laissé de bons souvenirs.

- . **Les bonbons et les chewing-gum à l'anis**
- . **Les sirops à l'anis**
- . **Les gâteaux à l'anis**
- . **Les extraits et les poudres : de l'anis au réglisse**

L'IMPREGNATION - 6 A 10/12 ANS

La première acquisition du goût du pastis est liée à la famille, elle ne relève pas de l'initiative de l'enfant.

Du fait de son apprentissage familial, le pastis sera considéré comme une boisson "permise", dont la consommation n'est pas perçue comme une transgression.

2EME PARTIE :

L'INITIATION - 13/14 A 16 ANS

La découverte de l'alcool par l'adolescent correspond à trois situations : un passage sans marquage social, un passage faiblement marqué socialement et un rituel d'initiation formel.

L'apprentissage de l'alcool est à la fois une affaire de goût et d'initiation sociale.

Les adultes cherchent à gérer l'intégration sociale des adolescents. Cette intégration nécessite :

- l'apprentissage d'un nouveau goût et des effets de l'alcool.
- l'inculcation des normes du permis, du prescrit et de l'interdit.

L'ALCOOL PERMIS : DU PASSAGE PROGRESSIF A L'INITIATION NON RITUALISEE (LA "PREMIERE FOIS")

- . **QUAND IL N'Y A PAS DE "PREMIERE FOIS" : IL N'Y A PAS D'OCCASIONS "CHARNIERES" QUI MARQUENT LE DEBUT DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL.**

Les adolescents passent progressivement de la phase d'"imprégnation" où ils étaient spectateurs à la phase de "socialisation" ou peu à peu ils sont devenus acteurs.

- . **DANS LE CAS DE LA "PREMIERE FOIS", L'ALCOOL EST PERMIS PAR UN ADULTE.**

La "première fois" est :

- soit en présence de la famille,
- soit en dehors, avec un autre adulte.

L'adolescent perçoit autant le goût de la boisson qu'un éventuel nouveau statut que peut lui conférer l'absorption d'alcool.

Le pastis peut être un des alcools de cette première fois.

L'ALCOOL PRESCRIT : L'INITIATION RITUALISEE PAR LES ADULTES

. DANS LES MOMENTS DE FETES FAMILIALES, L'ALCOOL PEUT ETRE PRESCRIT PAR LES PARENTS.

L'adolescent "doit" boire

- pour souligner son accession à un statut différent
- pour souligner aussi son adhésion et son appartenance à la communauté familiale...

Les parents possèdent une "horloge sociale intérieure", ils savent que le "bon moment" est venu.

L'alcool est utilisé ici comme un marqueur d'âge face à la communauté réunie plus que comme une autorisation de boire de l'alcool comme les adultes.

Cet alcool prescrit dans le cadre d'une initiation ritualisée est consommé de jour : c'est le domaine du "formel", de l'officiel. C'est une boisson de fête. Le pastis n'y a pas sa place. C'est celle du champagne.

L'importance des adultes dans ces moments de découverte des premiers cycles de vie ira en diminuant avec l'autonomisation du jeune.

Au fur et à mesure des "premières fois", les découvertes de tel ou tel alcool se multiplient, les adultes sont remplacés par des "pairs" dans le rôle de prescripteurs.

Le pastis de la fin de l'enfance apparaît comme un alcool lié au souvenir familial, lié au jour. Il n'est pas lié à l'exceptionnel, c'est l'alcool de l'ordinaire.

3EME PARTIE :
LA SOCIALISATION : TRANSMISSION et TRANSGRESSION
10/12 à 18/19 ANS

Au moment de l'adolescence, l'individu devient membre "actif" de la communauté familiale, parallèlement, il acquiert de plus en plus d'autonomie par rapport à ses parents par la fréquentation de ses pairs.

Il s'agit d'un processus d'intégration des adolescents à la communauté des adultes qui est fait à la fois d'adhésion et d'opposition par rapport aux modèles proposés, de transmission et de transgression.

**LA TRANSMISSION : L'ALCOOL DE LA CONTINUITÉ
OU L'APPRENTISSAGE DES PRATIQUES PARENTALES**

La connaissance de l'alcool s'effectue dans le cadre d'une consommation régulière et régulée par les parents, ou par l'un des parents, au sein de la sphère domestique. Elle peut également avoir lieu entre "copains", et donner ainsi lieu à une "socialisation entre pairs".

**. LE RÔLE DES PARENTS OU LA MISE EN PLACE D'UN PROCESSUS D'INTÉGRATION
DES ADOLESCENTS DANS LA COMMUNAUTÉ ADULTE.**

, Le repas : une occasion de transmission de pratiques par le père

- L'adhésion de l'adolescent à une pratique du vin permis pendant le repas

- Le refus du vin prescrit comme affirmation de soi face aux normes familiales

, **L'apéritif : un temps de complicité entre générations, avant le repas**

L'apéritif constitue un temps de transmission et de continuité entre les pratiques des parents et celles des adolescents. Pendant l'apéritif l'alcool est socialement acceptable et la famille est un lieu d'apprentissage de consommation de spiritueux comme le pastis (ou le Martini). Cette boisson est consommée de jour et marque un temps de partage entre différentes générations.

, **Alcool familial et "ethnique" : la bière et le cidre, deux alcools du jour qui peuvent se dissocier du repas**

Le cidre et la bière sont des boissons familiales et diurnes, leur consommation peut-être liée à une pratique locale, "culturelle", qui dépasse le cadre familial.

, **La socialisation familiale pour entériner un état de fait : la fréquentation du bar par l'adolescent**

La prise en charge d'une socialisation de l'adolescent par le père, autour de l'alcool, ne peut se mettre en place qu'après une situation de transgression très forte, lorsque l'adolescent a bravé un interdit familial.

.M.M.. Le rôle des "pairs" : pratiques de consommation d'alcool et sociabilité entre adolescents.

Il y a une consommation d'alcool diurne mais extérieure à la famille, avec les pairs.

Cette consommation peut avoir lieu :

- au café

- dans la maison des parents d'un des membres du groupe de pairs, alors que les parents de celui-ci sont absents.

.m., Le café : terrain de jeux et de convivialité entre pairs, et lieu de reproduction des pratiques des adultes

.m.* Un lieu de rencontre pour les adolescents, facile d'accès pour eux.

.m.* Un "terrain de jeu" dans le prolongement des activités des adolescents.

Le café, espace de réunion diurne après l'école est aussi un terrain de jeux, et parfois de jeux avec des boissons alcoolisées. La présence de jeux, l'atmosphère ludique neutralise l'alcool en tant que "danger". Les boissons consommées sont proches de celles consommées sous le toit familial : les panachés, la bière, le pastis, le calvados...

Le café n'est pas un lieu de transgression.

.m.* Un lieu de reproduction des pratiques des adultes et des pratiques communautaires.

Le café est aussi un univers codé selon les modèles adultes : on peut y faire de la politique, ou encore y jouer aux cartes comme de "vrais" adultes.

Outre la reproduction d'une pratique familiale, le café peut être le cadre d'une reproduction d'une pratique communautaire, liée à une "culture" particulière, locale (notamment pour les gens du Sud).

Le pastis est l'un des outils de cette reproduction.

Le choix de la marque du produit importe peu à l'individu pendant cette période de sa vie, seule "l'imitation" des adultes compte.

*** Les boissons non-acceptables au café : le whisky**

Certains alcools sont "interdits" au café, tel le *whisky* : cette boisson ne peut être consommée en public, ni devant les parents, elle est un *instrument de transgression* qui requiert un certain secret, *contrairement au pastis qui est une boisson familière et permise parce que familiale.*

L'acceptabilité de l'alcool varie également en fonction du sexe du consommateur, les filles consommant des boissons plus douces (bière) que les garçons (pastis): il y a des codes à respecter, comme le code du doux et du fort qui est marqueur de sexe.

Reste que le café lui-même n'est pas forcément un lieu recommandé pour les filles. Le café est un lieu masculin ou mixte, même pour les adolescents et la reproduction des pratiques de l'alcool paraît mieux acceptée socialement lorsqu'il s'agit de garçons.

.m., La maison des parents absents : une brèche dans la continuité des pratiques familiales

Lorsque les parents prêtent leur maison aux amis de leurs enfants, il peut y avoir deux situations par rapport à l'alcool :

*** Soit ils prêtent également leur bar :**

Dans les cas où les adolescents peuvent se servir dans le bar des parents, leur préférence ne va pas toujours vers les alcools de "jour" : *certaines boissons ne sont pas appropriées à ce moment de consommation, tel le pastis*. En fait, tout se passe comme si ces après-midi étaient une sorte de transition entre les pratiques de café (jour) et les pratiques de "boums"(nuit).

*** Soit ils ne le prêtent pas :**

Lorsque les adolescents se procurent eux-mêmes les alcools, ils achètent des boissons qui sont en rupture avec celles consommées habituellement dans le cadre familial, c'est-à-dire des alcools forts, des alcools blancs. Ces après-midi peuvent donner lieu à des expériences d'ivresse.

LA TRANSGRESSION : PRATIQUES AUTOUR DE LA SOCIALISATION DE NUIT, DE L'INTERDIT A L'INTEGRATION

.M.M.. L'alcool "interdit" : la nuit comme occasion de détourner les codes et rompre les interdits parentaux

Le jour marque la continuité entre les pratiques des adultes et celles des adolescents, dans un processus de transmission. En revanche, la nuit permet aux adolescents de se construire dans leur différence par rapport aux "aînés", en opposition avec eux, dans un processus de transgression.

.m., La soirée : le détournement de l'espace familial et l'inversion des pratiques diurnes

L'espace de socialisation nocturne des adolescents est la soirée ou la "boum". La nuit est un moment de rupture, d'occasion de nouveaux apprentissages. *La nuit*, les vins cuits disparaissent totalement, *le pastis se fait rare* (ni le pastis ni les vins cuits ne sont consommés en discothèque), de même que le vin. La nuit ne semble pas être un moment d'apprentissage gustatif structuré : le nom des alcools est faiblement repéré et leur goût médiocrement distingué.

.m.* La soirée : se retrouver entre pairs, sans le regard des adultes

Les parents sont absents, bien que l'espace familial ne soit pas investi sans leur permission. Ils ne sont donc pas à même de régler les interactions entre les adolescents, ni leur consommation.

La "boum" est une occasion de se retrouver "entre soi" lorsque l'obscurité est suffisante pour protéger des pratiques qui ne peuvent avoir cours au vu et au su de tous. Le but étant de se *laisser aller*, les adolescents créent un contexte de sociabilité en rupture totale avec le quotidien.

.m.* La soirée : un temps de consommation d'alcool de nuit, d'alcool interdit.

La boum constitue un contexte où l'alcool "va de soi", mais où il n'est pas forcément permis par les parents. Il n'y a plus d'initiation ou de transmission par les adultes, de nouveaux *goûts*, de nouvelles *sensations* sont découverts entre pairs.

.m.* La soirée : la rencontre entre filles et garçons.

Le clair-obscur de la boum permet de protéger l'émergence de nouveaux comportements entre garçons et filles, c'est à ces occasions que les garçons et les filles, "enfin seuls" peuvent danser ensemble et goûter au flirt.

Les garçons et les filles se découvrent dans leur attirance réciproque. Chacun des sexes se livre à une mise en scène qui le positionne favorablement. L'alcool permet aux garçons de faire *plus homme*, et a également un rôle de désinhibant qui ouvre la voie à un rapprochement entre filles et garçons.

Les filles ne sont pas obligées de boire pour affirmer leur féminité.

.m.* Les alcools de soirée : la rupture avec les pratiques familiales.

.m.- Le repas de soirée : une pratique informelle où le vin n'a pas de rôle structurant.

- Les mélanges et les alcools forts

La boum est marquée par la présence de l'alcool, mais des alcools différents de ceux qui ont cours dans la journée, en présence des parents ou au café. Il y a des "mélanges", des boissons associées en combinaisons typiquement "nocturnes" à base d'alcools blancs (vodka, gin...) et de jus de fruits.

Dans le Sud de la France, les boums peuvent avoir lieu avec du pastis.

La marque des alcools a peu d'importance, toutes les bouteilles se mélangent et deviennent anonymes, leur choix implique peu celui qui les a achetées.

.m., La boîte de nuit : la rupture totale avec les pratiques familiales et les pratiques du jour

Mélanges et alcools forts sont au rendez-vous dans la boîte de nuit, mais le pastis est peu consommé dans ce lieu consacré à la convivialité nocturne. Le pastis ne correspond pas au contexte transgressif de la nuit, comme s'il était symboliquement adouci par son lien avec l'apéritif, pratique diurne et intergénérationnelle.

Outre les mélanges, on trouve en discothèque des boissons comme le "Jet 27".

.m., L'alcool "interdit de jour" : le temps des vacances

Il existe des occasions de transgression aussi fortes que la nuit pour les adolescents : il s'agit des vacances que les adolescents passent loin de leurs parents. Le fait d'être seuls et tranquilles offre une opportunité d'ivresse sans risque. C'est une forme de transgression particulière : il n'y a pas de présence de filles, d'écoute de musique et il y a confusion entre ce qui relève du jour et ce qui relève de la nuit en matière d'alcool.

.M.M.M.. L'alcool prescrit : boire pour grandir et grandir pour être intégré au groupe des pairs

L'acte même de boire est vecteur d'intégration, d'acceptation de l'individu par ses pairs. A l'inverse, le refus de cette consommation peut entraîner l'exclusion de l'adolescent récalcitrant.

.m., L'"abstinence" ou le risque de rester enfant

Pour être accepté par les pairs il faut montrer que l'on "change", que l'on boit de l'alcool comme les adultes.

Ne pas faire comme les autres, ne pas accepter la norme du groupe et ne pas transgresser la norme des adultes, la norme sociale (l'alcool est une boisson d'adultes), interdit l'accès au groupe des pairs. L'adolescent hésitant est dans ce cas mis devant un choix qui est celui de se marginaliser ou de s'intégrer en se "forçant" un peu à consommer.

.m., Les mélanges comme outil d'intégration dans le groupe des pairs : deux stratégies possibles

.m.* Première stratégie d'intégration : mélanger l'alcool à des jus de fruits pour lui "résister"

Le mélange (whisky-orange, gin fizz etc.) est un "compromis" qui devient un support de socialisation dans le groupe. L'alcool, dans son goût et ses effets, est neutralisé par le mélange et il peut même être apprécié. Si les goûts et les effets de l'alcool sont repérés, la marque passe inaperçue. Le mélange a une double fonction de protection : il préserve des effets de l'ivresse (dus aux alcools *trop forts*) et il peut protéger le palais contre un goût qui n'est pas perçu comme "bon".

.m.* Deuxième stratégie d'intégration : mélanger les alcools pour trouver l'ivresse

Le mélange ne sert pas uniquement à "adoucir" l'alcool, il est en effet des mélanges où les jus de fruit sont remplacés par d'autres alcools, ce qui a pour but

d'accroître les effets de ce produit. Le mélange est alors un moyen d'explorer l'ivresse. L'ivresse permet par ailleurs "d'avoir l'air" plus adulte...

Le but du jeu est de faire des choses qui sont en rupture avec la routine, avec l'ordinaire que l'on vit au quotidien. Si l'"effet" est présent, le goût ne l'est pas toujours, quant à la marque, elle ne constitue pas un enjeu.

.m., L'alcool interdit qui "dérape" : tolérance parentale face à la "cuite"

Les sensations interdites, clandestines, provoquées par la consommation d'alcool amènent parfois à la "cuite". La "cuite", acte de transgression même pour les adultes, est gérée avec plus ou moins de sévérité par les parents.

La "cuite" a moins d'importance si l'adolescent compense cette action par une autre, par exemple s'il a de bons résultats scolaires. Mais dans d'autres cas, l'adolescent a droit à des reproches car il n'y a pas de compensation, pas de "circonstances atténuantes".

L'ivresse de l'après-midi constitue une "circonstance aggravante" en ce sens que l'ivresse est mieux acceptée lorsqu'elle est le résultat d'une consommation d'alcool nocturne.

Père et mère peuvent avoir face à la cuite deux positions différentes : compréhension du père, indignation de la mère.

.m., Le prix de la transgression

Les adolescents disposant de ressources financières limitées, font "attention" au prix de l'alcool.

La bière, (comme le whisky), présente l'avantage d'être à la fois un alcool diurne et nocturne. Le faible coût de la bière et son faible taux d'alcool expliquent que cette boisson soit en quelque sorte "passe-partout".

Par ailleurs, le fait d'être en groupe est cependant une solution en soi, cela permet, de se mettre en commun pour acheter les bouteilles. De toute façon, il n'y a pas de

"connaisseurs" dans le groupe qui puisse avoir telle ou telle exigence en matière de produit, ni en matière de marque.

Les adolescents n'achètent pas des alcools économiques par souci de bonne gestion de leurs deniers, ils achètent à bas prix car ils n'ont pas souvent les moyens de faire autrement.

LA SOCIALISATION : TRANSMISSION et TRANSGRESSION

10/12 à 18/19 ans

Si le goût, les effets et le prix de l'alcool sont repérés dans la phase de socialisation, la marque ne sert pas à "faire grand", à servir de marqueur d'âge, et elle ne sert pas non plus à faire "plus homme" ou "plus femme", à être marqueur de sexe. Enfin, elle n'est pas un marqueur d'appartenance sociale.

Quant au pastis, s'il apparaît dans la consommation des "pairs" réunis au café, il est exclu des soirées-"boums" et des discothèques. Il n'appartient pas au registre de la transgression mais à celui de la continuité car il est l'un des éléments courants des apéritifs familiaux.

4EME PARTIE :

LA TRANSITION - 18 A 30 ANS

Les **trois "modes de vie" des jeunes** pendant la période où ils ont quitté l'adolescence mais où ils n'ont pas encore une vie complètement stabilisée :

- étudiants
- jeunes salariés célibataires
- jeunes salariés en couple.

LE MODE DE VIE DES ETUDIANTS : DEPENDANCE FINANCIERE, APPRENTISSAGE DE LA LIBERTE ET INSTABILITE DES MODES DE CONSOMMATION

M.M.M.. LE DEPART DU LOGEMENT PARENTAL AU MOMENT DE L'ENTREE DANS LA VIE UNIVERSITAIRE : LA DECOUVERTE DE LA LIBERTE

- , **La vie entre copains remplace la "vie familiale" : la convivialité "groupale"**

C'est le moment où le jeune invente son propre rythme de vie et casse les normes en vigueur sous le toit familial sans pour autant se situer dans la transgression .

La "solidarité de réseau" (les copains, les amis) remplace les "solidarités fortes" (la famille proche).

- , **Le financement de la "liberté" : aide familiale et petits boulots**

La vie étudiante se caractérise par une instabilité du logement et une instabilité des habitudes.

C'est une phase bouillonnante qui conditionne les modes de consommation dans le sens de l'instabilité et de l'expérimentation.

**M.M.M.. L'ETUDIANT : UN CONSOMMATEUR D'ALCOOL QUI DEVIENT
EGALEMENT UN ACHETEUR**

, Le repas au restaurant : un temps de consommation traditionnel d'alcool

*** Les restaurants universitaires : la bière et le vin, les deux boissons bon marché pour étudiants.**

*** Les "restaurants-sorties" : la liberté et le plaisir du vin**

Le restaurant reste un lieu de continuité des "pratiques traditionnelles" : quand l'usage de l'apéritif existe, le pastis peut retrouver sa place.

C'est lors de ces occasions où les repas sont confectionnés par des professionnels que l'acte de se nourrir est véritablement associé à une consommation d'alcool, de vin mais aussi de boissons apéritives.

, Manger chez soi ou chez les autres : improvisation de l'invitation, grignotage et indépendance dans l'usage de l'alcool par rapport aux codes du repas

C'est le groupe qui crée l'occasion de manger ensemble.

L'étudiant commence à constituer un stock d'alcool, c'est-à-dire qu'il prévoit à l'avance l'alcool dont il aura besoin pour recevoir ses amis.

C'est le début du "bar" domestique.

Le bar est l'une des conditions futures de l'apprentissage de l'utilisation des spiritueux de marque.

L'apéritif peut devenir un moment habituel de consommation d'alcool. Dans le mode de vie étudiant, l'alcool est ainsi essentiellement lié à des temps de convivialité qui rappellent ceux de l'adolescence et la préoccupation du "manger" n'est pas centrale.

En revanche, la consommation d'alcool apparaît comme incontournable dans ces moments de "réunion".

, "Boire un pot" chez les étudiants ou au café

Les occasions de consommer de l'alcool se multiplient au sortir de l'adolescence.

Les étudiants fréquentent toujours les cafés.

Ils achètent également personnellement de l'alcool pour en offrir à leurs "invités".

La consommation d'alcool est liée au réseau social des jeunes.

La marque commence à devenir importante. Le réseau devient prescripteur de fait.

*** Chez les étudiants : devenir invitant rend plus sensible au choix des alcools**

L'invitant fait attention à ce qu'il aime mais aussi à ce que les autres aiment. Il achète les boissons qui étaient couramment consommées chez ses parents, pendant la journée.

Pour ne pas décevoir les amis, on peut se fier à des marques connues. Une marque connue est la garantie d'un bon produit, mais il n'y a pas encore d'enjeu autour du prestige du produit.

La marque est davantage une "balise" dans la diversité des produits qu'un outil de distinction sociale.

Ainsi, la marque est associée à la qualité du produit, mais lorsqu'il n'y a pas de qualité particulièrement recherchée par les invités, celle-ci s'efface alors devant des considérations de prix.

Le pastis peut être l'une des boissons de ces rencontres informelles.

*** Boire au café : la tradition de la bière et du pastis associée aux recherches de nouveaux goûts et de diversité**

Le café, ou le bar, où vont les étudiants voit ses fonctions s'élargir : lieu de rencontre entre pairs, entre "joueurs", il se transforme en un lieu de "séduction", de rapprochement entre sexes opposés. Les jeunes en font un espace de découvertes.

Les étudiants, comme les adolescents sont limités dans leur consommation pour des questions de budget.

Le café est un lieu d'ouverture à des goûts qui n'étaient pas connus à la maison, mais ce qui est consommé fait toujours partie du même registre des boissons de jour.

Une fois adoptée, cette boisson va dépasser le cadre du bar pour faire partie des boissons que l'on consomme chez soi, ou que l'on emmène chez les autres.

Le choix de la consommation d'une boisson est lié au réseau social d'appartenance. Lorsque les amis changent, les alcools changent.

, **Les soirées entre étudiants : la fin de la logique de l'alcool comme pure transgression**

*** Les soirées informelles : le soir, à "tour de rôle" et décontractées**

Ces fêtes correspondent au mode de vie des étudiants : des horaires souples, pas de dîner formel, un budget modeste et pas d'exigences particulières en matière de marque d'alcools.

*** Les boissons des fêtes**

La bière a toujours du succès auprès des étudiants, de même que les mélanges et les boissons "exotiques".

Les mélanges alcools blancs-jus de fruits et les alcools "à la mode" de type Malibu sont encore d'actualité. Cependant, ils sont déjà au bord du déclin en terme de consommation.

S'il y a des apéritifs, des spiritueux comme le pastis "fonctionnent" alors comme des boissons de soirées. Cependant, pour les personnes qui en consomment, les anisés ne font pas partie des découvertes. Les nouveaux goûts sont ceux des mélanges, des alcools blancs qui s'éloignent des vins cuits ou des anisés traditionnels.

De nouveaux goûts sont découverts mais chacun de ces goûts est peu exploré, la connaissance des saveurs est peu structurée et peu élaborée. Il n'y a pas encore de véritable distinction gustative ou de distinction symbolique par le biais des marques, même si des préférences personnelles commencent à émerger.

*** Les boissons de soirée en discothèque**

Les boissons des discothèques ont sensiblement évolué d'une génération à l'autre : les plus âgés y consommaient de la bière ; les plus jeunes ne consomment pas de bière en discothèque (ou alors des bières "exotiques"). Les boissons consommées sont des alcools blancs, des mélanges, comme le gin tonic.

La boîte de nuit n'est pas un lieu de continuité avec le milieu d'origine et surtout avec les pratiques communautaires et parentales. C'est un espace de rupture avec le quotidien diurne, c'est "l'ailleurs".

Comme au moment de l'adolescence, le pastis n'est pas une boisson de nuit.

*** Découverte du goût d'anis durant la période étudiante**

Pour certains interlocuteurs, le goût de l'anis n'était pas connu pendant l'adolescence et il a été découvert pendant la période étudiante à l'occasion d'un voyage ou à l'occasion d'une amitié avec un consommateur de pastis.

LES JEUNES SALARIES

. LES JEUNES SALARIES CELIBATAIRES

, Quitter ses parents et accéder à "l'indépendance"

Le fait de quitter ses parents est, comme pour les étudiants, synonyme de découverte de l'indépendance, de la liberté, mais cela ne signifie pas toujours que l'on vit seul. D'autres formes de solidarité viennent remplacer le noyau parental.

, La vie en célibataire : les "solidarités de réseau"

Les jeunes salariés connaissent différents types de cohabitation avant de se stabiliser.

*** Le réseau des frères et soeurs**

Les frères et soeurs, notamment les aînés, prennent le relais des parents auprès des cadets et aident ces derniers à s'insérer dans la vie professionnelle. "En attendant que" le cadet soit autonome, l'aîné l'héberge et le "protège". Cette cohabitation peut ne pas être continue et avoir lieu par intermittence. Les périodes de vie en "fratrie" peuvent ainsi s'intercaler avec la vie de couple.

*** Chacun chez soi mais tous ensemble : les réseaux de copains-voisins**

Lorsque la solitude pèse trop aux célibataires, ils se regroupent géographiquement. Chacun conserve son appartement et son indépendance, mais tous vivent dans le même périmètre, voire dans le même immeuble.

, Les premiers emplois : une période de changements

Ceux qui ont vécu leur jeunesse pendant les "trente glorieuses" ont trouvé un emploi assez rapidement. Les autres, plus jeunes, ont connu les petits boulots. Cette période est placée sous le signe du changement et de l'instabilité professionnelle.

Le fait de travailler n'implique pas une stabilité en matière de logement.

, La consommation d'alcool et le goût du changement

*** La découverte tardive de l'alcool pour certains**

Pour certains, la découverte de l'alcool est tardive, et la phase de transition peut donner lieu à des "premières fois" avec des alcools de nuit : alcools blancs, mélanges, boissons "exotiques".

Cette période est également faite d'opportunités de découvrir des goûts inconnus.

*** Le plaisir de boire : changer le quotidien et changer les alcools**

Se retrouver entre amis est une occasion privilégiée de rupture avec les activités quotidiennes. La consommation d'alcool est l'un des moyens de cette rupture.

La consommation d'alcool varie dans le temps selon les réseaux, les personnes fréquentées. Il y a une homologie entre l'instabilité sociale et l'instabilité des goûts.

, La "conjugaison" de la bière et du pastis

Les temps du boire varient également et chacun est associé à un type d'alcool.

*** La bière**

La bière est une boisson "nomade" : elle est consommée de jour dans un cadre quotidien et privé, où elle peut jouer le même rôle que le vin et accompagner les repas, ou la nuit, en discothèque.

*** Le pastis**

Le pastis est une boisson d'apéritif, mais le pastis ne convient pas à tous les milieux. C'est une boisson de l'"entre soi" avec laquelle on ne "s'affiche" pas dans certains restaurants.

Le pastis convient bien au week-end et à l'avant dîner. Il convient davantage aux "espaces intimes" des individus qu'au "dehors".

Tout se passe comme si le pastis avait besoin d'un contexte "protecteur" pour être consommé. Son image n'est pas valorisante, notamment lorsqu'il est perçu comme un alcool "ordinaire", et qui plus est un alcool de "pauvres".

Mais il y a aussi le pastis des clichés méditerranéens qui évoque la chaleur, la détente. Pour les gens du Sud, le pastis devient une sorte d'emblème d'une région, d'une culture, d'une communauté.

Dans certains milieux professionnels il existe également une pratique "coutumière" du pastis au moment de l'apéritif.

, Pastis de marque, pastis sans marque

Les jeunes célibataires, en devenant acheteurs, s'impliquent différemment dans les produits.

*** La marque indispensable**

Certains individus repèrent désormais la marque comme un critère de choix important.

- La marque comme signe d'une appartenance communautaire

La consommation de pastis définit l'identité et l'appartenance des personnes à une culture, à une région. Si d'une génération à l'autre on peut changer de marque de pastis, en revanche on ne passe pas de la marque à une "non-marque", on ne

"trahit" pas sa communauté d'origine, sa culture. La marque du produit est porteuse de sens pour ces personnes même si elle n'est pas corrélée à un goût particulier.

- La marque : un signe de qualité

Les individus distinguent mal les différences de goût entre les pastis, mais cela ne signifie pas qu'il n'ont pas d'exigence sur la qualité du pastis, voire sur le degré d'alcool. Le nom est "magique", comme si à lui seul, il tenait lieu de goût... Le pastis sans marque ne fait pas partie des produits qui "font envie", car il n'"enchante" pas la réalité du consommateur.

- Réputation du produit et réputation du consommateur

La marque parle aussi de l'acheteur, et le fait de présenter un produit à des invités "engage" d'une certaine façon l'image de l'invitant.

*** La marque sans importance**

- "L'important, c'est d'aimer"

Pour certains, le fait d'apprécier ou non un produit et de vouloir "faire plaisir" à ses amis avec celui-ci est le critère de choix principal. Ainsi, des goûts et des préférences ont été repérées chez les invités comme chez l'invitant. Le pastis "sans marque" peut être bien perçu si son goût est apprécié.

- La tentation "d'essayer"

Certains considèrent qu'il est important d'acheter telle marque de pastis alors qu'ils n'ont pas les mêmes exigences pour d'autres produits. Il y a ainsi les produits que l'on considère comme aussi bons même s'ils n'ont pas de marque et ceux sur lesquels on doute, enfin il y a ceux que l'on est tenté d'essayer, selon les produits mais aussi selon les occasions.

. Les jeunes couples salariés

, La vie de couple

La mise en couple est une séparation avec la famille, elle correspond également à la création d'un nouveau rythme de vie, et à de nouvelles convivialités.

*** Créer un couple**

Vivre à deux c'est se libérer des parents, de leurs normes, mais c'est aussi créer une nouvelle stabilité, basée sur le partage, même si chacun se préserve une certaine indépendance.

La naissance d'un enfant renforce cette stabilisation.

*** Le jeune couple : les sorties et les amis**

Le jeune couple donne une place importante aux amis et aux sorties durant les premières années.

Certains jeunes connaissent des périodes "conjugales" par intermittence. Dans ce cas, partenaires et amis "s'intercalent" au gré des situations, des circonstances, le but restant de "profiter" de sa liberté. Même les "couples stables" se ménagent une certaine marge de liberté, d'imprévu dans leur vie quotidienne.

, Vivre à deux : L'alcool "s'organise" autour du repas et du "bar"

Se mettre en couple, c'est s'adapter aux pratiques de l'autre et construire de nouvelles pratiques pour le couple.

*** Le repas comme occasion d'apprentissage et de consommation de vin, de digestifs et d'apéritifs**

La sortie au restaurant peut être une occasion pour le mari d'initier son épouse à la consommation de certains alcools. Cette initiation peut se faire sur les vins, les digestifs, la bière.

Les femmes "apportent" également des pratiques d'alcool, notamment lors des repas "à la maison" en matière de vin.

Si l'on distingue "l'ombre du père" derrière les pratiques du vin, on entrevoit celle de la mère en ce qui concerne la nourriture.

Le repas est une occasion de consommation d'apéritifs, de vin mais également de digestifs qui marquent la stabilisation, car ils sont indissociables d'un repas structuré.

Ces alcools autour repas s'articulent dans un certain ordre qui est celui qui avait été appris chez les parents.

Dans cette période, la notion de "dedans" et de "dehors" se renforce grâce au repas pris au foyer. *Le pastis, consommé en apéritif, est ainsi une boisson du dedans et de "l'entre soi"*.

Les moyens financiers réduits des individus limitent cependant la consommation quotidienne des couples.

Le repas est l'occasion de recréer une grammaire de la nourriture et de l'alcool dans un environnement intime. Même si le couple continue à sortir, à voir des amis, un mouvement irrésistible l'entraîne à investir davantage le "dedans", le nouveau foyer.

*** La constitution d'un bar**

Le "bar", espace de stockage des alcools achetés par le jeune couple, devient un repère dans le logement.

Les alcools du bar ressemblent à ceux que consommaient leurs parents : vins cuits et pastis sont présents. A côté de ces "classiques", on trouve des "punchs" et des alcools blancs qui avaient été découverts pendant l'adolescence et la jeunesse. Le bar est ainsi un lieu où se côtoient les alcools "nouveaux" et les alcools "traditionnels".

Dans le bar, il y a parfois des "accessoires" qui correspondent à certaines boissons : le "doseur" est autant un instrument pour servir le pastis qu'un élément d'une "culture" du Sud, qui sert à créer une certaine atmosphère, à rappeler certains souvenirs.

, Le goût des boissons alcoolisées : une consommation "d'adultes" et des goûts "d'adolescents"

Le goût se structure lentement : les vins sont difficiles à reconnaître, et le goût pour l'alcool reste proche des préférences de l'adolescence (goûts sucrés), comme si l'alcool n'avait pas un goût attirant en "soi".

, **L'alcool commence à avoir une "image sociale"**

L'alcool commence à être repéré comme "outil social". Le produit tout d'abord devient un élément de distinction (*le whisky a pour certains une meilleure image que le pastis*) et la marque parle d'une position sociale, la met en valeur.

Inversement, *d'autres produits deviennent socialement dévalorisants, comme le pastis, car il est repéré par certains comme une boisson populaire*. Le goût intervient moins ici que le désir de montrer les "bons signes" d'appartenance à tel ou tel milieu.

, **L'alcool dans le milieu professionnel**

Le milieu professionnel implique parfois de fréquents contacts avec l'alcool. *Dans certains milieux professionnels le pastis est une boisson-clef.*

Pour "résister" aux effets de cette consommation régulière, l'individu retrouve des stratégies de mélanges, "d'adoucisement" de l'alcool. Parfois, le goût de la boisson lui-même est neutralisé par le froid (le pastis glacé).

Avec la vie professionnelle se crée également un espace intermédiaire entre le foyer et le lieu de travail : il s'agit du bar, sorte de sas avant de rentrer au foyer.

Le phénomène de la "tournée" est une pratique qui se développe entre "collègues". La "tournée" devient un rite de partage entre des pairs qui ne sont pas forcément des amis. Chez soi on retrouve les pratiques de sa région d'origine, les pratiques familiales et dehors on s'adapte à celles de sa région d'accueil et de son milieu professionnel.

LA TRANSITION - 18 A 30 ANS

Pour les étudiants comme pour les célibataires salariés et les jeunes couples, la consommation d'alcool varie dans le temps selon les personnes fréquentées.

Le pastis est un alcool qui suit les méandres et les incertitudes des réseaux sociaux. Il se consomme principalement de jour ou en début de soirée au moment de l'apéritif.

Cependant, la consommation d'alcool se structure peu à peu. Des préférences gustatives émergent et surtout la marque commence à devenir un outil de distinction sociale, un moyen "d'enchanter" le produit et un indicateur de qualité.

Cette structuration se développe autour de deux axes :

- la constitution d'un bar, résultat de pratiques de stockage de l'alcool et d'anticipation sur la consommation**
- l'émergence du repas qui s'articule autour d'une grammaire de la nourriture et de l'alcool.**

L'individu, en devenant acheteur et en recevant des invités chez lui, s'implique davantage dans le choix des alcools car ceux-ci renvoient une certaine image de sa personne.

5EME PARTIE :

L'EQUILIBRE INSTABLE - 25 A 50 ANS ...

LE VIN : UN INDICATEUR DE STABILITE

Lorsque les individus parviennent à une certaine stabilisation en matière affective, en matière professionnelle et de logement, les pratiques de la phase de transition s'estompent peu à peu pour laisser la place à un nouveau mode de vie.

Les individus stabilisés accordent ainsi **une plus grande importance au repas**, aussi bien au repas privé et quotidien, qu'au repas festif, qui devient la pratique la plus courante en matière de réception et de convivialité entre amis.

Si le repas devient une balise dans la vie quotidienne, **le contenu du repas se structure également**. La nourriture et le vin s'ordonnent au sein d'une "grammaire" plus ou moins sophistiquée selon les individus.

Alors que le vin était mal connu à l'adolescence et pendant la phase de transition, il est "appris" et apprécié à partir de la stabilisation.

Le vin est donc à la fois un indicateur et un analyseur de la stabilisation : il permet de constater que les individus commencent à distinguer et à repérer des goûts, qu'ils ont à la fois des stratégies de mise en scène sociale avec ce produit (le type de vin, leur provenance...) et des stratégies d'achat qui correspondent à leurs ressources financières.

En se stabilisant, les individus ont également des **stratégies de stockage du vin**. Ainsi le vin peut être conservé dans le placard de la cuisine, où il est réservé à un usage quotidien, dans un autre placard de la maison, qui tient lieu de cave, ou enfin dans la cave, où il est protégé.

La cave ne sert pas qu'à protéger le vin, elle est également un lieu de protection pour l'homme qui l'entretient et qui vient s'y réfugier, trouvant là un espace privé qu'il n'a pas à partager avec son épouse.

Le stockage du vin est un révélateur de l'ancrage du couple dans le temps, dans la "longue durée".

Le mode de consommation des autres boissons alcoolisées suit le "modèle du vin" avec quelques variantes. Le temps de la transgression étant passé, la stabilisation permet le développement des préférences gustatives mais aussi des mises en scène de soi à travers l'alcool. Dans cette phase les goûts sont repérés, les effets mieux maîtrisés, enfin le coût et la marque des alcools deviennent un enjeu pour les ménages.

Les spiritueux sont reliés au repas par le rituel de l'apéritif, et leur consommation peut également s'inscrire dans une scansion de la vie quotidienne.

Les lieux de stockage des spiritueux peuvent être triple : le placard de cuisine (comme pour le vin, il est réservé à un usage courant), **le frigo** (qui s'apparente au placard de cuisine) et enfin **le bar**.

Durant cette phase, l'alcool se stabilise ainsi en trois pôles qui sont les goûts et préférences, les espaces de rangement (le placard, le frigo, la cave et le bar) et les occasions de consommation (repas, apéritif). Les espaces de rangement sont révélateurs à la fois du positionnement social des individus et de la densité de leur réseau familial et social.

La stabilisation est un moment de repérage, où **la marque et la "démarque" sont distinguées** et s'intègrent, avec les goûts et les prix, dans des processus de distinction sociale et de "rénchantment" du réel : la confusion relative qui régnait dans les phases précédentes disparaît.

LE BAR ET L'APERITIF : L'AUTRE FAÇON DE BOIRE

M.M.. LE BAR : L'ESPACE POUR VOIR ET POUR BOIRE L'ALCOOL, DANS LE SALON

Le "bar" se trouve dans le salon, ce peut être un "meuble-bar" qui renferme les apéritifs (notamment les spiritueux) et les digestifs (le vin est exclu). Il peut également s'agir d'un "coin-bar" où les alcools se montrent.

Les produits du bar révèlent la consistance du réseau social et familial de ses propriétaires et soulignent le rôle de l'alcool comme marqueur de sexe et de continuité entre générations. Ils soulignent également les stratégies de mise en scène sociale.

Le pastis se trouve dans le bar, mais il peut également se trouver dans un placard de cuisine ou dans le frigo, lieux qui sont réservés aux alcools quotidiens, que l'on doit avoir "sous la main" comme le vin rouge.

Le salon, lieu de "représentation sociale" admet difficilement les produits sans marque. Ces derniers sont dans des placards, avec d'autres produits que "l'on ne montre pas". *Le pastis "démarqué" loge ainsi dans un espace intermédiaire, le placard-stock, endroit intime de la famille où il n'y a pas de mise en scène sociale.*

En revanche, les alcools, le pastis de marque sont des produits que l'on expose davantage : le bar, c'est pour "soi" mais aussi pour les "étrangers".

Le bar révèle enfin l'importance de l'autre temps du boire : l'apéritif.

M.M.. L'APERITIF, L'AUTRE TEMPS DU BOIRE

Le repas, comme l'apéritif deviennent les temps forts de convivialité dans la phase stable.

, L'apéritif à la maison, "entre soi"

Selon les ménages, l'apéritif peut être occasionnel ou habituel pendant la semaine ou le week-end. Il symbolise la rupture et la détente après le travail. L'apéritif à la maison est une sorte de compensation, de libération par rapport au quotidien.

, L'apéritif sur les lieux de travail

L'apéritif au travail ce peut être une sorte de "rituel d'adieu" avant de regagner le foyer, c'est un temps de rupture, pas forcément long, partagé entre collègues. Pour les personnes rencontrées, le point commun entre l'apéritif à la maison et l'apéritif sur les lieux de travail est que dans les deux cas, le pastis est présent alors qu'il l'est beaucoup moins dans les "sorties-loisirs" au restaurant ou au café.

LE PASTIS DES MENAGES "STABLES"

Le pastis s'inscrit dans l'apéritif, mais le choix du pastis varie selon les individus, il varie également selon les périodes de l'existence.

. **LES OCCASIONS DU PASTIS**

, **Le pastis : l'été comme saison privilégiée**

Le pastis a des attraits particuliers en été et pendant les vacances car les individus y retrouvent une convivialité en "grand groupe" (comme à l'adolescence), et une convivialité informelle, où le repas perd de son rituel et où l'apéritif se consomme sur le mode du "self-service". En revanche, l'hiver est plus propice au whisky pour certains. Pendant l'apéritif, le pastis peut côtoyer des boissons "exotiques", mélanges et cocktails hérités de la jeunesse.

Le pastis se boit durant le jour.

, **Le pastis : des occasions de consommation entre soi... ou seul**

Les ménages consomment le pastis surtout en famille ou avec des amis. Le pastis se prend moins facilement au restaurant ou lors d'un repas très formel. Il précède au contraire des repas "décontractés", entre gens qui se "connaissent". Le pastis ne convient ni à la nuit ni au "dehors" : ce n'est pas une boisson de "sortie". Le pastis est ainsi une boisson de l'"entre soi" : en famille, entre amis ou entre collègues, il s'affiche difficilement hors d'un certain "cocon social". Cela ne signifie pas que ce produit ne fasse l'objet d'aucune mise en scène. Le pastis s'inscrit également dans un jeu social où la marque est repérée.

Lorsque le cercle familial se déstabilise et que le couple se sépare, la pratique du pastis au café n'augmente pas, mais cette consommation devient plus solitaire.

Peu de personnes déclarent boire du pastis en étant seules, mais dès qu'une certaine quantité d'eau a neutralisé l'alcool, la consommation en solitaire est possible, surtout s'il s'agit d'une femme.

LE PASTIS DEMARQUE

, Les avantages de l'"autre pastis"

* Le doute sur la qualité du pastis démarqué

Certaines personnes ont eu des réticences lorsque ces produits sont apparus. Attiré par la nouveauté, le consommateur est en même temps inquiet face au risque possible d'ingurgiter un produit médiocre ou dangereux.

* Marque et non marque : pas de différence de qualité

Pour les consommateurs de pastis démarqué, il y a peu voire pas de différence de goût entre ce dernier et un pastis de marque. De plus, le produit a une image qui peut "dépasser" l'image de chaque marque et ainsi noyer leur spécificité. Cependant, comme les produits démarqués n'ont pas d'identité repérable facilement, il faut les "connaître", les avoir testés pour les préférer systématiquement à un produit de marque. Ainsi, *acheter du pastis "démarqué", ce n'est pas acheter n'importe quel pastis, mais au contraire un pastis qui a été minimalement repéré.*

Le consommateur qui achète une "sous-marque" s'inscrit dans un double processus : infidélité à une marque et abandon de celle-ci, et en même temps construction d'une nouvelle fidélité par rapport à une ou plusieurs sous-marques qui ont été repérées.

* Les grandes marques derrière les sous-marques : la rumeur qui rassure

La rumeur est flatteuse pour les produits démarqués puisqu'elle laisse entendre que ce sont les grands fabricants qui les produisent. Cette "incertitude positive" sur les fabricants des produits démarqués, alimentée par les médias, rassure les consommateurs qui ont "envie" de croire à la similitude, car celle-ci convient très bien à leur porte-monnaie.

*** Le rapport qualité-prix : le pastis démarqué "imbattable"**

Les individus peuvent considérer que les prix ne correspondent pas à la réalité des produits, dont la qualité serait surestimée par les fabricants. Lorsque le consommateur trouve que la composition, la qualité est identique entre la marque et la "démarque", le prix devient déterminant.

*** Les périodes de "crise" : les produits démarqués pour mieux gérer des ressources en diminution**

En période de difficultés financières passagères, les produits démarqués jouent un rôle de "roue de secours". Le recours aux "petits noms" du pastis (notamment en ce qui concerne les prix moyens) n'est pas vécu comme une perte de qualité : la marque reste privilégiée mais certains produits démarqués sont de "bons remplaçants". Cependant, tous ne se valent pas et les premiers prix peuvent ainsi constituer un plancher à éviter.

Les consommateurs qui achètent des sous-marques pour des raisons de gêne financière se fixent un seuil à ne pas dépasser au-delà duquel ils "sacrifieraient" la qualité. Il peut s'agir des "premiers prix", ou du degré d'alcool.

Lorsque la gêne financière persiste (chômage, divorce..), les pratiques d'achat se modifient durablement.

, L'image de "l'autre pastis"

Il n'est pas toujours facile de présenter le pastis démarqué à des amis.

*** Les amis qui "réagissent mal"**

Lorsque l'on présente du pastis démarqué à des invités, ceux-ci font parfois des remarques désagréables qui remettent en cause certaines valeurs de "l'invitant", qui ne considère pas que le pastis soit un produit qui mérite une mise en scène particulière. Il y aurait ainsi les tenants d'une certaine "classe" (les "pro-marque"), et les tenants de la "simplicité" (les "pro-démarque"). Entre les deux il y a une sorte de "petite guerre" dont l'enjeu est le positionnement social de chacun.

*** Les amis qui pourraient mal "réagir"**

Les consommateurs de pastis démarqué anticipent parfois une réaction négative, en fonction de ce qu'ils estiment être la position sociale de leurs invités. Tout ce passe comme si le pastis démarqué ne convenait pas à certaines personnes dont la condition sociale est plus élevée et dont le palais serait plus délicat. Le pastis a davantage sa place dans un contexte "simple", "sans manière", où l'on ne se gêne pas car on est "entre soi".

D'autres personnes ne présenteraient pas de pastis démarqué à certains de leurs invités car ils craignent que ceux-ci se méfient du contenu de la bouteille.

Le pastis est une boisson de "l'entre soi", et le pastis démarqué resserre davantage le cercle des intimes. On ne présente pas ce produit à des étrangers ni à des amis qui ne seraient pas proches.

*** Les amis qui "réagissent bien"**

Le pastis démarqué va de soi pour certains : en banlieue, il est "normal" de le connaître et de le consommer. Le choix du pastis renvoie au lieu d'approvisionnement et non à un imaginaire sur le jeu social.

Pour d'autres, le pastis lui-même "va de soi", c'est un produit courant, *banal* qui a toujours le même goût et pour lequel le choix se fait à partir du prix ou du degré d'alcool, c'est un produit sur lequel on s'investit peu. Dans ces deux cas, le pastis démarqué ne paraît pas déplacé face à des invités.

Il y a enfin les personnes à qui on peut servir sans aucun problème du pastis démarqué car ils en achètent pour leur propre consommation.

*** Les amis qui devraient bien "réagir"**

On ne serait pas gêné de partager le pastis démarqué avec des personnes dont on suppose qu'elles ont des valeurs de consommation similaires, comme de "faire des économies", d'avoir des stratégies pour acheter moins cher.

, "L'autre pastis" ou le pastis alternatif

Entre les adeptes du pastis "démarqué" et ceux du pastis de marque, il existe une "troisième tendance", ce sont ceux qui achètent les deux, mais qui ne consomment pas ces produits lors des mêmes occasions.

Le pastis de marque est "dégusté" dans des moments de détente, des temps de "rupture" par rapport au travail. Le pastis démarqué est en revanche une sorte de "compagnon" familier sur les lieux de travail ou à la maison (il peut accompagner le bricolage...), à des moments où l'on "s'affaire" et surtout où l'on est seul.

Il y a ainsi le "vrai" pastis que l'on doit avoir chez soi et que l'on partage entre amis, et le "faux pastis" ou "pastis alternatif" destiné à une consommation complètement privée.

Pour d'autres consommateurs, l'achat de pastis démarqué va de soi : ce n'est que lorsque ce produit vient à manquer dans les magasins que la marque devient une "roue de secours", fait figure d'exceptionnel. Dans ce cas c'est le pastis de marque qui devient le "pastis alternatif".

M.M.. MARQUES CONTRE "NON-MARQUES" : EMERGENCE D'UNE "CONTRE-CULTURE" COMME DISCOURS DE RATIONALISATION

, Consommateurs de marque, consommateurs de non-marques : deux camps qui s'opposent

En projectif, obtenus lors de la table ronde, le portrait d'un amateur de pastis de marque et d'un amateur de pastis démarqué.

*** Portrait du consommateur de pastis de marque**

Le consommateur de pastis de marque est présenté comme un méridional, un provincial d'un certain âge, figé dans des comportements très traditionnels, et dépassés. Il est cependant un amateur de qualité et "d'authenticité".

*** Portrait du consommateur de pastis démarqué**

Le consommateur de pastis démarqué est présenté comme un "jeune dynamique" sportif et décontracté, qui doit faire attention à ses dépenses, mais qui n'est pas austère pour autant : il place son argent ailleurs.

*** Deux conceptions antagonistes du pastis**

Pour les tenants de la marque, le goût fait la différence entre le pastis démarqué et le pastis de marque, ce dernier étant également un support identitaire, notamment pour les gens du Sud. Ils estiment que les amateurs de pastis démarqué qui mettent en doute le lien qui existe entre la marque et la qualité mettent en quelque sorte en doute l'authenticité de la "culture du pastis" en déclarant qu'un nom en vaut bien un autre.

Les consommateurs de pastis démarqué, qui ne font pas de lien entre leur position sociale ou leur identité "ethnique" et le produit pastis, repèrent davantage le rapport qualité-prix et ne voient aucune raison "d'enchanter" un produit qu'ils jugent banal, en privilégiant une marque.

, Les produits démarqués dans la famille : gérer un budget et gérer une "différence"

Si la marque pour certains est un critère superficiel de choix et qu'il est plus pertinent de s'en tenir à la qualité "réelle" du produit, presque à son "essence", le choix de produits démarqués peut poser problème vis-à-vis des "étrangers", mais il peut également entraîner des réactions négatives au sein même de la famille. Des oppositions peuvent naître entre les personnes qui gèrent le budget familial (les parents) et ceux qui sont en phase de construction de leur image sociale (les jeunes) et qui ont besoin pour ce faire du repère-marque pour certains produits.

Lorsque les produits démarqués se répandent dans la maison, le jeune ou l'adolescent peut craindre de ne pas être à la hauteur de l'image qu'il voudrait donner et d'être exclu par ses pairs. En revanche, les parents se réjouissent des économies qu'ils réalisent et gèrent la question de leur image sociale en "retournant la stigmatisation" et en affirmant leur "différence" comme s'il s'agissait d'une "contre-culture de la démarque".

On arrive parfois à des tensions qui se résolvent par l'achat de produits démarqués pour les parents et de produits de marque pour les enfants.

, **La marque n'est pas un outil social pour tous**

On peut faire l'hypothèse que certaines catégories de personnes n'ont jamais investi affectivement les marques (au moins pour certains produits) et que les marques n'ont jamais été un outil social de distinction. Pour ces personnes, la distinction et l'enchantement se situent ailleurs. Avant que les produits démarqués existent, elles achetaient les marques non pas pour elles-mêmes, mais parce qu'elles n'avaient en quelque sorte "pas le choix". Aujourd'hui, le fait qu'elles achètent des produits démarqués ne signifie pas un abandon de la marque, mais un choix qui correspond à la façon dont ces personnes s'investissent dans les produits qu'elles achètent. Ceci ne signifie pas pour autant que leur comportement ne peut pas évoluer, et qu'elles n'investiront jamais une marque comme d'outil de distinction sociale ou d'enchantement du produit.

L'EQUILIBRE INSTABLE - 25 A 50 ANS

Le pastis, boisson du jour, est consommé dans le cadre d'un réseau social proche et plutôt dans des espaces privés. La consommation de pastis démarqué renforce cette pratique du "dedans" et de "l'entre soi".

Les individus qui achètent du pastis démarqué :

- soit ne voient pas de différence de goût entre la marque et la "démarque" et préfèrent le produit le moins cher.**
- soit ne voient pas de différence de goût mais ils préfèrent la marque (qui "enchante" le produit et est un outil de distinction sociale). Ils achètent du pastis démarqué pour des raisons de difficultés financières.**
- soit ne voient pas de différence de goût mais consomment le pastis démarqué avec un cercle d'intimes, ou pendant qu'ils réalisent certaines**

activités, et "dégustent" le pastis de marque lors de moments de détente, notamment avec des invités.

La marque peut être ainsi abandonnée momentanément pendant une période difficile, plus durablement par des gens qui ne l'ont jamais investie (comme outil de distinction et d'enchantement), ou de façon intermittente par les gens qui jouent sur les deux produits selon les occasions.

PRATIQUES ET IMAGINAIRE DE LA CONSOMMATION DE PASTIS

ENQUETE REALISEE POUR PERNOD RICARD

RAPPORT FINAL

Mai 1994

Direction scientifique :

Dominique DESJEUX, Professeur d'anthropologie sociale et culturelle à l'Université
Paris V - Sorbonne, Directeur scientifique d'Argonautes

Etude réalisée par :

Patricia MEDINA, Sociologue

Cécile BERTHIER, Sociologue

Dominique DESJEUX

SOMMAIRE

1ère PARTIE

L'IMPREGNATION, DE 6 A 10/12 ANS 1

I. OBSERVER L'ENVIRONNEMENT FAMILIAL 2

A. Les parents : un choix d'alcool plus large et des alcools plus forts pour le père 2

B. L'apéritif, les événements familiaux et l'ivresse : les trois grandes occasions
de l'alcool pour les "aînés" 9

II. De l'eau et du jus de fruit à l'alcool goûté sous la "protection" des parents 15

III. Le goût anisé 18

A. Les bonbons et les chewing-gums à l'anis 18

B. Les sirops à l'anis 19

C. Les gâteaux à l'anis 19

D. Les extraits et les poudres : de l'anis au réglisse 19

2ème PARTIE

L'INITIATION, DE 13/14 A 16 ANS 21

I. L'initiation ritualisée : le "baptême" par l'alcool prescrit 22

II. Initiation non ritualisée : la "première fois" 24

3ème PARTIE

LA SOCIALISATION : TRANSMISSION ET TRANSGRESSION, DE 10/12 A 18/19 ANS 26

I. La transmission : l'alcool de la continuité ou l'apprentissage des pratiques parentales 27

A. Le rôle des parents ou la mise en place d'un processus d'intégration des
adolescents dans la communauté adulte 27

B. Le rôle des "pairs" : pratiques de consommation d'alcool et sociabilité entre
adolescents 33

II. La transgression : pratiques autour de la socialisation de nuit, de l'interdit à l'intégration	41
A. L'alcool "interdit" : la nuit comme occasion de détourner les codes et rompre les interdits parentaux.....	41
B. L'alcool prescrit : boire pour grandir et grandir pour être intégré au groupe des pairs.....	53

4ème PARTIE

LA TRANSITION, DE 18 A 30 ANS

I. Les étudiants.....	64
A. Le logement autonome : la liberté d'action n'est pas toujours parallèle à l'indépendance financière	64
B. L'étudiant : un consommateur d'alcool qui devient également un acheteur	67
II. Les jeunes salariés.....	83
A. Les jeunes salariés célibataires.....	83
B. Les jeunes couples salariés	95

5ème PARTIE

L'EQUILIBRE INSTABLE, DE 25 A 50... ANS

I. Le vin : indicateur de formes de convivialité "stables"	109
A. Apprendre le vin.....	109
B. Le vin quotidien.....	110
C. Le vin pour recevoir.....	113
D. Le bon vin et le bon prix	114
E. Le bon vin et la bonne étiquette.....	117
F. la cave domestique	118
II. Le bar et l'apéritif : l'autre façon de "boire"	122
A. Le bar : l'espace pour voir et pour boire l'alcool, dans le salon.....	122
B. L'apéritif, l'autre temps du boire	126
III. Le pastis	128
A. Les occasions du pastis.....	129
B. Le pastis démarqué	131

C. Marques contre "non-marques" : émergence d'une "contre-culture" comme discours de rationalisation.....	142
---	-----

1ère partie

L'IMPREGNATION

DE 6 A 10/12 ANS

I. OBSERVER L'ENVIRONNEMENT FAMILIAL

Au début de son existence, l'enfant n'est pas un consommateur d'alcool, (du moins, il est pas censé l'être)... Cependant, il observe son entourage, et c'est par cette observation que **les pratiques et représentations de ses proches vont laisser une "empreinte" en lui**, une trace, qui lui fournira - plus ou moins - des repères plus tard dans différents domaines et entre autres **en matière de consommation d'alcool**.

Les personnes que nous avons rencontrées ont ainsi reconstitué, d'après leurs souvenirs, les pratiques de leurs familles concernant l'alcool. C'est à partir de ces souvenirs, qui correspondent aux pratiques des années 1945 à 1975, qu'ils nous restituent les "manières de boire" de leurs parents et proches.

A. LES PARENTS : UN CHOIX D'ALCOOL PLUS LARGE ET DES ALCOOLS PLUS FORTS POUR LE PERE

On constate en premier lieu qu'il y avait un écart relativement important entre la consommation d'alcool des femmes et celle des hommes, ces derniers possédant une gamme plus élargie de boissons que leurs épouses.

1. L'apéritif : l'alcool "doux" pour les femmes, l'alcool "fort" pour les hommes

En matière d'apéritif, il y a les boissons des mères et celles des pères, les mères consommant plutôt des alcools "doux" :

"Ma mère ne buvait pas des alcools forts. C'était plutôt le vin cuit." (femme, 32 ans)

Même si les achats de boissons pour la famille (ou le couple) comprennent d'autres alcools plus forts, cela ne signifie pas qu'il soient également consommés par l'homme et la femme :

"C'est ma mère principalement qui faisait les courses, c'est elle qui choisissait les alcools, c'était l'Ambassadeur, pour le porto il n'y a pas de marque en particulier, et l'Avez pour la gentiane... du Martini. Le pastis ça devait être du Duval. Il y a eu Duval et 51, je ne sais pas lequel était avant l'autre. Ma grand-mère était plutôt

Guignolet, ratafia¹, vin cuits. Ma mère aimait bien l'Ambassadeur." (femme, 37 ans)

Le pastis, classé parmi les alcools forts, est davantage consommé par les hommes, les pères :

"Tout ce qui était vin cuit c'était les boissons des femmes et tout ce qui était alcool fort et pastis c'était plus boisson d'hommes. Ce n'était pas choquant, mais inhabituel de voire une femme qui boit du pastis." (femme, 37 ans)

"Il y avait du pastis, c'est sûr, du vin cuit. Mon père aime bien le pastis, ma mère le vin cuit, le Muscat, le Rivesaltes." (homme, 37 ans)

Les femmes privilégient ainsi les boissons où le degré d'alcool est moins élevé et le goût plus sucré. Parfois même, elles ne consomment aucune boisson alcoolisée :

"A la maison, il y avait du Pernod, du whisky, du Porto. Ma mère n'en buvait pas, elle buvait des jus de fruit, des choses non alcoolisées." (homme, 40 ans)

Situation rare en revanche, la mère d'un des interviewés consommait du whisky :

"Ma mère, les week-end prenait des apéritifs : du porto, du whisky. Ma mère prenait du vin avec le fromage." (homme, 25 ans)

Cependant, même si la mère consomme du whisky, elle n'est pas présentée comme une importante consommatrice d'alcool :

"Son deuxième mari buvait peut-être du whisky, du vin. Elle n'a jamais été énormément portée sur l'alcool." (homme, 25 ans)

Comme on le verra tout au long de ce rapport, **le whisky et la bière font partie des boissons "mobiles", au contraire du pastis. Ils peuvent être consommés le jour et la nuit, par les hommes mais aussi par les femmes :**

"Ma mère buvait du café, du thé. C'était ce qu'elle préférait. Aussi de la bière ou de la production familiale. Ma mère buvait une bouteille de bière par jour environ, en petite bouteille de verre." (homme, 34 ans)

¹ Le "ratafia" est selon la définition de cette interviewée, *un apéritif maison à base d'alcool de cerises et de jus de raisin.*

On ajoutera au sujet du whisky, que la consommation de cette boisson est liée à un "effet de génération". En effet, les plus âgés de nos interlocuteurs, hommes ou femmes se souviennent d'une présence plutôt rare de ce produit :

"Les gens buvaient à peu près tous la même chose : pastis, whisky mais très peu, et des vins cuits : porto, Ambassadeur, gentiane..." (femme, 37 ans)

Par ailleurs, si les hommes boivent davantage d'alcools forts ils sont également consommateurs d'alcools doux. **Les hommes consomment aussi bien les vins cuits que les alcools blancs, la gamme de produits qu'ils consomment est ainsi "complète"**. Celle des femmes en revanche est comme "amputée" des boissons qui dépassent un certain degré d'alcool.

Tout se passe donc comme s'il était socialement accepté que les hommes soient plus "éclectiques" :

"En apéritif mon père buvait des vins cuits. C'était le Martini et toute la gamme de ces produits, l'Ambassadeur... Il les buvait plutôt frais, ou avec des glaçons. Mais ça ne se mélange pas avec de l'eau. C'était des vins cuits méridionaux : du Muscat, du Frontignan, du Rivesaltes, le Pinot des Charentes. Mon père buvait aussi du whisky, des apéritifs anisés comme le Ricard." (homme, 39 ans)

Si les hommes consomment une gamme plus étendue d'alcools, ils n'en consomment pas forcément des quantités plus importantes. Le marquage de la différence sexuelle se fait davantage sur les produits et sur le degré d'alcool que sur les quantités d'alcool absorbées. Ainsi, certains hommes prennent-ils le pastis plutôt *léger* :

"Il y avait du vin, des apéritifs, des digestifs, des eaux de vie. Papa n'était pas très alcool, il était plutôt pastis léger, avec beaucoup d'eau." (femme, 37 ans)

De même si les hommes modulent la quantité d'alcool jusqu'à beaucoup l'adoucir, ils peuvent réguler leur consommation suivant un rythme saisonnier, leur consommation étant plus variée, ils peuvent jouer sur cette diversité dans le temps :

"Mon père buvait aussi du whisky, des apéritifs anisés comme le Ricard. Le Ricard ça a une connotation climatique : c'était quand il faisait chaud en été." (homme, 39 ans)

2. L'alcool de table : une prédominance massive du vin et à usage masculin

Ce partage homme/femme au niveau de la consommation des spiritueux se retrouve également en matière de consommation de vin. Le vin semble être le domaine du père par excellence :

"Mon père buvait du vin rouge ordinaire, il allait le chercher chez le père Julien. Les femmes buvaient de l'eau. Les filles n'y touchaient pas. Si, ce qu'elles pouvaient boire, c'était du cidre, sinon c'était interdit de toucher à autre chose. Les enfants ne buvaient pas, sauf le champagne. Sinon on touchait pas une goutte. Surtout les femmes elles n'en buvaient pas. Ma mère préfère l'eau et mon père le vin rouge."
(homme, 31 ans)

"Ma mère c'était de l'eau et mon père du vin de table." (homme, 37 ans)

L'eau pour les femmes, le vin pour les hommes tel est le modèle de consommation des parents de nos interlocuteurs à table.

Mais l'eau n'est pas toujours un "domaine réservé" féminin :

"Il n'y avait pas de vin sauf dans les occasions festives. Mon père buvait beaucoup d'eau, ce n'était pas le genre à consommer beaucoup d'alcool." (homme, 40 ans)

Le vin peut être un produit que l'on consomme à des occasions extraordinaires, et la consommation d'alcool de l'homme et de la femme peut, dans certains cas, être similaire. Cependant, si l'homme semble pouvoir aller du fort vers le doux, le passage inverse paraît plus difficile pour les femmes.

Dans certains cas, la "grammaire sexuelle" traditionnelle de l'alcool pouvait être transgressée à l'occasion d'une circonstance extraordinaire, festive, et c'est à ce moment que les femmes pouvaient - exceptionnellement - consommer de l'alcool, sous forme de vin :

"Le vin c'était ciblé au repas du midi, c'étaient des vins rouges : toujours du très bon vin rouge, pas vinaigré. C'était plutôt pour les personnes masculines. Ma mère n'en buvait jamais, au niveau des soeurs c'était pareil, à moins que ce ne soit un événement qui sorte du côté traditionnel, un pot suite à un événement : pour un anniversaire, un permis de conduire, vers 16/18 ans." (homme, 38 ans)

Dans les souvenirs de certains de nos interlocuteurs, le fait de consommer du vin mais aussi de la bière est attaché à une **division sexuelle de la consommation d'alcool**, mais aussi à des moyens financiers précaires :

"On buvait du vin rouge une fois par semaine : le vendredi et le samedi soir. Le dimanche à midi on buvait de la bière... En fait il n'y avait pas de régularité. On aimait bien la bière à la maison. C'était de la blonde : on n'avait pas beaucoup d'argent à la maison quand on était petits. Le dimanche midi c'était de la bière."
(homme, 42 ans)

La bière, comme le vin, peut accompagner l'acte de se nourrir, et parfois, la bière est l'unique alcool du repas.

3. Les alcools traditionnels, artisanaux et industriels

Outre les alcools que nous connaissons actuellement en milieu urbain, les parents de nos interlocuteurs qui vivaient en zones rurales consommaient des alcools "faits maison" ou produits localement. Ces alcools, loin d'avoir un aspect "folklorique", étaient consommés régulièrement.

a. Les alcools du "terroir" : les liens avec la terre et le climat

Il y a tout d'abord les alcools du terroir, ceux qui sont faits dans la région d'origine de nos interlocuteurs, ainsi les Bretons consommaient du cidre :

"Il y avait du cidre, ma mère est bretonne. On avait des amis qui en faisaient. C'était l'apéritif maison."(homme, 25 ans)

Il est intéressant de noter la place du **cidre** en apéritif. A côté du cidre, il y a d'autres boissons et d'autres pratiques qui sont perçues comme liées à un terroir et à un climat :

"Je suis breton d'origine : on buvait de la bière, du cidre. En Bretagne dans ma famille c'était le cidre. Ou alors il y a avait peut-être aussi une coloration climatique. On buvait des vins chauds en hiver en guise thérapeutique : du rhum ou du vin chaud. On l'appelle un grog à ce moment-là, mais c'est pas pour les enfants."(homme, 39 ans)

Le **calvados** également pour les Normands :

"Il devait y avoir du calvados : on est d'origine normande". (homme, 40 ans)

b. Les alcools de la "production familiale" : un morceau de l'identité personnelle

On relève le rôle important des grands-parents qui, détenteurs d'un savoir-faire, produisent eux-mêmes des alcools, alcools perçus comme "avantageux" à tous points de vue :

*"Il y avait la "production personnelle" : le **kirsch** que faisait mon grand-père ainsi que la prune. Mon grand-père c'était le roi du kirsch. Mon grand-père était distillateur, il était bouilleur de crû. Il vivait de ça, il avait des vergers. Lors des fêtes, on restait plutôt à la production personnelle (**eau de vie de prune, kirsch**) : ça ne coûtait rien, c'était bon et c'était pas chimique."* (homme, 34 ans)

Il y a les grands-parents professionnels de l'alcool et ceux qui en produisent pour leur usage privé :

*"Mon grand-père, c'était de l'eau de vie qu'il faisait lui-même, à la prune, mirabelle ou poire. Mes grands-parents sont tous les deux de la campagne, ils faisaient du **cidre**, des fruits à l'eau de vie."* (femme, 37 ans)

Outre les eaux de vie, il y a aussi les **vins cuits** :

"Ma grand-mère elle était très vin cuit, elle faisait elle-même du vin de feuille de pêche, c'est bon. Ou du 44 : c'est une orange dans laquelle on plante 44 clous de girofle, on met 44 sucres, et on laisse 44 jours macérer dans de l'eau de vie. C'est plus ou moins fort selon les dosages, on peut ne mettre que de l'eau de vie, ou faire moitié eau de vie - moitié eau pour que ça ne soit pas trop fort." (femme, 37 ans)

Cette confection familiale est une source de satisfaction et de fierté, c'est un "morceau d'identité" pour ces "producteurs privés" :

"Il y a l'apéritif maison à base d'alcool de cerise et de jus de raisin, c'est le ratafia. On avait une ou deux vignes. On le mettait aussi sur la table quand il y avait des gens pour l'apéritif. On était fier de le mettre sur la table. C'était bon, ce n'était pas trop fort non plus." (femme, 37 ans)

Une famille polonaise composait elle-même un alcool qu'elle consommait lors des réunions entre amis de même origine :

"C'était une composition qu'ils se faisaient entre eux. Ils se retrouvaient les week-end entre Polonais. C'était le dimanche midi jusqu'au soir." (femme, 46 ans)

On peut souligner ici le cas de cette famille polonaise dont la différence culturelle n'est pas toujours bien perçue, notamment en matière de consommation d'alcool :

"Je n'ai pas de souvenir de gens extrêmement ivres. Les réflexions que faisaient les Français sur les Polonais qui boivent, je ne les comprenais pas : on buvait raisonnablement, il n'y avait pas de gens soûls. Il y avait certainement de la Vodka. Mais ils devaient s'approvisionner français, ils faisaient leurs achats dans les commerces du coin." (femme, 46 ans)

c. Les alcools industriels "traditionnels" : un repérage par la marque qui va de soi

A côté de ces boissons du "terroir" il y a les boissons qui sont décrites comme étant traditionnelles, mais qui ne sont absolument pas fabriquées localement ou même par un membre de la famille :

"Mon père prenait aussi de la bière : c'étaient des bières traditionnelles (qu'est-ce que c'est de la bière traditionnelle ?), de la Kanterbrau, pas des bières raffinées. C'était plutôt l'été parce que ça épanchait la soif, devant un match à la télé... Le Ricard, c'est le niveau traditionnel, au niveau anisé c'était tout. Il y avait des boissons plus douces : du Guignolet, du Birrh, du Martini. Du calvados de temps en temps. Il y avait la "goutte" après le café, C'est une tradition après le café en province. C'est de l'eau de vie de prunes." (homme, 38 ans)

Ici, l'eau de vie de prunes, qui semble être un produit plus "naturel" et en même temps peut-être plus proche d'une racine culturelle (la *tradition en province*) est, dans ce discours, mise sur le même niveau que **la bière Kanterbrau, ou encore le pastis Ricard**. Ce que l'on sait finalement c'est que les boissons *traditionnelles* semblent avoir un point commun : elles ne sont ni *douces*, contrairement aux vins cuits, ni *raffinées*. **Le pastis entre dans la catégorie des boissons "fortes" et "communes" ?**

Ces boissons "habituelles", sont repérées par leur marque, qui paraît aller de soi :

"(Qu'est-ce que buvaient vos parents ?) C'était sûrement du pastis 51. C'est la marque la plus ancienne. A l'époque je pense qu'il n'y avait pas de préférence en matière de marque, il y avait beaucoup moins de choix dans les rayons." (homme, 37 ans)

On peut faire l'hypothèse que la marque était bien repérée parce que les choix possibles étaient plus restreints, et que la *gamme d'alcools* était assez *pauvre* :

"Il y avait de la bière, des vins, du whisky : c'est alcoolisé. Dans la gamme des alcools c'était assez pauvre." (homme, 39 ans)

Au-delà de ce que buvaient les parents de nos interlocuteurs, il est intéressant de relever également ce qu'étaient leurs pratiques autour de l'alcool, afin d'observer les éventuels changements de la "convivialité" d'une génération à l'autre.

B. L'APERITIF, LES EVENEMENTS FAMILIAUX ET L'IVRESSE : LES TROIS GRANDES OCCASIONS DE L'ALCOOL POUR LES "AINES"

Nos interlocuteurs se souviennent de moments précis de consommation de l'alcool, outre les repas où le père (le plus souvent) prenait du vin. Il y a ainsi deux temps forts pour l'alcool : l'apéritif et les événements familiaux. Reste le problème de l'alcoolisme que nous évoquerons rapidement.

1. L'apéritif : une occasion régulière de convivialité informelle

Les interviewés qui habitaient en province au moment de leur enfance et de leur adolescence, ont connu un style d'apéritif "convivial", au sens où de nombreuses personnes y participaient, outre les membres de la famille proche.

a. Un temps de détente informel mais codifié : le week-end ou le soir

L'apéritif était ainsi un moment de détente à plusieurs, qui pouvait cependant être "programmé" à l'avance :

"On recevait rarement en semaine, ça pouvait arriver mais c'était un créneau horaire déterminé, c'était avec le voisinage, pour l'apéritif, le soir, l'été ça arrivait souvent, c'était en fonction des saisons. Il y avait rarement d'apéritif à midi. Le jardin c'était important. On le prenait sur le pas de la porte, au début du jardin ou à l'intérieur. En général c'était pas à l'improviste, c'était décidé un ou deux jours à l'avance. Il y avait du Ricard, les femmes c'était plutôt du guignolet ou du vin cuit, parfois du whisky également. Souvent il y avait un Ricard-tomate, c'était un peu tout le monde qui en prenait."(homme, 38 ans)

Remarquons au passage que le mélange (le Ricard-tomate, autrement dit le "doux" et le "fort"), permet une consommation "mixte" du pastis.

b. Un temps moins programmé de l'apéritif : l'été

L'été est particulièrement favorable à cette pratique, qui peut alors avoir lieu à l'extérieur de la maison et qui semble tout à fait convenir à la consommation du pastis :

"Le pastis c'était plus en été, c'était l'impression que le printemps arrivait, les beaux jours. Il y avait une espèce de fraîcheur, de légèreté qui arrivait, c'était l'habitude de le prendre dans le jardin c'est donc bon signe. A l'intérieur, c'est pas pareil. Ma mère en buvait aussi, mais plus l'été, c'était un peu tout le monde. C'était une espèce de rite l'été. En plus c'est quelque chose qu'on peut doser selon les goûts, avec ou sans glaçon." (femme, 37 ans)

L'apéritif peut ne pas être programmé, mais cet "effet de saison" se retrouve dans d'autres déclarations :

"L'été, quand il faisait chaud. Ce n'était pas spécialement programmé, sauf quand il y avait des invités le week-end. Il y avait sûrement des TUC sablés, et des petits bâtons salés, des cacahuètes. Il n'y avait pas des tas de choses comme maintenant. L'apéritif ne changeait pas spécialement, il y avait du bon vin." (homme, 37 ans)

c. L'apéritif : un temps de rupture d'avec le quotidien, une convivialité décontractée dans des espaces informels

L'apéritif n'avait pas lieu lors d'occasions exceptionnelles. Mais qu'il eut lieu en semaine ou le week-end, l'apéritif marquait un temps spécifique de rupture... Ce temps de rupture peut être ainsi lié à une pratique régulière - hebdomadaire - :

"Les apéritifs c'était plus le dimanche, quand on est "habillés", au retour de la messe. C'était aussi les copains ouvriers de mon grand-père, à la bonne franquette. Pour nous faire plaisir (aux enfants) on pouvait nous donner un peu de grenadine ou de limonade. Chez les parents, l'apéritif c'était la famille, il y avait des oncles qui n'habitaient pas très loin. On habitait près de l'usine où mon père travaillait, il y avait aussi les copains qui passaient. La mère sortait les alcools sur la table. Soit elle connaissait ou elle demandait les goûts. Il y avait aussi le tiercé rituel le

dimanche. C'était le fait que les hommes aimaient s'échapper un peu. Au tiercé, ils devaient boire du pastis." (femme, 37 ans)

Le dimanche c'est le temps de rupture avec le travail, mais aussi un temps de retrouvailles entre amis de travail et entre membres de la famille et l'apéritif marque l'aspect "détente" de ce temps de rupture, la possibilité de rompre le rythme quotidien.

L'apéritif est ce temps de transition entre deux activités : un temps de rupture pour *s'échapper un peu...*

Dans d'autres familles le temps de l'apéritif n'était pas hebdomadaire, il soulignait une visite :

"Il y avait du vin, des apéritifs, des digestifs, des eaux de vie. En apéritif, il y avait du pastis, du Bartissol, du Guignolet. Un peu de whisky, mais pas beaucoup, ce n'était pas encore tellement passé (dans les habitudes) à cette époque. Du Martini et de la gentiane. C'était souvent soit la famille, soit les amis qui passaient. C'était aussi les voisins qui passaient, c'était plus convivial que maintenant. Si c'était l'heure de l'apéritif c'était la tradition (de boire un verre). C'était aussi l'après-midi quand on est resté un peu jusqu'à l'heure de l'apéro." (femme, 37 ans)

Dans tous les cas, l'apéritif semblait plutôt se situer dans une pratique de "l'informel" pour les personnes rencontrées.

Ainsi, même lorsque l'apéritif est programmé à l'avance, il prend place dans des lieux comme le jardin, sur le pas de la porte. Ni vraiment "dedans", ni vraiment "dehors", **l'apéritif se situe dans une sorte de "sas" entre l'espace privé de la famille, l'intime, et l'espace public, les "autres"**.

Si ce temps est plutôt informel, c'est sans doute parce que les "visites" font partie d'un cercle de personnes qui pour n'être pas intimes sont toujours assez proches de la famille : **collègues de travail, famille ou amis**. L'apéritif n'est pas un temps destiné à "construire du réseau social" mais plutôt à **entretenir de bonnes relations avec des personnes que l'on connaît déjà et vis-à-vis de qui les enjeux sont faibles**, il s'agit somme toute de se détendre ensemble et "entre soi".

Outre l'apéritif, temps de rupture convivial et informel, il y a à l'opposé les occasions exceptionnelles où l'on consomme certains alcools en particulier.

2. Les occasions exceptionnelles : les fêtes familiales, les passages de la vie et la fin des cycles saisonniers

Les temps "extra-ordinaires", sont souvent marqués par la consommation de certains alcools. Pour les personnes rencontrées, ces occasions sont essentiellement des réunions familiales, des fêtes où l'on célèbre des événements familiaux ou encore des événements qui marquent la fin d'un cycle (fêtes de fin d'année) :

a. Le champagne et le "pétillant" comme marqueur du passage social, des victoires et du raffinement

Les fêtes familiales religieuses sont l'une de ces grandes occasions, même dans les familles modestes, de boire du champagne :

"Le champagne c'était plus pour les grandes occasions. C'était une famille assez modeste, c'était pour les baptêmes, les mariages." (femme, 37 ans)

Parfois, le champagne est remplacé par un ersatz :

"Le champagne, c'était pour les mariages, les cérémonies officielles, les baptêmes (et les boissons de fêtes de fin d'année ?) C'était des boissons pétillantes : le champagne ou le mousseux, le mousseux c'est plus ordinaire." (homme, 39 ans)

D'autres occasions non-religieuses mais qui marquent des passages, comme les anniversaires, se fêtent également à cette boisson :

"Pour les anniversaires, pour les fêtes, il y avait du champagne." (femme, 25 ans)

On peut ainsi souligner l'importance du **champagne comme "outil" de la plupart des rites de passages : mariages, baptêmes, anniversaires...** Ces changements de statuts au sein de la communauté, qui marquent une intégration plus forte de l'individu, sont immanquablement célébrés avec la boisson "pétillante".

Mais **le champagne se "déplace"** parfois par rapport à son temps habituel de consommation (le dessert) **et vient apporter une touche de "raffinement" à un moment où on ne l'attendait pas, l'apéritif :**

"Pour les fêtes il y avait du champagne, mais plutôt en dessert, pas en apéritif, ou alors en faisant un kir avec le champagne. C'était principalement les fêtes de fin

d'année, ou les anniversaires, ça arrivait, mais c'était plus en fin d'année."
(homme, 37 ans)

Ainsi, le champagne marque à la fois un "passage" social et l'ouverture ou la clôture du repas, il est une sorte de "couronnement" de l'événement, de la "fête" :

"Le champagne il y en avait pour les fêtes, il y en avait toujours une petite réserve." (homme, 38 ans)

Si le champagne marque des passages, ce sont des passages festifs, fêtés, ce sont des "victoires"...

b. D'autres alcools pour marquer des moments "extra-ordinaires"

Le champagne est la boisson de l'"exceptionnel", mais d'autres boissons peuvent jouer ce rôle, dans des cadres un peu différents cependant. Il y a ainsi les boissons que l'on sert aux "amis" et qui doivent être de bonne qualité (voire, de *qualité supérieure*), mais qui ne sont pas forcément consommées lors d'une fête, alors qu'elles ne sont pas considérées comme appropriées aux occasions ordinaires :

"Le whisky, pour les amis : il y avait toujours une bouteille, c'était du bon whisky, un "glenn", du pur malt, un whisky de qualité. C'était plutôt quand on recevait des amis.

Sinon, c'était plutôt ciblé sur le Ricard ou les apéritifs, plus donc, le Guignolet, les vins cuits... C'était toujours de bonnes boissons au niveau des amis : des vins supérieurs, de bonne qualité : des Nuits-St-Georges... Mes parents avaient une cave..." (homme, 38 ans)

Le pastis n'est pas considéré comme une boisson de l'exceptionnel dans cette famille : lorsque les parents de cette personne recevaient des amis qu'elles voulaient "honorer", à qui elles voulaient faire plaisir, elles servaient un whisky *pur malt*, et non un pastis, qui est mis sur le même pied que les vins cuits, que les apéritifs "ordinaires" finalement...

Le whisky il y a vingt ans semblait être une boisson non-habituelle, au point que c'étaient les amis qui apportaient ces bouteilles, alors qu'on trouvait du pastis au sein de la famille :

"Ce qui était exceptionnel c'était le champagne, le whisky. On en buvait rarement, au passage d'un ami. C'étaient eux qui apportaient les bouteilles. On buvait en fin de repas de famille. Le pastis on en buvait de temps en temps chez le grand-père. Quand il y avait des amis de la famille qui passaient." (homme, 34 ans)

En revanche, dans une autre famille, de culture méditerranéenne, aux revenus modestes, à l'époque l'"exceptionnel" était marqué par la présence de l'anisé :

"Les boissons exceptionnelles c'était l'eau de vie de figue, l'anis gras ou anisette, la marque de l'anisette c'était "Gras frères", et puis il y avait aussi le St-Sylvain mais je n'en suis pas sûr. L'eau de vie de figue on l'achetait, ça avait un goût genre tequila, c'était hard, même si c'est pas très fort : ça titre 36°. C'est naturel." (homme, 42 ans)

Ces boissons sont exceptionnelles parce qu'on en boit rarement (elles sont chères), mais aussi parce qu'elles doivent graver dans les mémoires le caractère extra-ordinaire de retrouvailles :

"Il y avait des amis de la famille qui venaient. Il y avait un caractère religieux dans les rencontres. C'était pour les communions par exemple... C'était lié au fait que les familles n'avaient pas beaucoup d'argent, alors quand c'était la fête, c'était un événement, il fallait qu'on s'en souvienne. On sortait les alcools chers, les alcools forts : L'alcool de figues, l'anisette. Les parents les sortaient pour les occasions. Pour les fêtes on s'installait sur la terrasse. Les invités n'apportaient pas de bouteilles, c'était celui qui invitait qui les fournissait. Il y avait toujours du pastis pour les occasions de fête." (homme, 42 ans)

3. Les situations limites : la pratique de l'ivresse et l'alcoolisme

Certains de nos interlocuteurs ont évoqué l'ivresse dans leur famille. Mais cette situation n'a pas été vécue différemment selon les familles.

Il y a d'une part l'ivresse relativement bien acceptée du grand-père :

"Mon grand-père ça lui arrivait probablement de connaître des moments d'ivresse, ça pouvait être fréquent dans l'irrégularité : il n'y a aucune ivresse pendant plusieurs mois et ensuite c'est plusieurs fois en un mois. C'était lié à des circonstances. (Comment était-ce vécu par les autres membres de la famille ?) C'est

pas comme un mode de savoir vivre, mais c'est savoir faire des écarts de temps en temps, quand il n'arrivait pas à se maîtriser." (homme, 39 ans)

Ici, l'ivresse relève plutôt de la "cuite" qui arrive *de temps en temps*. Elle est finalement **acceptée et tolérée par l'entourage familial** parce qu'elle est perçue comme une parenthèse.

En revanche dans un second cas, l'ivresse et l'alcoolisme sont vécus dramatiquement :

"Je me suis rendue compte que mon frère nous piquait nos disques : il les revendait (pour acheter de l'alcool), il en était au point où il menaçait maman avec un revolver de gosse, pour qu'elle lui donne des sous. (...) Ensuite, mon père l'a vissé avec lui. Puis, il a du venir à Paris vers 19 ans, et il s'est remis à boire comme un forcené. Quand je me suis mariée, on l'a pris en charge et on l'a fait désintoxiquer." (femme, 46 ans)

Ici, l'alcoolisme devient un problème qui est pris en charge par la famille et n'est pas vécu comme un moment de dérapage ponctuel d'un de ces membres. **L'ivresse est vécue comme une remise en cause des normes de l'acceptabilité sociale.**

II. DE L'EAU ET DU JUS DE FRUIT A L'ALCOOL GOUTE SOUS LA "PROTECTION" DES PARENTS

Nos interlocuteurs ont parfois eu accès à l'alcool avant d'en consommer de façon épisodique ou régulière à l'adolescence. Cet accès à l'alcool était autorisé et protégé par les parents, et il n'était pas considéré comme une permission de boire, mais plutôt comme une permission de goûter. En tout état de cause, les boissons habituelles et spécifiques des enfants étaient essentiellement faites d'eau, de sucre, de jus de fruit.

LES STRATEGIES DU PREMIER APPRENTISSAGE DU BOIRE : NEUTRALISER L'ALCOOL

Pour que l'enfant puisse consommer un peu d'alcool sans être rebuté par son goût, ce dernier est atténué de différentes façons.

1. Le mélange avec de l'eau : diminuer momentanément l'interdit social de l'alcool

Il y a deux façons de goûter. La première est de mélanger l'alcool, du vin, à de l'eau :

"On buvait du vin mélangé avec de l'eau, c'était plus une plaisanterie pour colorer l'eau. On buvait de l'eau minérale et des jus de fruits. Du thé de temps en temps."(homme, 39 ans)

Ce mélange, l'eau teintée avec du vin, est une boisson pour "faire semblant", pour "jouer". L'eau en grande quantité abolit le tabou de l'alcool.

Dans d'autres cas, les enfants buvaient des boissons alcoolisées, mélangées à de l'eau, mais cela ne relevait ni de la plaisanterie, ni d'un acte marquant l'intégration, l'assimilation de l'enfant à une consommation adulte, quotidienne. En effet, pour certains, l'alcool est aussi une boisson d'enfant, qui ne fait l'objet d'aucune initiation, qui ne souligne pas une transmission de pratique :

"Les enfants on y goûtait toujours un petit peu (à l'alcool). Je trouvais que le vin avait un goût dégueulasse, que ça avait un goût de vinaigre. Ce qui était bon c'était l'anisette, et tout ce qui avait un rapport avec le réglisse : pour l'anis gras, les enfants ils en prenaient mélangé à beaucoup de flotte. Les enfants ils pouvaient goûter l'alcool, avec de la flotte... La bière c'était une fête, on aimait bien la mousse." (homme, 42 ans)

Il s'agit ici d'un alcool "dosé", mélangé mais qui doit être "traduit" pour le palais des enfants.

Lorsque l'alcool n'était pas sous la double compagnie des parents et de l'eau, il devenait ainsi interdit :

"Les parents rangeaient l'alcool pour que les enfants en prennent pas ensuite. Nous, on n'en piquait pas, mais il y avait des enfants qui faisaient ça chez eux. On rangeait l'alcool dans le buffet de la salle à manger. La bière c'était dans le frigo ça refroidissait le matin et on la buvait à midi. Les enfants on aimait bien la mousse dans la bière, après il fallait ingurgiter le reste." (homme, 42 ans)

Cet alcool mélangé est donc également un alcool contrôlé, puisque dès qu'il est "séparé" de l'eau, il se retrouve sous clef, hors de portée des enfants. **L'alcool anisé est donc considéré comme un sirop un peu particulier qui ne peut pas être entièrement géré par les enfants.** La bière en revanche est dans le réfrigérateur, un lieu qui est plus "accessible".

2. Rendre l'alcool acceptable pour le goût de l'enfant : l'eau et le sucre

Mais il peut s'agir également d'un morceau de sucre :

"J'ai goûté à l'eau de vie de mon grand-père, sur un sucre, je me souviens d'un goût très fort, très brûlant, c'est l'idée de brûlé. C'était fait exprès." (femme, 37 ans)

Si l'eau-de-vie devient socialement acceptable sur un morceau de sucre pour l'enfant, en revanche, l'effet reste "fort".

3. Rendre l'alcool acceptable pour l'enfant : le boire en très petites quantités

L'alcool n'est pas toujours adouci, il peut être consommé en très petites quantités :

"Avant, on goûtait, on goûtait dans les verres des grands par curiosité. A 6 ans c'était pour trinquer, quand les grands trinquaient, et on buvait une petite gorgée dans le verre de Papa. Je me souviens d'avoir fait des grimaces. La vodka et les vins cuits c'était pas pour les enfants." (femme, 46 ans)

Le fait de *faire la grimace* indique que les enfants repéraient déjà le goût des boissons alcoolisées et qu'ils pouvaient ou non les apprécier, leurs préférences allant semble-t-il vers ce qui était plutôt doux :

"On y goûtait un petit peu. Je préférerais la bière au vin. Les gamins on buvait des jus de fruits, et un peu de bière. Là ça ne m'a pas plu le goût du vin quand j'étais gamin. Des fois on buvait aussi un fond de verre mais c'était pas particulièrement plaisant. Ça arrachait un peu" (homme, 34 ans)

Cet alcool de fond de verre reste un alcool non habituel : qu'il soit "goûté" lors d'une fête, ou à des occasions anodines, il n'est pas régulier, ni évident dans la consommation enfantine.

Pour l'ensemble des personnes rencontrées, ces moments pendant lesquels elles avaient la permission de goûter à l'alcool ne relèvent pas de l'initiation qui marque l'intégration de l'enfant dans la communauté des adultes, ni de la socialisation qui rythme cette intégration par un certain nombre de pratiques. Il s'agit plutôt ici de "faire participer" l'enfant, pour qu'il ne soit pas exclu des activités des "grands".

III. LE GOUT ANISE

Le goût anisé est associé à différents supports sucrés qui étaient consommés pendant l'enfance et qui ont laissé de bons souvenirs à nos interlocuteurs.

A. LES BONBONS ET LES CHEWING-GUM A L'ANIS

Le goût de l'anis est transmis par des membres de la famille proche. Il peut s'agir des parents :

"J'adore le goût de réglisse, les bonbons à l'anis aussi... Mon père s'ingénie à trouver des bonbons à l'anis, comme on en trouvait avant. C'était Maman qui préférait l'anis. Il y avait aussi des bonbons au miel. On les achetait dans des épiceries, comme les bonbons à l'anis. J'aime le réglisse. Je suis très sucré. Petite, je me souviens, on avait droit à cinq centimes tous les mois pour choisir des bonbons dans les boccas. L'anis, c'était un goût que je recherchais. Il y avait aussi les premiers caramels avec de la menthe dedans. J'ai essayé de retrouver ça... Des caramels avec du nougat aussi... Il y avait des gros bonbons à la réglisse avec un goût très fort, c'était complètement différent de tout... (vous préférez l'anis ou le chocolat ?) Je suis horriblement gourmande : je prendrais les deux..." (femme, 46 ans)

Il peut également être transmis par les grands-parents :

"Ma grand-mère me donnait des bonbons au goût anisé, je me souviens elle en donnait le soir avant d'aller au lit, ce qu'il ne faut surtout pas faire bien sûr, c'était d'abord très dur et après, ça faisait comme une liqueur à l'intérieur. J'aimais ça." (femme, 37 ans)

L'anis sucré des bonbons était et est toujours associé à un plaisir gustatif vif. Ces interviewés qui boivent aujourd'hui du pastis aiment toujours les bonbons à l'anis :

"Il y avait des bonbons ovales à l'anis, j'aimais beaucoup. J'en consomme encore beaucoup maintenant, j'en achète dans les fêtes foraines : ils côtoient la barbe-à-papa, les berlingots. Les boîtes sont très belles : dessus il y a des personnages humains. Ces bonbons existaient déjà quand j'étais petit, ça m'a incité peut-être à boire cette boisson. Petit entre le chocolat et l'anis, je préférais l'anis, c'était sucré

ça avait un petit goût fameux. Les berlingots à l'anis c'est bon aussi." (homme, 38 ans)

Pour certains, le goût anisé a été découvert tardivement et grâce à des supports qui ne semblent pas avoir fait école depuis, comme le chewing-gum :

"Il y avait des petits chewing-gum à l'anis, j'aimais bien à une certaine époque. J'avais 17 ans, on en mangeait en rentrant de vadrouiller."(homme, 40 ans)

B. LES SIROPS A L'ANIS

Autre support sucré pour le goût d'anis, les sirops que l'on mélange avec de l'eau :

"On buvait du sirop d'anis, j'aimais bien ce côté sucré. (L'anis c'est comme la menthe ?) c'est éloigné quand même. Je consomme aussi beaucoup de bonbons à la menthe." (homme, 38 ans)

Si le parfum de l'anis n'est pas décrit par nos interlocuteurs, le souvenir du sucre est très présent à leur esprit :

"Petit, je buvais de l'anis en sirop. C'était sucré, on rajoutait de l'eau." (homme, 25 ans)

C. LES GATEAUX A L'ANIS

Les grand-mères donnent des bonbons et aussi des gâteaux à leurs petits enfants :

"Je connaissais le goût par des gâteaux à l'anis qu'on trouvait dans le Lot, chez ma grand-mère, c'était des gros triangles, j'aimais ça." (femme, 25 ans)

De la même façon que le cidre et la bière étaient particulièrement consommés dans certaines régions, l'anis est un goût qui est également plus "évident" dans certaines régions que dans d'autres.

D. LES EXTRAITS ET LES POUDRES : DE L'ANIS AU REGLISSE

Le goût de l'anis pouvait être obtenu grâce à des substances devenues plus rares aujourd'hui, comme l'anthésite, que l'on mélangeait à l'eau :

"Chez un copain on buvait de l'anthésite. Ça avait un peu un goût d'orge ou d'anis." (homme, 50 ans)

"On buvait aussi de l'anthésite : dans une carafe d'eau on mettait quelques gouttes d'extrait. On pouvait l'acheter en pharmacie ou dans les épiceries, ça avait un goût de réglisse, anisé. On en buvait même pendant les repas. L'anthésite c'est bon, c'est rafraîchissant" (homme, 42 ans)

Il est intéressant de voir que les goûts de réglisse et d'anis sont associés, voire mis sur un même plan.

On relève par ailleurs la présence de poudres pour "fabriquer" des boissons au réglisse :

"Les enfants on se fabriquait une boisson avec de vieilles bouteilles de bière. On mettait dedans de la poudre de réglisse, c'était en vente partout, chez les épiciers. C'était des petites capsules métalliques qu'on ouvrait et qu'on vidait dans de l'eau, ça s'appelait Coco D'or. On aimait les goûts qui ressemblaient au réglisse" (homme, 42 ans)

D'autres moyens plus rudimentaires permettaient également de confectionner des boissons qui avaient un goût anisé ou réglissé :

"Ce qu'on faisait aussi c'était mélanger un bout de Zan avec de l'eau. On mettait du Zan dans une bouteille, avec de l'eau, et on secouait très fort jusqu'à ce que le morceau de réglisse fonde. Ça donnait un bon goût." (homme, 42 ans)

On est ici en présence d'un "effet de génération", ainsi, certaines de ces substances comme la poudre d'anis (*Coco d'or*) n'ont plus cours aujourd'hui.

Tous les interviewés n'ont cependant pas connu le goût de l'anis étant enfants :

"J'aimais bien l'eau avec du sirop, j'aimais bien la menthe. Je ne me rappelle pas de sirop à l'anis. La menthe, la fraise oui mais pas l'anis, je ne crois pas que ça existait." (homme, 37 ans)

Ceci souligne le fait que l'anis peut être apprécié même s'il n'a pas été consommé dans l'enfance.

2ème partie

L'INITIATION
DE 13/14 A 16 ANS

La découverte de l'alcool par l'adolescent peut avoir eu lieu de deux façons. Dans certains cas, elle a lieu à **un moment très précis**, lors d'une **occasion exceptionnelle**. Cette occasion peut-être **ritualisée et marquer un "passage" de l'adolescent**, passage d'une pratique "enfantine" où l'individu consomme essentiellement de l'eau et des boissons sucrées à une pratique où l'absorption d'alcool sera permise - ou prescrite - épisodiquement. Ce moment ritualisé est **un "passage-baptême" pendant lequel l'adolescent souligne par sa consommation son intégration au groupe familial**.

Dans d'autres cas, **l'initiation n'est pas ritualisée et n'a pas de fonction symbolique du point de vue social** : dans ce cas on parlera plutôt d'une **"première fois"**, qui est pour l'adolescent l'occasion de **découvrir le goût** et éventuellement **les effets de l'alcool**, et qui va lui permettre de **se sentir "grand"**. Mais s'il perçoit cet acte comme une **exploration du monde** des adultes - qu'il l'effectue **avec la permission et non la prescription des adultes** -, il n'y a pas de **mise en scène de cet acte à proprement parler**.

I. L'INITIATION RITUALISEE : LE "BAPTEME" PAR L'ALCOOL PRESCRIT

Il y a des occasions où **l'alcool est prescrit par les parents** : c'est-à-dire que l'adolescent a plus que l'autorisation de boire, **il "doit" boire** pour souligner son accession à un statut différent, pour souligner aussi peut-être son **adhésion/appartenance à la communauté familiale**... En tout état de cause, il semble que les individus qui se sont trouvés dans cette situation d'initiation passent très nettement au cours de ce moment "rituel", de "l'interdit" au "permis" :

"La première fois que j'ai bu de l'alcool, en dehors du cidre, c'était vers 15-16 ans, c'était un repas de fête, un baptême je crois, on m'a donné un peu de champagne. A l'époque mes parents étaient très stricts, il n'était pas question de boire de l'alcool. J'ai aimé ça, le côté pétillant, petites bulles, et le fait d'être grande, c'était subjectif, je trouvais ça super. Chez mes parents c'était assez strict, ils n'auraient pas admis que je boive de l'alcool régulièrement."(femme, 37 ans)

Ce *peu de champagne* est un privilège accordé à l'adolescente, **privilège qui "fait grandir" la personne**. Le fait que les parents ici aient permis à leur enfant de goûter à l'alcool vers 15-16 ans n'est pas dû au hasard. En effet, il semble que les parents possèdent

une **"horloge sociale intérieure"**, et qu'à un moment donné, **ils savent, ils "sentent"** que l'adolescent a le droit de faire telle ou telle chose : **que le "bon moment"** est venu. Ce moment peut ravir l'adolescent qui, impatient, attendait qu'on l'intronise dans la communauté des grands. Cependant, il y a des cas, où les parents jugent que le "moment est venu" alors que l'adolescent n'est pas de cet avis :

"C'était dans le milieu familial, pendant des réunions de famille. C'était l'attrait d'un goût nouveau. Au début, il n'y avait ni agrément, ni désagrément : dans une réunion familiale, on suit tous les gens qui nous entourent. Il y avait une sorte d'initiation, une sorte de baptême par le vin, par l'alcool. C'était une cérémonie un peu rebutante, dans la mesure où ça pouvait prendre un caractère obligatoire et pas consenti."(homme, 39 ans)

Ces moments d'initiation n'ont pas toujours été suivis par une consommation régulière en famille et **l'initiation n'ouvre pas systématiquement la perspective ou le droit de boire de l'alcool comme les adultes**. Elle signifie plutôt que l'adolescent est en train de quitter l'enfance et qu'il commence à gravir le chemin qui le mènera vers la communauté des aînés.

Ces occasions exceptionnelles de boire constituent ainsi davantage **une première étape** dans l'intégration au monde des adultes, où l'alcool ne serait utilisé que comme un **"objet rituel"**, plutôt qu'une initiation à l'alcool à proprement parler, ou qu'une ouverture à un apprentissage ultérieur de ce produit dans le cadre de la famille.

On peut faire l'hypothèse que les "initiés" sont, par le biais de l'alcool, encouragés à connaître quelque chose qui n'est pas l'alcool lui-même, ou qui **n'est pas "que" l'alcool**, et ce dans un temps donné, une "occasion exceptionnelle" qui se concrétise lors une réunion familiale. **Cette initiation, soulignée par les adultes comme telle, n'a pas lieu dans le cadre domestique habituel**, en présence des seuls parents : le fait qu'elle se déroule avec et devant les membres de la famille élargie, voire, les amis, donne à cette "première fois" de l'alcool un caractère symbolique fort. **Le "public" est là pour témoigner du caractère exceptionnel de cette permission**, mais aussi sans doute pour prendre acte du passage de l'adolescent dans un univers qui n'est pas celui des adultes mais qui n'est plus celui des enfants. L'alcool n'est donc pas ici une découverte "secrète" : il est plutôt utilisé ici comme **un marqueur d'âge face à la communauté réunie**.

Remarquons également que cet alcool prescrit dans le cadre d'une initiation ritualisée est **consommé de jour** : on est bien ici dans le domaine du **"formel", de l'officiel**.

II. INITIATION NON RITUALISEE : LA "PREMIERE FOIS"

Une autre forme d'initiation peut exister, mais en dehors d'une quelconque ritualisation. Il y a ainsi des **"premières fois" qui ont lieu en présence de la famille, mais où la découverte ne se fait pas sous l'injonction des parents.** Un autre adulte de la famille amène l'adolescent à goûter une boisson, mais cette situation n'est nullement ritualisée, et dans ce cas, **l'adolescent semble davantage percevoir le goût** de la boisson qu'un éventuel nouveau statut que pourrait lui conférer l'absorption d'alcool :

"Le pastis, l'anisé, c'est plutôt en fait des souvenirs dans le milieu familial... J'avais un oncle qui aimait la bonne chère, et les bonnes tables qui buvait du Ricard. Chez lui j'ai découvert du pastis à la grenadine."(homme, 40 ans)

L'initiation n'est donc pas toujours liée à un moment exceptionnel : la découverte d'une boisson, d'un goût, n'est **pas forcément liée à un "symbole de maturité"** et ce, même si les parents donnent pour l'occasion une permission exceptionnelle et explicite :

"La première fois que j'ai trempé la langue dans l'alcool j'avais 13 ou 14 ans, on avait la permission. C'était un petit verre de vin chez le grand-père."(homme 34 ans)

L'initiation peut avoir lieu non avec les parents, mais **avec proche du cercle familial**, un adulte qui prend en charge ce moment de découverte :

"Vers 13/14 ans je suis parti en Grande-Bretagne, j'ai bu de la bière, du whisky, c'était chez des amis de mes parents. J'allais beaucoup au pub. Avec les autres jeunes on buvait à l'extrême du "shandy". C'était un contexte festif, c'était après les matchs, on suivait une équipe de cricket. Au pub, les gens buvaient de la bière et du whisky. Les matchs de cricket c'était en fin d'après-midi. On allait au pub après. J'aimais pas trop la bière à l'époque. Le whisky j'en buvais suffisamment pour être un peu éméché, mais gentiment. L'effet était agréable, ça avait un côté magique, c'était la découverte du monde des adultes. J'ai commencé à fumer vers 13/14 ans, c'était pas simultanément mais c'était à peu près à la même époque."(homme, 40 ans)

Cette initiation sans rituel et sans public n'a pas été gérée par les adultes de telle façon que l'adolescent se sente impliqué dans un **processus de passage** (passage de l'adolescence à une sorte de "pré-âge adulte"), cependant, il n'en reste pas moins que l'adolescent, découvrant de nouveaux goûts et de nouvelles sensations grâce à la **bière et**

au whisky, peut également avoir le sentiment de **pénétrer dans le monde des "adultes"**. Dans le cas de cette "première fois", **l'alcool n'est pas prescrit comme il l'est dans le cas de l'initiation ritualisée, mais plutôt permis, autorisé par un adulte.**

Ces constats nous amènent à distinguer deux types de situations. La première concerne les **occasions ritualisées, les "baptêmes"**, pendant lesquelles l'adolescent a le sentiment de découvrir le monde des adultes et **la conscience d'y être amené par la volonté de ses parents** ; pour la deuxième, il y a simplement une découverte d'une boisson, d'un goût, **sans que cette découverte soit perçue ou gérée comme un moment de "passage" par l'adolescent.**

Ces "premières fois" relativement banales ouvrent ainsi une série d'autres "premières fois" au cours desquelles l'adolescent puis l'adulte enrichira son éventail de sensations gustatives. **Ces occasions de découverte "non-symboliques"** peuvent se dérouler sous la **protection de personnes totalement étrangères à la famille** :

"Je l'ai découvert vers 18/19 ans. On avait des amis à Chartres : on en buvait là-bas (du pastis). J'avais une copine de classe, son père avait une maison là-bas."(homme, 25 ans)

Ces premières fois se déroulent essentiellement **de jour**, comme les initiations ritualisées.

Il faut souligner **l'importance des adultes dans ces moments de découverte dans les premiers cycles de vie** (initiation, socialisation et même transition), **importance qui ira en diminuant avec l'autonomisation du jeune**. Au fur et à mesure que les "premières fois", les découvertes de tel ou tel alcool se multiplient, **les adultes sont remplacés par des "pairs" dans le rôle de prescripteurs.**

Tous nos interlocuteurs n'ont pas gardé de souvenir précis de "baptême" par l'alcool ou de "première fois" : **certains ne sont pas passés par ces occasions "charnières" qui marquent le début de la consommation d'alcool.** Ceux-là sont passés **progressivement** de la phase d'"**imprégnation**" où ils étaient **spectateurs** à la phase de "**socialisation**" où peu à peu ils sont devenus **acteurs**.

3ème partie

LA SOCIALISATION :
TRANSMISSION ET TRANGRESSION
DE 10/12 A 18/19 ANS

Au moment de l'adolescence, l'individu va apprendre certaines formes de vie collective : **il devient peu à peu membre "actif" de la communauté familiale**, participe à des activités qui jusque-là étaient réservées aux adultes et parallèlement, **il acquiert de plus en plus d'autonomie par rapport à ses parents par la fréquentation de ses pairs**, avec qui il découvre de nouvelles sensations, de nouveaux codes, de nouvelles possibilités.

Ces différents apprentissages et socialisations sont placés sous le double signe de la **transmission** et de la **transgression**, qui marque un processus d'intégration en tant qu'individu à la communauté des adultes. Cette intégration est faite à la fois **d'adhésion** et **d'opposition** par rapport aux modèles proposés, **opposition qui se cristallise dans des pratiques propres à la communauté des "pairs"**.

I. LA TRANSMISSION : L'ALCOOL DE LA CONTINUITÉ OU L'APPRENTISSAGE DES PRATIQUES PARENTALES

La découverte et la connaissance de l'alcool se fait lors de moments exceptionnels, d'occasions d'initiation, mais aussi hors de ces moments. Elle peut en effet également s'effectuer dans le cadre **d'une consommation régulière et régulée par les parents, ou par l'un des parents**, au sein de la sphère domestique. Elle peut également avoir lieu **entre "copains", et donner ainsi lieu à une "socialisation entre pairs"**.

Dans ces cas, l'alcool est davantage apprécié pour son goût et ses effets qu'il ne l'est dans l'initiation. De même, **si l'alcool de l'initiation marque une rupture** (le passage d'un âge à un autre, le passage du dehors au dedans de la communauté familiale...), **l'alcool de la socialisation marque la continuité et le prolongement qui existent entre les pratiques des parents et celles de leurs enfants**, qui d'ailleurs reproduisent certaines de ces pratiques entre eux, entre pairs.

A. LE RÔLE DES PARENTS OU LA MISE EN PLACE D'UN PROCESSUS D'INTÉGRATION DES ADOLESCENTS DANS LA COMMUNAUTÉ ADULTE

Nous avons repéré deux situations où il y a transmission de pratiques liées à l'alcool des parents aux enfants : il s'agit du temps de **repas** et de celui de **l'apéritif**.

1. Le repas : une occasion de transmission de pratiques par le père

Le repas est un moment privilégié pour la formation de l'adolescent au goût du vin. Cet apprentissage est notamment pris en charge par le père, mais il peut plus ou moins bien être accepté par l'adolescent, suivant les sexes.

a. L'adhésion de l'adolescent à une pratique du vin pendant le repas

La famille peut fonctionner comme lieu de **transmission et de reproduction d'une pratique de l'alcool**, et être également le lieu d'une **mise en scène des rôles hommes/femmes**. **Dans ce contexte l'alcool est permis par les parents**, qui donnent "le droit" d'en consommer à leurs enfants :

"Jusqu'à dix ans, je n'ai pas goûté à l'alcool. Ça a commencé dans ce créneau-là : vers dix-douze ans. Je buvais du vin rouge à table : c'était comme le père, il n'y avait pas de distinction. Les tout premiers temps avec de l'eau ça passe rapidement. Mes soeurs n'appréciaient pas, moi oui : ça avait un goût qui se démarquait des autres boissons ; finalement, je l'appréciais. Les enfants y goûtaient avec modération, surtout que c'était du bon vin, ça ne faisait pas de mal. C'était de façon occasionnelle, pas quotidienne, c'était pas forcément tous les jours. (qui vous proposait à boire ?) C'est moi-même. A partir du moment où il y a des repas équilibrés, copieux, c'est bien d'avoir le repas accompagné de vin : on peut prendre le temps de manger. " (homme, 38 ans)

La socialisation de la pratique de l'alcool se déroule ici sous le sceau de la continuité familiale : l'"aîné" transmet au jeune une sorte de "**savoir boire**" (qui accompagne *les repas équilibrés, copieux*), continuité qui est bien acceptée et bien vécue par l'adolescent. Celui-ci, fait "comme son père", mais en tant que "jeune homme", il reproduit également **un acte connoté sexuellement**, au sens où la consommation de l'alcool fait ici office de marqueur de sexe puisque seuls les hommes en consomment, et que c'est donc là un de leurs "apanages".

Cette forme de socialisation est associée à plusieurs éléments qui la caractérisent. En premier lieu cette pratique de l'alcool est **associée au repas et donc à l'alimentation** : le jeune n'est donc pas initié à l'alcool pour être intronisé à un moment précis dans la communauté des adultes. Il se trouve davantage dans **une situation d'apprentissage d'une combinaison de goûts, d'apprentissage d'un équilibre du repas où le vin joue un rôle de "révélateur de saveur"**. En effet, cet alcool présenté comme indissociable du repas, n'est pas un alcool "quelconque", il s'agit d'un produit précis : le vin. Comme le champagne est la boisson de l'initiation par excellence, **le vin est l'alcool de la continuité des pratiques familiales à travers leur transmission de génération en génération**. Il

s'agit là d'une socialisation par l'acquisition d'une pratique et d'un savoir (connaissance du goût du vin).

Par ailleurs, le vin est utilisé ici comme un **complément du repas**, (ou d'un élément du repas : le *fromage*). On peut dire que le vin est "entouré" : il est consommé en famille et il est apprécié pour son goût et en accompagnement de l'alimentation. Ce contexte protège les consommateurs du risque d'ivresse, et donne une **forte acceptabilité sociale à ce produit**.

Tout se passe donc, dans le cadre de cette socialisation, **comme s'il était naturel que peu à peu les parents apprennent à l'adolescent à connaître et apprécier certains produits dont le vin fait partie**. Il s'agit bien d'une transmission sur le long terme, d'une pratique habituelle qui fait suite à la période d'initiation et non pas d'une "cérémonie" d'initiation en soi : **l'adolescent fait peu à peu comme les adultes, avec le consentement de ceux-ci**.

b. Le refus du vin comme affirmation de soi face aux normes familiales

Certains adolescents, encouragés à consommer de l'alcool par leurs parents, n'ont pas toujours envie de pénétrer plus avant dans la connaissance de ce produit, et **l'alcool prescrit peut-être rejeté** (comme cela arrive parfois dans la phase d'initiation) :

"C'était l'obsession de mon père de me faire boire du vin. Je me souviens d'une fois, il m'en avait mis une goutte, j'avais vu l'eau rose ! Il a voulu m'en faire boire et j'ai pleuré. C'était horrible pour lui que sa fille n'aime ni le fromage ni le vin."
(femme, 25 ans)

Certains qui consomment aujourd'hui régulièrement de l'alcool, ne voulaient pas, alors qu'ils étaient adolescents, entrer dans un processus d'apprentissage du vin (et du fromage), "guidé" par leur père. **Pourtant, s'il y a un refus de socialisation dans le cadre d'une pratique familiale de l'alcool cela ne signifie pas qu'il y ait refus de l'alcool dans l'absolu**. En effet, l'appréhension de ce produit peut avoir lieu dans un contexte de sociabilité entre "pairs" situé à l'extérieur de la sphère domestique et **les mêmes qui rejettent le vin proposé par le père peuvent consommer d'autres alcools avec leurs amis** :

"Mon père désespérait parce que je ne buvais pas de vin rouge, que des alcools forts. Mes premiers souvenirs, c'est quand mes parents partaient en week-end, c'était à la maison, quand je faisais des fêtes ou chez d'autres personnes. Mais je

n'en buvais jamais en famille, sinon le petit verre de champagne depuis que je suis toute petite. Quand on débouchait le champagne tout le monde en buvait. Sinon, en leur présence je ne buvais pas. Les seules fois c'était avec mes amis."(femme, 25 ans)

Tout ce passe comme si dans certains cas il y avait, non pas un refus de l'alcool, mais une sorte de **refus de socialisation dans la sphère familiale**, et que par là-même, les produits associés à la socialisation familiale soient rejetés. On peut ainsi consommer des alcools forts avec des amis et rejeter le vin rouge, non pas sur des critères gustatifs (ou pas uniquement) mais à partir des contextes d'apprentissage qui auront la préférence de l'adolescent.

Cet alcool prescrit par le père est donc refusé, mais ce n'est pas l'alcool en lui-même qui est l'objet de ce refus.

2. L'apéritif : un temps de complicité entre générations

De la même façon que l'adolescent peut être amené à avoir une consommation habituelle et permise du vin à table au heures des repas, **l'apéritif constitue également un temps de transmission et de continuité entre les pratiques des parents, de la famille et celles de l'adolescent.**

La famille, est un lieu d'apprentissage du vin, de la bière et du cidre au moment des repas, mais également un lieu **d'apprentissage de consommation de spiritueux** comme le pastis :

"L'alcool c'était une découverte au niveau du goût, pour les sensations que ça procurait. Sauf pour les choses anisées que je connaissais déjà : à la maison j'avais bu des fonds de Pernod, de pastis... Il y avait du Ricard mais c'était bu dans un autre contexte, en famille..."(homme, 40 ans)

Le pastis fait partie des boissons familiales parce que familiales : cette boisson est consommée ainsi dans le temps de l'apéritif, **un temps de consommation diurne, associé au repas** puisqu'il en est l'introduction. Or ce temps, également lié à l'alimentation bien que de façon moins directe, est également un temps de **partage entre différentes générations** et de **transmission d'une pratique du boire** :

"A partir du moment où avec mes amis on a pris l'initiative de prendre l'apéro entre amis, chez l'un ou chez l'autre, ça pouvait être indépendamment avec ou sans

les parents, étant donné que c'était pas une très grande ville, que c'est des amis qui connaissaient très bien mes parents et moi je connaissais les leurs. J'allais voir un ami, s'il n'était pas là, je pouvais prendre un coup avec les parents. Ça ne nous gênait pas d'être avec les parents. Les parents avaient l'habitude. Ce sont des habitudes différentes que de se sauver quand il y a les parents. A ce moment-là, le pastis était déjà bien rentré dans ma vie. On consommait assez régulièrement. Sinon c'était différents alcools. C'était Whisky, Martini, Pastis. C'était plus souvent le week-end parce que on avait plus de temps au moment du repas. C'était le midi ou le soir, ça dépendait. Peut-être un peu plus souvent le soir. On prenait ce qu'il y avait dans le bar des parents. C'était l'apéritif, un ou deux verres chacun."
(homme, 27 ans)

L'apéritif est un moment de **convivialité** où l'alcool est socialement acceptable : les parents admettent la présence des adolescents lors de ce petit rituel de l'"avant-repas" et lors de cette consommation partagée, qui se déroule en journée ou en début de soirée, **le pastis fait "le pont" entre parents et adolescents.**

3. Alcool familial et/ou "ethnique" : la bière et le cidre, deux alcools du jour qui peuvent se dissocier du repas

Outre le vin, d'autres boissons jouent également un rôle dans la socialisation et la consommation familiale, notamment **le cidre et la bière.**

Le cidre et la bière sont ainsi des **boissons familiales**, leur consommation par les enfants souligne à la fois une **continuité entre deux générations**, par ailleurs souvent liée à **une pratique locale, "culturelle", qui dépasse le cadre familial :**

"Je suis breton d'origine : on buvait de la bière, du cidre : c'est alcoolisé. Dans le cidre il y a une petite teneur en alcool. L'alcool c'est un facteur d'enivrement. Le cidre c'est pauvre en alcool, donc on peut en boire un peu plus. C'était du cidre brut qu'on buvait."(homme, 39 ans)

Le cidre n'est pas spécialement associé à l'acte de manger (repas) ou de grignoter (apéritif), et sa teneur en alcool est gérée de différentes façons : soit elle jugée faible et donc propre à la consommation des enfants, soit elle peut être perçue comme présentant des risques d'ivresse, auquel cas, le cidre est coupé avec de l'eau :

"Enfants, on buvait, de l'eau, de la bière. Ma mère était normande, mon père adorait aller en Normandie. Mes oncles faisaient leur cidre eux-mêmes. Le cidre

bouché, les gosses y avaient pas droit ; Nous, c'était du cidre allongé d'eau, c'était rafraîchissant, pas fort. (Il fallait faire attention ?) On ne se rendait pas trop compte, on devait sûrement faire attention, mais d'une manière larvée."(homme, 50 ans)

Le cidre ne se boit pas comme l'eau : il fait l'objet d'un contrôle, même discret de la part des adultes et ne semble pas faire l'objet d'une forme de prescription : il est davantage permis que "recommandé"... Il peut être également **neutralisé**, comme le vin, en devenant l'"**accompagnateur**" d'une consommation d'aliments :

"Ma mère est bretonne. Le cidre je n'en buvais pas à 6 ans. C'était plus tard vers 10/12 ans, quand on faisait des crêpes au blé noir. On en faisait toutes les semaines, tous les 15 jours, plutôt le soir".(homme, 25 ans)

Le cidre est un alcool pour le déjeuner, pour le dîner, pour "se rafraîchir", mais **il n'est pas un alcool de nuit**, car s'il s'aventure dans la soirée, c'est accompagné par des aliments.

En ce qui concerne la **bière** en revanche, il s'agit d'une boisson qui est également l'objet d'une **consommation familiale**, mais qui peut également être présente dans un autre cadre : celui de **l'école** :

"Enfants, on buvait, de l'eau, de la bière. J'ai été en pension à Valenciennes, à 35 km de chez moi. Il y avait 2 bouteilles de bière pour 8 à table dès la sixième. C'était de la bière faite à 40 km du lycée. De la bière Barré, c'est l'ancienne Valstar. De la sixième à la terminale, c'était 2 bouteilles par table de 8 et souvent les tables étaient mélangées avec les plus petits (qui en buvaient donc également) : quand il y avait un absent, c'était toujours chez les petits qu'on allait prendre les élèves. C'était complètement mélangé."(homme, 50 ans)

La bière est ici une boisson locale (Nord de la France) parfaitement acceptée pour la consommation des adolescents et aussi celle des enfants, elle est cependant **neutralisée par son association avec des pratiques alimentaires**. Il s'agit encore d'une **boisson de jour**, et sa présence est donc très fortement liée à un cadre culturel local où il y a production de bière.

4. La socialisation familiale pour entériner un état de fait : la fréquentation du bar par l'adolescent

Dans d'autres situations, l'adolescent passe de l'alcool interdit à l'alcool permis après un moment de transgression :

"J'ai commencé à aller au café vers quinze, seize ans, quand j'ai commencé à boire à la maison. Ça c'est passé quand mon père m'a trouvé dans un café, à 16 ans dans un café, avec des copains, devant un demi. Il n'a rien dit mais à la maison ça a gueulé. Mon père m'a pris à part : m'a mère ne l'a pas su. Après, ma mère a commencé à le sentir : elle a dit : "ça y est, tu commences !"... Ils ont gueulé pendant six mois, ils ne me faisaient la morale, et ils ont arrêté, parce qu'un jour, je suis rentré saoul du bal... Ma mère n'a rien dit : elle m'a ouvert la porte parce que je n'y arrivais pas... Après, mon père me servait avec les autres à la maison, quand il y avait des copains."(homme, 31 ans)

La prise en charge d'une socialisation de l'adolescent par le père, avec des amis du père, autour de l'alcool, n'a pu se mettre en place qu'après une situation de transgression très forte. Ici, **l'adolescent a bravé un interdit familial et a le droit de boire avec les adultes et comme eux**. Soulignons que cette personne se trouvait à l'époque en apprentissage professionnel et qu'il semble que son âge réel ait été à ce moment en "contradiction" avec son activité qui était celle d'un adulte ou presque...

En tout état de cause, **la consommation familiale de l'alcool n'est donc pas toujours le résultat d'une volonté des parents** : ceux-ci peuvent également céder, en quelque sorte, à la pression de leurs enfants.

Ainsi, c'est la découverte de la consommation de bière de l'adolescent qui aboutit finalement à l'intégration de ce dernier dans la communauté des hommes, réunie dans la maison du père.

B. LE ROLE DES "PAIRS" : PRATIQUES DE CONSOMMATION D'ALCOOL ET SOCIABILITE ENTRE ADOLESCENTS

La pratique d'un alcool socialement acceptable et socialement reconnu, qui prend place pendant la journée et dans le cadre de la famille se prolonge par une consommation d'alcool également **diurne mais extérieure à la famille, avec les pairs**.

Cette consommation peut avoir lieu au **café** ou dans **la maison des parents** d'un des membres du groupe de pairs, alors que les parents de celui-ci sont absents.

1. Le café : convivialité et consommation d'alcool entre pairs

Le café est un lieu de rencontre et de convivialité entre adolescents, c'est un lieu qui va de soi pour s'y rencontrer, pour y jouer, pour y consommer de l'alcool.

a. La café : un lieu de rencontre pour les adolescents

Le café est un lieu qui peut être un "terrain de rencontre" pour les adolescents, et ce dès la fin de l'enfance : on n'y boit pas d'alcool à ce moment, mais le café devient un repère, comme lieu de réunion entre pairs :

"On allait au café, on y était tout le temps. J'y allais à 10 ans, avec les copains. On buvait du café, des granités, des citronnades, c'étaient des sommes ridicules, ça devait nous coûter 25 centimes." (homme, 42 ans)

Le café est un endroit facile d'accès pour l'adolescent ou le pré-adolescent, mais on n'y consomme pas d'alcool à tous les âges et ce, même si l'on peut s'y rendre précocement de manière autonome (sans les adultes). Ceci est dû au fait que **le café avant d'être un lieu à boire, est d'abord un lieu pour jouer**

b. Le café : un "terrain de jeu" dans le prolongement des activités des adolescents

Cet espace de réunion qui devient le territoire des adolescents est aussi une sorte **d'annexe des terrains de jeux**, qui a ceci de particulier que les adolescents peuvent consommer certains alcools en jouant :

"A l'époque je faisais partie des scouts, on vadrouillait dans la campagne. On allait dans les bistrotts, on buvait de l'alcool : de la bière, du rhum. Le bistrot c'est un lieu de rencontre... On jouait au baby-foot, au billard."(homme, 40 ans)

Le café est un endroit de "pause", soit lors de **sorties** organisées (avec les scouts) ou pendant les **heures d'études du lycée** :

"Les sorties c'était souvent chez des camarades, parfois c'était en cours de journée, en fin de matinée ou l'après-midi. Les fameuses heures d'études n'étaient pas obligatoires. On sortait au moins une fois par semaine, c'était les meilleurs amis, ça se limitait à 10 personnes, il y avait plus de garçons. On était 8, 9 personnes. En fin de matinée, on prenait un petit apéritif dans le café du coin, sous forme de Ricard, de Pastis. On avait des coutumes, des habitudes, il y avait le côté

ambiance, intimité, le côté humain... il y avait des jeux, des flippers, des jeux vidéos, des jeux axés sur le sport, les matchs, le tennis. Il y avait des filles qui faisaient partie du groupe."(homme, 38 ans)

La présence de jeux, **l'atmosphère ludique** qui entoure la consommation au café, semble jouer **le même rôle que le repas** dans la sphère familiale : **l'alcool est ici neutralisé en tant que "danger"** (danger de l'ivresse, de la perte de contrôle de soi). La présence des adolescents dans le café est dans le prolongement de leurs activités : c'est le même groupe d'activité ou d'"école" qui se retrouve autour du flipper, et **l'alcool est là en accompagnement de ce moment de détente et d'amusement entre pairs.**

Par ailleurs, **le café est pour ces adolescents un lieu de fréquentation diurne** où les boissons consommées sont proches de celles consommées sous le toit familial : **la bière, le pastis**, et notamment le pastis de l'apéritif **soulignent des habitudes, des coutumes qui ont cours dans la sphère familiale.**

Le café est le prolongement de la famille dans ce sens que les pratiques qui s'y déroulent relèvent d'une certaine continuité entre les générations, les jeux qui s'y déroulent ne sont pas interdits, comme les boissons qui y sont consommées puisqu'ils ressemblent à des pratiques qui ont lieu en famille :

"Et à cette époque, on allait dans les bistrots, on jouait beaucoup aux cartes. J'ai goûté la mauresque : ça me plaisait."(homme, 40 ans)

Le café n'est pas un lieu de transgression, mais plutôt de transition entre le dedans (maison) et le dehors (école, pairs) et lorsque les jeux du café ne suffisent pas à distraire les adolescents, ils jouent alors avec l'alcool, pour chasser l'ennui :

"A 18 ans, on jouait au "7-14-21" au café. Il fallait lancer les dés : celui qui faisait 7 il commandait une boisson, c'était par exemple du whisky avec du calvados, de la bière et du lait. La bière et le whisky c'est à vomir, et le calva dans le lait ça fait cailler le lait. C'était des trucs à se rendre malade. Celui qui faisait le 14 il buvait la boisson, et celui qui faisait le 21 il la payait. On y jouait occasionnellement, quand on s'emmerdait et qu'on ne savait pas quoi faire. Il y en avait qui sortaient à la fois le 7, le 14 et le 21 ! J'étais au lycée pendant ce temps-là."(homme, 42 ans)

Ici, l'alcool permet de **jouer à se rendre malade**, et les adolescents semblaient beaucoup se divertir du résultat des mélanges de boissons entre elles : le calvados qui fait *cailler le lait* est un amusement en soi, cependant, **l'alcool n'est pas ici décrit comme un**

outil pour modifier un état de conscience : le but du jeu est de créer un mélange écoeurant, mais pas forcément un mélange qui enivre rapidement.

"La première fois que j'y ai goûté j'avais entre 15 et 16 ans. Ça m'a plu, j'ai trouvé ça très bon. On l'a bu avec des glaçons et beaucoup d'eau. C'était à l'occasion de vacances dans le sud de la France, avec des copains du même âge. Pour moi, le goût du pastis c'était un style jus de fruit, mais un peu plus fort. On le noyait : c'était plus facile à boire, sinon c'est trop fort d'alcool et de goût."(homme, 34 ans)

c. Le café : un lieu de reproduction des pratiques des adultes

En fait, le café n'est pas un lieu de transgression parce qu'il s'agit d'**un univers codé selon les modèles adultes** : c'est une occasion pour les adolescents qui sont entre eux de "s'entraîner" à faire comme si ils étaient grands :

"En première-terminale on était tout le temps au café. Au café on buvait du coca, rarement des demis... On faisait de la politique : on y allait plus pour refaire le monde que pour se saouler la gueule. Et puis on n'avait pas les moyens de se payer du pastis."(homme, 34 ans)

Le café marque ainsi **une double continuité** : continuité avec les activités des adolescents qui transforment cet endroit en **un espace ludique qui prolonge les autres espaces de jeux, mais qui prolonge aussi le monde des adultes**. En effet, **le café est un lieu de reproduction des pratiques des aînés**, on peut y faire de la politique, ou encore y jouer comme de "vrais" adultes :

"Quand j'ai bu beaucoup de pastis c'était quand j'étais à Toulon... On se faisait des parties de cartes tous les jeudis, quand j'étais au lycée professionnel. On passait des après-midi au café. On se buvait 6 ou 8 pastis dans l'après-midi pour que le cafetier nous vire pas du café. On faisait comme les grands : on jouait à la belote et on trinquait avec les copains du lycée. Mais c'était pas pour se torcher, c'était juste comme ça."(homme, 42 ans)

Ici, pas de "jeu" avec l'ivresse : il s'agit plutôt d'**une répétition où les adolescents font comme les adultes, comme les "grands"**, mais aussi boivent comme eux, un produit de consommation diurne, tel le pastis.

Outre la reproduction d'une pratique familiale, le café peut-être le cadre d'une reproduction d'une pratique communautaire, liée à une "culture" particulière, locale :

"J'avais des amis dans un petit village près de Toulon, il y avait un bar qui organisait des concours de pétanque. On allait s'inscrire pour s'amuser à jouer avec les vieux du village. Là, il n'était pas question de prendre autre chose que du pastis. C'est vraiment dans les moeurs de cette région, ce n'est pas un mythe. Et c'est aussi le plaisir d'entretenir le folklore. C'était vers 16-17 ans. Ça a été essentiellement concentré sur un été. Plus tard il y a eu les concours de belote, c'était le même système, c'était organisé dans les bars. A cette époque je jouais au foot, et il y a toujours le bar de l'équipe de foot. J'ai dû jouer trois ans au foot (entre 15 et 17 ans), ce n'était pas très régulier de se retrouver au bar. Ça correspondait à la même période (que la pétanque) mais ça se faisait plus dans les petits villages que dans la ville où j'étais. C'était aussi du pastis. En général, dans les bars du sud vous avez toutes les marques de pastis. Il n'y avait pas de marque que je préférais."(homme, 27 ans)

La journée reste le moment privilégié pour aller au café et la saison - l'été - peut également favoriser cette pratique. Il est intéressant de noter que **c'est à travers une double activité de type "traditionnel", le jeu (ici la pétanque), et la consommation de pastis que se crée une occasion de sociabilité entre générations.** Les "jeunes" imitent les "vieux" en soulignant ainsi leur appartenance au monde des adultes, mais aussi à une communauté culturelle.

Même si l'alcool est faiblement présent et qu'il n'y a pas de présence d'**un rituel d'identification tel le jeu de belote ou de pétanque**, le désir de se grandir s'exprime cependant ouvertement dans cette consommation de café :

"A l'adolescence, c'était limonade, panaché léger, jus de fruit, lait-grenadine. J'aimais bien le panaché léger. Mais ça n'avait pas goût d'alcool, c'était plus l'idée qu'on se faisait, pour faire comme les grands, et aussi le fait que ça mousse, j'ai toujours aimé le côté bulle, mousse, pétillant. Je n'avais pas spécialement de préférence pour les marques, vous savez, quand on demande un panaché... Je n'avais pas de préférence de bière blonde."(femme, 37 ans)

La marque du produit importe peu à l'individu pendant cette période de sa vie, mais il a repéré que les adultes consommaient de la bière et il veut faire comme eux, même si pour ce faire il doit **mettre l'alcool à sa portée en le mélangeant** (panaché), pratique courante chez les adolescents comme nous le verrons plus tard.

d. Les boissons non-acceptables au café

Nous avons déjà vu que le café est un lieu codé par les adultes, même si les adolescents s'y rendent sans leurs parents. Le fait que les adolescents se livrent à certaines activités au café est permis, accepté par les parents et par les adultes en général, tant que les activités qui s'y déroulent et les boissons qui y sont consommées **ressemblent à des pratiques familiales** :

"Ça ne choquait pas vraiment (de boire de l'alcool), ce n'était pas dérangeant, on n'a jamais eu de remarque du serveur par exemple. Je suppose que mes parents savaient qu'on sortait le mercredi après-midi. J'étais pensionnaire de la 6^e à la Terminale. Quand on sortait c'était l'occasion d'aller au bistrot, je prenais Panaché ou bière. Moi j'aimais bien le panaché, aujourd'hui encore. Il y en a qui prenaient du Ricard. Moi pas tellement, je préférais des choses moins fortes."(homme, 37 ans)

L'alcool du mercredi après-midi s'inscrit donc dans la journée, il s'agit d'une boisson connue dans la sphère familiale, qu'il s'agisse de la bière ou du pastis. **Cet alcool peut donc être consommé au vu et au su de tous** : il ne se positionne pas dans la transgression et ne va pas contre un interdit parental.

En revanche d'autres alcools sont décalés par rapport au café, tel le whisky :

"J'ai goûté au whisky à 14 ans : quand les gamins pensent être des hommes. Avant je connaissais déjà le pastis, l'anisette. Le whisky on le buvait jamais au café, on s'achetait une bouteille entre copains et on allait la boire chez les uns ou chez les autres quand il n'y avait pas les parents."(homme, 42 ans)

Le whisky ne peut être consommé en public, ni devant les parents : cette boisson est visiblement **un instrument de transgression** qui requiert un certain secret : contrairement au pastis et à l'anisette qui sont des boissons familiales, le whisky a ici un caractère de nouveauté presque d'exotisme qui le rend visiblement suspect. Alors que **le pastis permet de faire "comme les grands", ici le whisky permet de faire homme contre les "grands"**.

L'alcool est plus ou moins **socialement acceptable** pour la consommation adolescente en fonction de sa proximité ou de son éloignement avec ce qui est connu dans la sphère familiale, mais il peut également avoir **une acceptabilité qui varie en fonction du sexe du consommateur** :

"Quand on allait au bar, les copains c'était plutôt Ricard, les filles c'était plutôt bière"(femme, 25 ans)

S'il faut que **l'alcool soit connu** (dans la famille) pour qu'**il soit reconnu** (comme boisson adéquate pour les adolescents), à l'intérieur même des alcools connus, il y a des codes à respecter, notamment **le code du doux et du fort qui est marqueur de sexe**, ainsi **le pastis** pour les parents comme pour les enfants est **une boisson d'hommes**, et la **bière qui est ici perçue comme moins forte que le pastis est une boisson qui convient davantage aux femmes.**

Reste que le café lui-même n'est pas forcément un lieu recommandé pour les filles : en tant qu'espace public, où l'on peut consommer de l'alcool, il peut donner **un sens péjoratif à la présence de filles :**

"Au café, il n'y avait que les garçons, pour les filles c'était mal vu. Elles allaient les unes chez les autres."(homme, 42 ans)

Par ailleurs, les jeux mêmes qui sont pratiqués au café ou dans son environnement (comme la pétanque) rassemblent davantage de "copains" que de "copines". Ainsi, le groupe de pairs peut comprendre des filles, mais il est intéressant de noter qu'aucune des femmes rencontrées n'a de souvenir de pratiques de café "entre filles". **Le café est un lieu masculin ou mixte**, même pour les adolescents et **la reproduction des pratiques de l'alcool paraît mieux socialement acceptée lorsqu'il s'agit des garçons.**

2. La maison des parents absents : une brèche dans la continuité des pratiques familiales

Les pairs ne se retrouvent pas uniquement à l'extérieur de la maison en journée, en effet, certains se font "prêter" la maison familiale pour **un après-midi :**

"Quand on faisait des fêtes : on était un groupe d'amis assez soudés, toujours les mêmes, des amis de classe, au collège. On se voyait tous les week-end, j'étais la seule à avoir un appartement de libre, et après on sortait ou non. Les autres étaient admiratifs, parce que mon père autorisait vraiment qu'on pique dans son bar, chez les autres on amenait gin ou vodka et bière, il n'y avait pas d'alcool anisé ou de Martini."(femme, 25 ans)

Les parents qui prêtent leurs maisons aux amis de leurs enfants peuvent avoir deux attitudes face à l'alcool : **soit ils prêtent également leur bar, soit ils ne le prêtent pas,**

auquel cas les adolescents doivent amener eux-mêmes leur alcool. Or, **lorsque les adolescents se procurent eux-mêmes cet alcool ils achètent des boissons qui sont en rupture avec celles consommées habituellement dans le cadre familial**, que ce soit pendant les repas, ou à l'occasion de l'apéritif, c'est-à-dire **des alcools forts, des alcools blancs**.

On constate par ailleurs, que **même dans les cas où les adolescents peuvent se servir dans le bar des parents, leur préférence ne va pas toujours vers les alcools de "jour" :**

"On allait chez les uns et chez les autres, quand on avait notre après-midi de libre : on allait plutôt chez les femmes, elles étaient plus organisées. C'était dans des pavillons, mais ça pouvait changer de personnes. Les parents n'étaient pas là en général. On écoutait des disques, des 45 t, des 33 t, on faisait des jeux de société. C'était plutôt branché musique, on écoutait plutôt les "Stones"... On se servait dans le bar des parents : en général les parents étaient très compréhensifs. Il y avait du whisky, des vins cuits : une gamme complète. Moi, ça pouvait être un cocktail : c'était une bouteille déjà avec le cocktail préparé. Il n'y avait pas de pastis : l'après-midi c'était pas un moment propice." (homme, 38 ans)

La gamme des alcools est complète, mais certaines boissons ne sont pas appropriées à ce moment de consommation, tel le pastis. En fait, tout se passe comme si **ces après-midi entre pairs dans la maison des parents absents étaient une sorte de transition entre les pratiques de café et les pratiques de "boums"** que nous analyserons plus loin. Ainsi, les adolescents ont des pratiques de jeux de société, mais ils se réunissent également pour écouter de la musique "branchée", propre à leur génération, de même qu'ils se retrouvent sous le toit familial avec la permission des parents en journée, mais qu'ils préfèrent consommer des alcools que l'on consomme surtout en soirée, comme nous allons le voir.

Cette transition est cependant parfois "mal gérée" par les adolescents qui peuvent connaître **des moments de dérapage, sans pour autant être dans une logique de transgression :**

"J'ai prit une cuite au whisky à 14 ans : je ne supporte plus le whisky depuis. J'avais un copain chez moi, on s'est dit "tiens!...". On a raconté à ma mère qu'on avait cassé la bouteille en cherchant les verres. Il y avait mon frère. Les autres n'avaient pas bu du tout."(homme, 25 ans)

En l'absence de la mère la bouteille de whisky devient attirante, cependant **la "cuite" n'a pas été recherchée dans un but d'intégration à un groupe de pairs puisque tous ne**

boivent pas, elle arrive plutôt par accident. Cette "cuite" cachée, dissimulée à la mère est bien le signe qu'un interdit a été bravé, mais il n'y a pas derrière de stratégie d'opposition à la norme parentale. Reste que **l'ivresse des adolescents est bien une situation qui se produit en l'absence des adultes**, et ce quel que ce soit le cas de figure : être ivre devant un adulte fait partie des "choses qui ne se font pas".

II. LA TRANSGRESSION : PRATIQUES AUTOUR DE LA SOCIALISATION DE NUIT, DE L'INTERDIT A L'INTEGRATION

A. L'ALCOOL "INTERDIT" : LA NUIT COMME OCCASION DE DETOURNER LES CODES ET ROMPRE LES INTERDITS PARENTAUX

Le **jour** est le temps par excellence de la **continuité** entre les pratiques des adultes et celles des adolescents, dans un processus de transmission (et aussi d'imitation). En revanche, **la nuit** permet à ces mêmes adolescents de **se construire dans leur différence par rapport aux "aînés"**, dans un **autre processus parallèle** au premier mais **en opposition avec les adultes : un processus de transgression.**

1. La soirée : le détournement de l'espace familial et l'inversion des pratiques diurnes

L'espace de **socialisation nocturne** des adolescents est **la soirée** qui est également appelée "**boum**" par ces derniers. C'est un temps de convivialité organisé **par des adolescents et pour eux**, qui se déroule cependant dans la maison des parents.

a. La soirée : se retrouver entre pairs, sans le regard des adultes

*"J'allais à des boums, c'était des soirées, chez les parents forcément parce qu'à cette époque personne n'habitait chez lui. L'occasion c'était un appartement de libre et l'autorisation des parents, ce n'était pas forcément des anniversaires."
(femme, 25 ans)*

Les parents sont absents mais l'espace familial n'est pas investi sans leur permission, simplement les parents ne participent pas à ce moment de convivialité, et ils ne sont donc pas à même de régler, **de réguler les interactions entre les adolescents, ni leur consommation.**

La "boum" est ainsi une occasion de se retrouver "entre soi" et ce, sans qu'il y ait forcément un événement spécial à fêter. L'essentiel est de pouvoir se retrouver à un moment où il y a moins de lumière, ou plutôt où **l'obscurité** est suffisante pour protéger des pratiques qui ne peuvent avoir cours au vu et au su de tous, et également dans un endroit de la maison où les parents ne peuvent pas contrôler ce que font leur enfants. **Il s'agit de faire quelque chose de différent :**

"Les prétextes, c'était essentiellement les anniversaires, sinon c'était sans raison, l'envie de faire une fête déguisée, une bonne bouffe, une bringue, un petit truc différent... Ça se passait souvent chez moi, c'est là qu'il y avait le plus d'espace. La maison était organisée de telle façon que pour une grande partie du sous-sol il n'y avait aucun risque de salir le tapis ou la moquette pour la bonne raison qu'il n'y en avait pas. Ça avait plein d'avantages, ça pouvait contenir beaucoup de monde, on pouvait se "laisser aller" parce qu'il n'y avait pas de risque de salir, et on était indépendants. Ça ne posait pas de problème au niveau du bruit, la chambre des parents était au premier étage. La maison est près de la mer, c'est bien pour ça aussi. C'était le week-end ou pendant les vacances. C'était très variable."(homme, 27 ans)

La boum a lieu à un moment où **les adolescents peuvent se "déconnecter" de l'univers scolaire.** Tous les moments ou les prétextes sont bons pourvu que les adolescents puissent casser la routine quotidienne.

Le but étant de se laisser aller, ils créent un contexte de sociabilité en rupture totale avec le quotidien : c'est le temps de la nuit, de **l'obscurité qui atténue le poids des codes parentaux.** C'est un espace de transition que les jeunes investissent momentanément (la cave, le salon des parents absents), **où le sens de "ce qu'il faut faire" et de ce "qu'il ne faut pas faire" s'inverse quasiment** comme nous allons le voir par la suite.

Il faut noter que, contrairement aux "raves", improvisées, ayant lieu dans des endroits désaffectés et où il n'y a pas vraiment d'invitant et d'invité, **la "boum" dans sa forme, ne se présente pas comme un événement transgressif.** Ayant lieu sous le toit des parents et avec leur permission, **elle a les apparences d'une réunion qui se déroule sous l'égide des codes de convivialité traditionnels,** où "une" personne reçoit des invités... Cependant, au-delà de cette apparence qui les protège, **les adolescents se retrouvent autour de pratiques totalement différentes, voire opposées** à celles qu'ils peuvent avoir en famille, pendant la journée, ou au café entre amis.

"Le gin ça a une odeur particulière. Je le bois rarement pur, assez mélangé, avec de l'orange ou du Schweppes. On en buvait dans les fêtes, à l'école. Les fêtes c'était des soirées avec des disques, des copains de classe. C'était le week-end : le vendredi soir, le samedi soir. Il y avait entre 20 et 40 personnes."(homme, 25 ans)

b. La soirée : un temps de consommation d'alcool de nuit, d'alcool interdit

Que les adolescents soient de modestes ou d'importants consommateurs, l'alcool des boums est acheté pour être consommé immédiatement

"Quand il y avait des fêtes on achetait des alcools parce qu'on savait que les bouteilles allaient être bues." (homme, 27 ans)

La boum constitue un contexte où l'alcool "va de soi", mais où il n'est pas forcément admis. Il s'agit en effet d'**un alcool sans les parents et sans la permission des parents...** Il n'y a plus d'initiation ou de transmission par les adultes, **de nouveaux goûts, de nouvelles sensations sont découverts entre pairs :**

"(C'était comment les boums ?) On était des gamins il y avait la musique de l'époque... Il y avait peu d'alcool, chacun venait avec une bouteille sous le manteau... (Pourquoi vous les cachez ?) Ce n'était pas dans les moeurs, on dissimulait. On ne s'affichait pas quand même là où on allait ! (Que ce serait-il passé si on vous avait vu avec de l'alcool ?) Mes parents n'auraient pas été satisfaits, heureux de ça si ils m'avaient vu. L'alcool c'était une découverte au niveau du goût, pour les sensations que ça procurait..." (homme, 40 ans)

c. La soirée : la rencontre entre filles et garçons

Si la boum se déroule le soir, dans un "clair-obscur" qui favorise le *laisser-aller* et si les parents doivent être absents physiquement de ces rencontres, c'est qu'ils ne sont pas invités à être **les témoins de ce qui peut se passer entre les adolescents, qui commencent à avoir des pratiques d'adultes.**

La boum permet en quelque sorte de protéger l'émergence de nouveaux comportements entre garçons et filles, ainsi, c'est à ces occasions (occasion-prétexte) que les garçons et les filles, "enfin seuls" peuvent goûter au flirt :

"A une période c'était régulier les boums d'après-midi, ça correspond aussi au flirt, c'était le prétexte surtout. C'était chez moi, et là on tenait à rester entre nous, sans

les parents. Ça se faisait essentiellement pour les anniversaires, ou d'autres bonnes occasions comme l'absence des parents mais ça ce n'était pas très fréquent."(homme, 27 ans)

Qu'il s'agisse de la nuit ou de l'après-midi, il faut dans tous les cas **atténuer la lumière** : **c'est dans la pénombre que l'on peut se découvrir** et que l'on peut faire ce que les parents et peut-être une certaine morale n'approuvent pas vraiment :

"Le but c'était de mettre la lumière tamisée, de mettre des slows, la nourriture, ou même l'alcool n'avaient pas grande importance." (homme, 27 ans)

Il faut souligner que la "boum" se caractérise par le fait que **les individus peuvent danser ensemble** : le slow est ainsi une danse qui favorise un rapprochement maximal des corps et qui crée par là-même un **contact impossible à "afficher"** face aux parents mais aussi face aux pairs, à la fois acteurs et spectateurs, d'où la nécessité de l'obscurité.

Les garçons et les filles se découvrent dans leur différence et dans leur attirance réciproque. Mais pour que cette attirance émerge il faut que chacun des sexe se livre à une mise en scène qui le positionne favorablement :

"Au foyer laïc, tous les samedis soir il y avait un bal. Il y avait aussi un local de la mairie où on pouvait faire la fête, des "boums". On achetait les packs de bière le samedi après-midi, pour le soir. Il n'y avait que de la bière. C'était les garçons qui allaient faire les courses. J'y allais tous les samedis soirs jusqu'à l'âge de mes 18 ans. Ça faisait bien, ça faisait plus homme devant les filles de boire. Les filles buvaient pas. Les filles qui buvaient, elles étaient plus dans l'ambiance après (sourire ironique)... Des fois, ça finissait en bagarres, en fait c'était des bagarres tous les samedis soirs." (homme, 31 ans)

L'alcool a ici deux rôles. Le premier est de **permettre aux garçons de faire plus homme**, c'est-à-dire de paraître à la fois **plus âgés et plus "virils" face aux filles**, mais en mettant les filles *plus dans l'ambiance* il a également un rôle de déshinibant, et ouvre la voie à un **rapprochement entre filles et garçons**.

Il est intéressant de souligner que si les filles, comme nous le verrons plus loin doivent également boire pour avoir l'air "plus adultes" et ce de la même façon que les garçons, à la différence de ces derniers, **elles ne sont pas obligées de boire pour affirmer leur féminité ni de fumer**, ces deux pratiques en revanche semblent confirmer la virilité des garçons :

"A cette époque on buvait de l'alcool pour faire comme les grands, ça faisait hommes, comme les cigarettes. On fumait aussi des feuilles d'eucalyptus. Ça faisait un peu canaille, frimeur. Les parents ne pouvaient pas imaginer que les enfants fumaient." (homme, 42 ans)

Les parents sont ainsi présentés comme incapables de comprendre cette stratégie de différenciation sexuelle que peut être la consommation d'alcool ou de tabac. C'est sans doute parce qu'ils ne la comprennent pas, ou qu'ils ne la comprennent plus qu'il faut - plus ou moins - **se cacher d'eux** : c'est en cela que la pénombre de la boum constitue un contexte favorable à ces "jeux interdits".

d. Les alcools de soirée : la rupture avec les pratiques familiales

• Le repas : une pratique informelle ou le vin n'a pas de rôle structurant

La boum ressemble beaucoup à la boîte de nuit en ce sens que "l'ambiance" est créée à partir des mêmes éléments : **obscurité, alcool, musique, danse et cigarette.** Dans ce sens, **la boum est bien un temps de rupture avec le quotidien,** avec ce qui peut se faire de **jour,** ce qui se fait en **famille.**

Cependant, la rupture est moins grande en boum qu'en discothèque. En effet, **le lieu de la "boum" n'est pas anonyme, il y a des invitants et des invités,** et la présence lointaine des parents qui contrôlent plus ou moins la réunion. Qui plus est, **la "boum" est un temps où l'on peut manger,** ou du moins grignoter, la nourriture est confectionnée par les adolescents ou par leurs parents. Mais ce qu'il faut particulièrement souligner est que **ce mode d'alimentation très informel, où la nourriture et la mise en scène de la nourriture sont peu élaborées,** va perdurer encore longtemps à travers les réunions de "jeunes", pendant lesquelles les dîners traditionnels seront des formes peu usitées.

Ainsi, la forme d'alimentation **la plus informelle** est celle où les adolescents consomment des aliments extrêmement simples, qui ne nécessitent **aucune préparation** (comme les chips,) ou **une "transformation" rapide** (réchauffer les pizzas surgelées), ou encore dont **la préparation a été totalement externalisée, comme pour les gâteaux confectionnés par la mère :**

"On grignotait un peu, si on avait envie de manger : c'était pas toujours des beuveries. Je n'ai absolument pas le souvenir de ce qu'on grignotait. On devait manger. Ma mère faisait souvent des gâteaux, alors on devait en manger, ou sinon

on devait aller acheter des chips, des trucs comme ça. On devait bien manger. Je ne me vois pas autour d'une table, ou chez d'autres peut-être, où ils faisaient une pizza surgelée ou 1 kg de pâtes." (femme, 25 ans)

Ces adolescents ne se retrouvent pas autour d'un partage de nourriture comme c'est le cas des adultes "installés" : en réalité, ils se retrouvent autour de la musique et de l'alcool et entre "pairs", entre personnes d'une même génération qui sont en train de vivre les mêmes expériences et découvertes. Il y a ici un fort **décalage entre les pratiques familiales et les pratiques adolescentes**. Décalage qui est souligné en "creux" par **l'absence d'association entre alcool et nourriture**. En effet, lors de ces occasions **l'alcool est consommé pour lui-même, séparément, mais il n'est pas l'"accompagnateur" de la nourriture**, le vin notamment ne sert pas à mettre en valeur les aliments, ni l'inverse d'ailleurs.

Cependant, dans certains groupes, **la nourriture n'est pas uniquement présente pour "nourrir"**, pour pallier à une faim intempestive, mais elle est **associée à une forme de convivialité où sont conservés quelques éléments du repas traditionnel** :

"Il y avait souvent des sortes de buffet ou des repas assis. C'était souvent manger ensemble, ça prenait la soirée complète, il y avait l'apéritif, le repas et "l'après". Il n'y avait pas de règle, c'était soit un partage ou chacun achète une partie, ou alors une ou quelques personnes. Ça dépendait aussi de ceux qui étaient plus âgés, qui avaient un véhicule, la possibilité de faire les courses." (homme, 27 ans)

Ici, **la "grammaire" traditionnelle du repas est en partie respectée** : l'acte de se nourrir se divise au moins en deux temps qui s'articulent autour d'un **apéritif et d'un "repas"**. Cependant, les gens ne sont pas forcément assis et installés autour d'une table (les *buffets*) comme c'est le cas dans les familles ou les couples "établis" : ces repas peuvent se faire aussi bien assis que debout et leur confection ne relève pas uniquement de l'invitant. Ainsi, même si on est ici en présence du couple apéritif-repas, **la forme même du repas est très peu formalisée et encore une fois, le repas lui-même n'est pas particulièrement associé au vin**.

Par ailleurs, **les adolescents ne s'investissent pas dans des recettes culinaires élaborées, ou dans l'achat de produits rares destinés à mettre en valeur l'habileté de l'invitant**. Tout se passe comme si la faim et la recherche d'un plaisir gustatif simple étaient les seuls éléments qui présidaient à l'organisation de ces repas informels. **Le repas n'est pas porteur de mise en scène de soi** à l'adolescence de la même façon qu'il pourra l'être plus tard. **On peut émettre la même hypothèse en ce qui concerne la pratique du**

boire : la mise en scène de cette activité, par le biais de la connaissance des produits, des marques, de leurs qualités respectives n'existe pas à l'adolescence alors qu'elle prend de l'importance lorsque les individus sont stabilisés.

Mais l'acte de se nourrir n'a pas lieu dans un complet "no man's land" des normes. En effet, si l'on peut manger des choses simples et dans un cadre assez dépouillé (présence ou non de table, de chaises, qualité de la vaisselle etc.), **on retrouve parfois dans l'acte de préparation de la nourriture des modèles de comportements qui sont ceux des adultes** :

"C'était souvent les filles qui préparaient les repas, et des fois les parents. Quand c'était plus buffet chacun amenait quelque chose. Pour les garçons c'était les parents (qui préparaient) pour les filles c'était elles-mêmes." (homme, 27 ans)

S'ils mangent de la même façon, garçons et filles n'ont pas le même rôle dans la préparation du repas : **l'un est plus actif que l'autre, suivant un modèle traditionnel** où c'est la femme qui prend en charge la préparation des repas.

On peut faire une dernière remarque sur le fait que le moment de la consommation joue sans doute sur la composition du repas. **Ainsi les "boums" d'après-midi, se prêtent particulièrement bien à un grignotage sucré-salé** :

"C'était l'après-midi donc c'était gâteaux et petits toasts." (homme, 27 ans)

Que ce soit l'après-midi ou le soir, **les adolescents ne se reçoivent pas comme leurs parents, même s'ils sont "chez leurs parents"** et il y a bien des modes de convivialité entre pairs, spécifiques à ce cycle de vie.

• Les mélanges et les alcools forts

Si le repas où le "grignotage" ne constituent pas des temps forts de la consommation d'alcool, en revanche, la boum en soi est marquée par la présence de l'alcool, mais **des alcools différents de ceux qui ont cours dans la journée, en présence des parents ou au café :**

"Dans les soirées, il y avait un peu d'alcool... C'était une découverte au niveau du goût. Il y avait des mélanges, des cocktails, et des boissons où il n'y avait pas d'alcool." (homme, 39 ans)

Il peut y avoir plus ou moins d'alcool, et des boissons non alcoolisées, mais **ces moments de réunions entre pairs se font souvent avec des "mélanges"**. Non seulement les boissons de la nuit sont différentes de celles du jour, mais de surcroît **elles sont associées en des combinaisons typiquement "nocturnes"**.

Contrairement aux après-midi passés entre pairs dans la maison des parents absents, **la boum, bien que se déroulant dans le même espace, n'est pas une occasion où l'alcool est pris en charge par les parents** : ce sont les jeunes qui apportent et qui ensuite le présentent sous des formes qui n'ont pas cours dans la sphère familiale :

"Il y avait des jus de fruits prévus par les parents. Ce n'était pas les parents qui prévoyaient l'alcool, mais il y en avait, c'était amené dans un sac de sport. J'ai le souvenir de la vodka et de l'oasis. On faisait le mélange et on versait ça dans les grandes bouteilles à Oasis de 2 litres. Il y avait aussi de la bière..." (homme, 27 ans)

Le goût, les sensations ou effets de l'alcool ne sont pas les seuls plaisirs qui entrent en ligne de compte lorsqu'il s'agit de ce produit. En effet, **manipuler l'alcool, le mélanger, le transformer et ce sans la présence des parents semble constituer un grand amusement en soi :**

"Pour l'alcool il y avait souvent d'énormes punches, parce que c'est agréable à boire, le fait de le préparer c'était déjà une fête. Ça recueillait à peu près tous les suffrages et aussi ça se buvait facilement, donc ça mettait rapidement de l'ambiance. Le préparer c'était une fête, on passait l'après-midi à le préparer et à le goûter. C'était souvent moi qui le préparait, parce que c'était chez moi, et ce n'est pas facilement transportable. Il y avait d'autre alcools, mais c'était plus pour après, pour quand il n'y avait plus de punch, tout le monde en buvait et il en

manquait toujours. Soit on en avait acheté, soit on allait se servir chez les parents. On achetait souvent du vin puisqu'il n'y avait plus de punch au milieu du repas. Il y avait toujours du pastis, le choix de la marque, c'était à celui qui achetait, ça tournait toujours autour de deux : Ricard ou 51, c'était les plus répandus."
(homme, 27 ans)

La boisson de "base" des soirées adolescentes de cet interlocuteur est donc un mélange particulier : **le punch**. Mais il y a **d'autres boissons qui servent de "roues de secours" : le vin** et éventuellement les produits du bar familial. Mais ces boissons ne sont utilisées qu'"après", après que le mélange préféré ait disparu.

Il faut également noter ici la présence du pastis et souligner que ces boums avaient lieu dans le Sud de la France, dans un environnement social fortement marqué par la présence du pastis "folklorique" où la marque est repérée. Cependant, si deux marques de pastis sont bien isolées **le choix de la marque ne soulevait pas de débat particulier** : celui qui l'achetait décidait, mais il n'est fait mention d'aucune préférence ou stratégie concernant l'achat de telle ou telle marque.

Ainsi, les alcools de nuit sont avant tout les mélanges (qui on au moins deux fonctions comme on le verra plus loin) et les alcools blancs. Lorsque le pastis se glisse dans cet éventail de produit, **c'est que les adolescents boivent de tout**, et que la soirée devient un lieu de **"confusion totale"** si l'on peut dire **entre les pratiques de jour et celles de nuit**. Dans ce contexte, qu'il y ait ou non des choses à manger, les adolescents boivent aussi bien du vin que du pastis ou qu'autre chose :

"On buvait quand on faisait des soirées, des "boums" comme on disait à l'époque. C'était une fois par mois maximum et c'était plutôt chez les copains. On buvait de tout: de la bière, du vin, du whisky, des alcools durs. Les alcools durs c'est le whisky, le pastis, le gin, la vodka."(homme, 34 ans)

On peut par ailleurs émettre l'hypothèse, que pour certains adolescents, la prégnance de la culture locale est telle qu'elle laisse **des empreintes même dans les pratiques nocturnes** (sous forme de pastis) et que pour d'autres en revanche, ce temps de transgression qu'est la boum convient à tous les alcools, et que seul **l'effet de ce produit est recherché**.

2. La boîte de nuit : la rupture totale avec les pratiques familiales et les pratiques du jour

Si le pastis est une boisson peu courante dans les boums, il est encore plus **rare d'en trouver en boîte de nuit** :

"Vers 16 ans, il y avait des soirées nocturnes. On buvait des cocktails, des gin fizz. il n'y avait pas de pastis, ou alors en dehors de la boîte, juste avant d'y aller : ça commence très tard vers 11 heures, on s'arrêtait dans un bar." (homme, 38 ans)

Mélanges et alcools forts sont au rendez-vous dans la boîte de nuit, mais **le pastis ne passe pas le seuil de cet endroit consacré à la convivialité nocturne** : les adolescents doivent aller "spécialement dans un bar, lieu de convivialité diurne par excellence pour en consommer. **Tout se passe comme si finalement le pastis n'était pas assez "dur" pour correspondre au contexte transgressif de la nuit**, comme s'il était **symboliquement adouci par son lien avec l'apéritif**, pratique diurne et intergénérationnelle s'il en est :

"Je ne prenais jamais de pastis en boîte. Le pastis c'était plutôt réservé pour l'apéritif. Alors qu'en soirée, ce sont des alcools plus durs, le pastis ce n'est pas un alcool pour la nuit." (femme, 32 ans)

La consommation de discothèque reflète encore davantage que la boum **cette rupture entre les pratiques de la nuit et de la transgression entre pairs et celle du jour et de la continuité avec le cercle familial et le réseau communautaire**. La nuit est le temps des "autres alcools" : des mélanges et des alcools blancs comme nous l'avons déjà vu, mais aussi de **certaines boissons jamais citées au niveau du "bar des parents", comme le Jet 27**, qui n'est ni "blanc", ni "brun" mais vert, **"exotique"**, "à la mode" et qui ne rappelle rien de ce qui a pu être consommé dans la journée :

"Entre 16 et 18 ans, on sortait énormément en boîte. J'allais en boîte deux fois par semaine Là, systématiquement, c'était Jet avec beaucoup de glace pilée, ou de la vodka/orange, ou whisky/orange, jamais pur."(femme, 32 ans)

"Je buvais du Jet 27 à une époque. J'en buvais entre 16 et 18 ans, dans les pubs. Après, je n'en ai plus bu. Ma culture d'alcool s'est raffinée. Le Jet 27 c'est un alcool fort, le goût est simple"(homme, 25 ans)

Il faut souligner **que la consommation de Jet 27 a été abandonnée par ces personnes** lorsqu'elles sont entrées dans une phase de "stabilisation adulte", vers 25 ans.

En tout état de cause, pour que l'adolescent entre en contact avec les mélanges et les alcools forts il doit **s'associer à des rencontres entre pairs qui ont lieu la nuit** : tant qu'il

ne sort pas, il n'a pas d'occasion de les découvrir. Il faut donc rompre avec les pratiques diurnes et familiales pour expérimenter ces boissons :

"Jusqu'à 15 ans on ne sort pas énormément, après, il y a les boîtes de nuit, les boums... C'est là qu'ont débuté les cocktails : dans les boums, il y avait de vodka, du whisky, du gin."(homme, 38 ans)

La nuit est donc un moment de rupture de changement, d'occasion de nouveaux apprentissages. La nuit, les vins cuits disparaissent totalement, le pastis se fait rare (ni le pastis ni les vins cuits ne sont consommés en discothèque), de même que le vin.

Alors que pendant la journée l'adolescent pouvait, en compagnie des parents, faire un apprentissage du vin ou des apéritifs, **la nuit ne semble pas être un moment d'apprentissage gustatif structuré** : le nom des alcools est faiblement repéré et leur goût médiocrement repéré comme nous allons le voir plus loin.

3. L'alcool "interdit de jour" : le temps des vacances

La nuit est le temps de la transgression et son espace est double : il peut s'agir de la maison des parents ou de la discothèque. **Cependant cette transgression est encore à resituer dans la période de l'année scolaire.** En effet, il existe des occasions de transgression aussi fortes que la nuit pour les adolescents : il s'agit des vacances qu'ils passent loin de leurs parents. Ces occasions permettent la consommation d'alcool, car **l'obscurité qui protège habituellement les pratiques transgressives est ici remplacée par la distance** qui sépare les parents et les enfants :

"Ma première cuite, c'était avec une bande d'amis. On était 5 ou 6 on avait 15, 16 ans. On était partis en vacances au mois de février dans l'Aveyron, là on nous avait prêté une baraque : on était seuls, tranquilles. Là on s'est torchés au whisky et on a été tous malades. Il y en avait un qui avait l'habitude de picoler parmi les copains, c'était lui qui nous entraînait un peu. Celui qui picolait ça nous emmerdait quand il était ivre : il fallait s'occuper de lui. Mais quand il était conscient c'était bien."(homme, 34 ans)

Le fait d'être seuls et tranquilles offre **une opportunité d'ivresse sans risque.** Ces occasions d'excès loin du milieu familial constituent une forme de **transgression particulière** en ce sens que les adolescents n'ont pas les mêmes activités que la nuit. Ici, **aucune mention n'est faite de la présence de filles ou d'écoute de musique ou même de pratiques de jeux.** De même, la consommation d'alcool se caractérise par une **confusion entre ce qui relève du jour et ce qui relève de la nuit** : qu'il s'agisse de whisky ou de vin

pour accompagner un repas champêtre, **ce qui paraît important en fait c'est surtout de pouvoir connaître, en pleine liberté, l'ivresse :**

"On buvait du vin quand on faisait des brochettes. On se cotisait entre nous pour acheter des grillades, du pain, de la viande. C'était dans la forêt, près d'une chapelle. Il y avait les copains de classe, on était une quinzaine, et dans le lot il y en avait qui se déchiraient la tête, il n'y avait pas de restrictions : on mettait 15 balles chacun et on achetait le moins dur et en plus grand nombre, c'était surtout du vin rouge." (homme, 42 ans)

Au sein du groupe des pairs qui sont "en recherche d'ivresse", on relève la présence de **"locomotives de l'excès"** : comme dans les boums il y en a qui transgressent parce qu'il faut transgresser pour "être-admis-par-les-autres", et d'autres qui semblent prendre un vrai plaisir ou du moins qui éprouvent la nécessité d'aller **plus loin que le simple fait de braver un interdit**, ce sont ceux qui *picolent* plus que les autres.

Il est également intéressant de relever qu'il n'y a pas de présence de mélanges. **C'est l'alcool "brut" qui est recherché.** Il faut donc que l'alcool soit abondant, qu'il soit économique et qu'il fasse suffisamment d'effet. **Le produit n'est pas vraiment important et la marque encore moins :**

"A 16, 17 ans on a commencé à boire avec les copains. C'était avec les Éclaireurs de France : on partait en vacances ensemble. On achetait de l'alcool, tout le monde mettait son écot au pot. On achetait n'importe quoi. On faisait ça à moitié en cachette : les animateurs s'en foutaient. Une fois on a pillé la pharmacie pour voler de l'alcool de menthe, c'était dans des petits flacons, ça servait à soigner les gens. Ça a 90°, ça fait de l'effet, mais c'était pas bon. On buvait plutôt le soir, genre autour du feu..." (homme, 34 ans)

Pour ces adolescents qui buvaient *n'importe quoi* le but du jeu était clairement de ressentir *les effets* de l'ivresse, et ce par tous les moyens possible. **Qu'il s'agisse d'alcool à 90° a finalement peu d'importance, et que cela ne soit pas bon au goût non plus**, seule l'expérience de l'ivresse est intensément recherchée.

Par ailleurs on remarque que **les mélanges** (alcool + alcool ou alcool + jus de fruits) **sont totalement absents de ces temps de transgression** : on ne s'amuse pas à faire des fioritures avec l'alcool, il s'agit d'aller droit au but. On peut d'ailleurs se demander **si cette absence de mélange n'est pas à rapprocher de l'absence de fille**, comme si lors de ces vacances placées sous le signe de l'excès d'alcool, ce produit n'était pas réellement un

vecteur de sociabilité entre les pairs (d'ailleurs ceux qui sont souvent ivres apparaissent comme une charge pour les autres), et qu'à l'inverse, **en présence des deux sexes, l'alcool avait besoin d'être "traduit" de multiples façons : mélangé.**

B. L'ALCOOL PRESCRIT : BOIRE POUR GRANDIR ET GRANDIR POUR ETRE INTEGRE AU GROUPE DES PAIRS

La découverte de nouveaux goûts et de nouvelles sensations n'est pas le seul objectif de la consommation adolescente d'alcool, en effet, l'acte même de boire est **vecteur d'intégration, d'acceptation de l'individu par ses pairs**. A l'inverse, le refus de cette consommation peut entraîner l'exclusion de l'adolescent récalcitrant.

1. L'"abstinence" ou le risque de rester enfant

Lorsque les pairs sont entre eux et qu'il ne s'agit plus simplement de reproduire des pratiques observées dans le milieu parental, l'alcool, vecteur de la sociabilité nocturne, devient alors un moyen pour s'affirmer, pour **prouver que l'on est suffisamment "grand" pour en consommer mais aussi pour faire partie d'un groupe en évolution vers l'âge adulte**. Il est en effet **difficile de s'intégrer au groupe en gardant des pratiques de consommation de l'enfance**. Pour être accepté par les pairs il faut montrer que l'on "change". Dans le cas inverse, on risque **l'exclusion** :

"Ceux qui avaient le plus de difficultés c'étaient ceux qui ne buvaient pas du tout d'alcool. A partir du moment où vous ne consommez pas, il y a un sentiment d'infériorité... Mais quand on est jeune, en général, tout le monde suit. Je ne me rappelle pas de camarades qui n'en consommaient pas : à ce moment-là, ils allaient faire autre chose. Mais en vacances on a la possibilité de faire autre chose, on se retrouve 1 h 30 trois quarts d'heures après (ceux qui ne boivent pas se séparent momentanément de ceux qui boivent)... C'est un état d'esprit. Si on n'a pas envie de consommer, c'est qu'on ne se sent pas très bien. Si quelqu'un dans le groupe est antipathique, soit il s'en va du groupe, soit il se comporte différemment, mais il ne fait pas bloc avec les autres."(homme, 38 ans)

Ne pas faire comme les autres, **ne pas accepter la norme du groupe et ne pas consommer d'alcool c'est se faire remarquer négativement par les pairs**. si la période des vacances offre la possibilité d'une exclusion momentanée, l'exclusion peut être définitive. Mais avant d'être laissé de côté, l'adolescent réfractaire va devoir supporter **la pression des injonctions du groupe** qui l'encourage fortement à consommer de l'alcool :

"Ceux qui buvaient moins on leur faisait pas mal de remarques. On les incitait à faire comme nous, on leur disait : "tu devrais essayer." (homme, 34 ans)

Ne pas boire comme les autres ou boire moins qu'eux est mal vu : **tout se passe comme si ne pas transgresser la norme des adultes, la norme sociale** (l'alcool est une boisson d'adultes), **interdisait l'accès au groupe des pairs**. L'adolescent hésitant est dans ce cas mis devant un choix qui est celui de se marginaliser ou de s'intégrer en se "forçant" un peu à consommer :

"Je me suis mise à boire ce que buvaient les autres, pour faire pareil, comme on se met à fumer."(femme, 32 ans)

A ce stade on peut se demander quels sont les moyens que met en oeuvre l'adolescent "réfractaire" pour **résoudre cette injonction contradictoire qui consiste en l'exigence de boire pour faire partie du groupe des pairs et parallèlement un désir de ne pas boire, un rejet de l'alcool ?** En fait, c'est par la consommation de mélanges que cet adolescent va pouvoir négocier son intégration dans le groupe tout en ménageant son non-désir d'alcool.

2. Les mélanges comme outil d'intégration dans le groupe des pairs : deux stratégies possibles

Rechercher l'ivresse ou lui résister, **l'important c'est de consommer de l'alcool**. Les **mélanges** permettent **d'accentuer** ou **d'atténuer l'effet** et le **goût** des boissons.

a. Première stratégie d'intégration : mélanger l'alcool à des jus de fruits pour lui "résister"

Afin d'éviter l'exclusion par le groupe mais aussi afin de gérer son dégoût de l'alcool ou la crainte de ses effets, les adolescents ont la solution de neutraliser celui-ci par **l'adjonction de jus de fruits**. Comme nous l'avons déjà vu, les soirées nocturnes sont le terrain favori de ces cocktails peu sophistiqués mais très répandus (whisky/orange, gin fizz etc.), **le mélange est donc un support indispensable de cette forme de sociabilité et de socialisation dans le groupe :**

"Mes copines buvaient de l'alcool, mais je ne voulais pas en consommer. J'avais peur, je ne voulais pas qu'un moindre verre me fasse tourner la tête. J'y suis venue tout doucement avec des jus de fruits. On mélangeait l'alcool aux jus de fruits. C'était très bon et il n'y avait pas d'effet secondaire et je faisais plus grandette, je

sauvais la face. J'essayais de fumer, mais je n'avalais pas la fumée... Mais sans cigarette on n'était rien. Il fallait rentrer dans le lot. Ceux qui ne buvaient pas et qui ne fumaient pas, on les laissait de côté. (Je buvais peu) mais j'étais boute-en-train, alors j'étais acceptée. Je ne me laissais pas influencer. J'étais boute-en-train et ça a sauvé le reste. Je ne m'intéressais pas aux étiquettes, je goûtais.... La bière, je n'aimais pas le goût."(femme, 46 ans)

L'alcool, dans son goût et ses effets, est neutralisé par le mélange et il peut même être apprécié. On notera d'ailleurs que **seuls les goûts et les effets de l'alcool sont ici repérés, la marque, l'étiquette, passe inaperçue** : tout se passe comme si "le problème n'était pas là". L'adolescent apprend à gérer des goûts et des sensations qui doivent le rendre apte à une certaine sociabilité, mais **cette sociabilité ne passe pas par un jeu sur les marques et les éventuelles positions sociales que cette marque peut refléter.**

Il est intéressant de relever à nouveau cette **comparaison entre l'alcool et le tabac**. Ces deux produits ne sont pas **appréciés "spontanément"** par les adolescents et il faut donc dans un premier temps les **"apprivoiser"**. Ainsi, en ce qui concerne le tabac une solution "moyenne" a également été adoptée : celle de **"ne pas le consommer totalement"**. En fumant sans inhaler la fumée, l'adolescente s'intègre dans le groupe par le geste et non pas par une consommation "stricto sensu" de tabac.

De la même façon apprivoiser l'alcool c'est *le couper* :

"Mon collègue de pension, celui qui fumait le cigare, buvait du whisky, moi ça ne m'a jamais vraiment branché. Je trouve que c'est un peu trop fort, je n'aime pas les alcools trop forts. Il y avait le gin et la vodka, mais c'est pareil (que le whisky) c'est encore plus fort. On coupait avec d'autres choses, la vodka pure, jamais, c'est beaucoup trop fort." (homme, 37 ans)

Le mélange a ainsi une double fonction de protection : il préserve des **effets de l'ivresse** (dus aux alcools *trop forts*) et il protège le palais contre un **goût qui n'est pas perçu comme "bon"** :

"On buvait des alcools blancs, gin, vodka, et du whisky. Le whisky c'était pur, et le reste on mélangeait, c'était selon ce qu'il y avait dans le bar. J'aimais bien le gin. J'ai toujours détesté le whisky, je buvais du gin, de la vodka. Quand on se réunissait quelque part, en général c'était de la vodka pas très très bonne avec du jus de fruit, ou du vin blanc. Je sais qu'il y avait une marque de vodka qu'on n'aimait pas. On allait chez un épicier. Il y en avait une qu'on avait achetée chez

lui et qu'on n'avait pas aimée. Mais on achetait toujours du jus de fruit pour mélanger. Je me souviens qu'on avait dit qu'elle avait un goût d'alcool à brûler, on n'éprouvait pas de plaisir à la boire, même mélangée avec autre chose."(femme, 25 ans)

Le mélange "alcool fort-boisson douce" permet **le passage entre des goûts appréciés pendant l'enfance (le sucré) et des goûts appréciés à l'âge adulte (l'amer)**². Ces mélanges sont d'autant plus nécessaires que les boissons achetées par les adolescents ne sont pas d'une excellente qualité et que leur goût s'en ressent.

On soulignera également que **les boissons consommées dans le cadre de la famille étaient rarement mélangées** : le pastis se mélange avec l'eau et éventuellement des sirops, mais les vins cuits en revanche ne sont jamais "coupés" avec autre chose, quant aux alcools blancs ils étaient pratiquement inexistant de la consommation des parents de nos interlocuteurs.

b. Deuxième stratégie d'intégration : mélanger les alcools pour trouver l'ivresse

Cependant, **le mélange ne sert pas uniquement à "adoucir" l'alcool**, il est en effet **d'autres mélanges** ou les jus de fruit sont remplacés par d'autres alcools, ce qui a pour but **d'accroître les effets de ce produit. Le mélange est alors un moyen d'explorer l'ivresse.**

L'alcool "juxtaposé" à un autre alcool a pour résultat d'**en multiplier les effets** :

"Les cocktails pouvaient surprendre par l'amalgame de produits. Il y avait des alcools qui surprenaient : ils étaient très forts, très agressifs : comme le gin ou la tequila quand on les boit purs. On les boit purs quand on veut un peu paraître, on se surestime. Ça se laisse bien boire... Au bout d'une demi-heure : on voit les effets après, les effets néfastes, les effets dévastateurs : la tête qui tourne..." (homme, 25 ans)

L'ivresse, les effets dévastateurs, ne sont pas ressentis "par accident", mais sont au contraire recherchés pour *paraître*, c'est-à-dire pour **paraître quelqu'un que l'on n'est pas forcément** : pour "avoir l'air" plus **adulte**...

Ainsi, si certains tentent de se protéger de l'ivresse en masquant l'alcool, d'autres consomment de l'alcool pour justement connaître ces sensations, comme si le fait de se

² CHIVA M., *Le Doux et L'Amer*, PUF, Paris 1985

retrouver la nuit entre filles et garçons ne suffisait pas à donner un **caractère exceptionnel** à cette réunion :

"Quand on était jeunes, on faisait des boums, dans les garages des parents. Il fallait qu'il y ait des alcools, le but du jeu était de se saouler en général, ce n'était pas mon cas."(femme, 32 ans)

Le but du jeu semble de faire des choses qui sont **en rupture avec la routine, avec l'ordinaire** que l'on vit au quotidien (au sein de la famille notamment). L'alcool peut donner aux adolescents l'opportunité de faire ces choses inhabituelles, lorsqu'il ne ressemble pas à ce qui est connu et lorsqu'il provoque des **sensations "extra-ordinaires"** :

"C'était le côté exotique qui sort un peu de l'ordinaire, les mélanges que l'on peut faire... les boums, l'alcool qui déménage et qu'on n'apprécie pas forcément, mais c'est pour faire comme le groupe." (homme, 38 ans)

Même si le goût n'est pas au rendez-vous dans ces expériences, il est doublement important de les réaliser, pour soi mais aussi pour ne pas s'exclure du groupe. Ici **faire "comme les autres" c'est absorber la même chose (quelque chose qui déménage), mais ce n'est pas consommer la même marque**, il est important de le rappeler.

3. L'alcool interdit qui "dérape" : tolérance parentale face à la "cuite"

Les sensations interdites, clandestines provoquées par la consommation d'alcool amènent parfois à la **"cuite"**. Or, la "cuite", acte de transgression même pour les adultes, est gérée avec plus ou moins de sévérité par les parents lorsqu'il s'agit de leurs enfants :

"J'ai bu tardivement : ma première cuite, j'avais 16 ans, je m'en souviens, j'ai été très très malade. Ma première cuite, c'était un week-end, chez une copine, on était 5-6 sans les parents, j'ai bu beaucoup, beaucoup de gin : j'ai été malade. On était trois copines à avoir bu comme ça, et le lundi matin, on était tellement mal qu'à l'école ça a été crise de larme, crise de nerf. Mes parents étaient au courant, ils s'en foutaient du moment que je travaillais bien à l'école."(femme, 25 ans)

La tolérance des parents face aux "bêtises" de l'adolescent ne va pas de soi, et elle semble mettre en oeuvre un certain **processus de rationalisation chez les premiers**. Ainsi, la "cuite" a moins d'importance si l'adolescent compense cette action par une autre, par exemple s'il a de bons résultats scolaires.

Mais dans d'autres cas, l'adolescent a droit à des **reproches car il n'y a pas de compensation**, pas de "circonstances atténuantes" :

"C'était mal perçu en début d'après-midi. En boîte c'était tout à fait différent. (Comment réagissaient vos parents quand vous preniez une cuite ?) C'était mal perçu, avec des remontrances... En général, quand on est ivre on est plusieurs, c'est rare qu'on soit seul. C'était plutôt ma mère qui faisait des remontrances, le père était plus indulgent... Mais c'était des remarques fondées, dites sur un ton très diplomate : "tu devrais pas te mettre dans ces états-là", elle cherchait plutôt à comprendre."(homme, 38 ans)

Ici, l'ivresse de l'après-midi constitue une "circonstance aggravante" en ce sens que "**la transgression doit aller de pair avec la transgression**" : l'ivresse serait mieux acceptée lorsque est le résultat d'une consommation d'alcool nocturne, **comme si la nuit était - presque - "faite pour ça"**.

L'ivresse n'est pas présentée ici comme le résultat d'un problème individuel (alcoolisme), mais comme le résultat d'une transgression collective et générationnelle : "on prend une cuite entre copains", **et face à cette situation de dérapage on observe deux réactions**. Celle **du père** qui semble signifier qu'il "faut que jeunesse se passe" et celle de la mère, **qui désapprouve mais qui ne punit pas**. Il apparaît qu'une sorte de complicité-continuité existe entre les "mâles" de la famille, dont sont exclues les femmes. **Comme si mères et pères n'avaient pas la même échelle de valeur concernant l'alcool**.

Mais les parents ne sont pas toujours aussi "mesurés" dans leurs reproches et les remontrances se transforment en "engueulades" :

"Au début on buvait avec les Éclaireurs, entre 14 et 16 ans. Ensuite c'était avec les amis issus de ce milieu, mais on était plus vieux. En grande partie, c'était les mêmes qu'on retrouvait à l'école. On buvait pas mal : pour nous ça nous paraissait beaucoup ; ensuite on était malades ou décatés... Mais par rapport à maintenant ça devait pas être grand chose. Ensuite les parents nous engueulaient, ils nous disaient : "t'as pas honte!"(homme, 34 ans)

Par ailleurs **toutes les formes de transgression ne sont pas jugées de la même façon par les parents** et l'ivresse n'est pas forcément la situation la plus "taboue" :

"Ça faisait grand de boire, c'était comme ma première cigarette. J'achetais des paquets de 4 cigarettes à 11,12 ans : je piquais 40 centimes dans le porte-monnaie

de ma mère. Quand on était petits, on fumait des brunes, c'était moins cher. Ma mère me sentait après l'école : pour l'odeur, et j'ai même reçu des volées. Elle était plus sévère pour la cigarette que pour l'alcool. Elle ne m'a jamais mis une volée pour l'alcool, j'étais plus âgé aussi quand j'ai commencé à boire."(homme, 31 ans)

Fumer à 12 ans serait plus grave que de boire à 16 ans... Comme si à **un moment donné l'adolescent acquérait un statut spécial qui empêche les parents de lui "faire la leçon", comme si à 16 ans il était déjà trop tard** pour "faire la morale".

Mais la cuite n'est pas une fatalité, et elle n'est pas une suite "mécanique" de la consommation d'alcool nocturne. Les "boums" ne sont pas forcément un lieu où l'on perd le contrôle de soi. Les adolescents peuvent eux-mêmes graduer leur investissement dans la transgression :

"Je n'ai jamais pris vraiment de cuite, j'étais peut-être éméché, mais jamais complètement ivre." (homme, 37 ans)

Autrement dit **la transgression se situe à plusieurs niveaux** : elle peut consister en **l'absorption d'alcool, la nuit, sans les parents et sans leur permission** ; elle peut consister encore à **connaître des sensations nouvelles qui appartiennent autant au registre de l'alcool qu'à celui des rencontres entre filles et garçons**, rencontres qui sont favorisées par le clair-obscur des soirées ; enfin la transgression peut être placée sous le signe de l'excès, de **l'ivresse**. Ces différentes formes de transgression pouvant se juxtaposer.

4. Le prix de la transgression

Tout au long de ces descriptions on a pu relever certains critères de choix de l'alcool par les adolescents et l'on a ainsi pu constater que **les différents goûts étaient mal distingués, alors que les effets produits par l'alcool étaient clairement repérés, avec fascination ou crainte d'ailleurs**. Les produits eux-mêmes sont en réalité divisés en **deux groupes**, qui ne recouvrent pas des nuances de saveurs. Le premier groupe est celui **des alcools de jour, traditionnels, familiaux** (boissons locales, vins cuits, anisés), et le **second** celui des **alcools nocturnes et "forts"** (alcools blancs, mélangés ou non, et alcools "exotiques" comme le Jet 27). Les premiers marquent la continuité et la socialisation des adolescents dans la communauté familiale, dans la société, **les seconds sont un outil de différenciation voire d'opposition par rapport aux parents mais aussi un moyen de repérage et un code d'accès entre "pairs"**.

Cependant, il reste un dernier élément important pour **les adolescents qui se procurent eux-mêmes leur alcool : le coût de celui-ci**. En effet, les adolescents disposant de ressources financières limitées font "attention" au prix et ont des stratégies pour payer le moins possible :

"Il y avait surtout de la bière, mais c'était en petite quantité parce qu'on se finançait nous-mêmes. Sinon c'était du whisky, mais moi je n'en buvais pas."(femme, 25 ans)

La bière, comme le whisky présentent cette particularité d'être à la fois des alcools diurnes et nocturnes. Le faible coût de la bière et son faible taux d'alcool expliquent que cette boisson soit en quelque sorte "**passé-partout**". En revanche en ce qui concerne le **whisky**, ce "produit" est en réalité composé d'une gamme de produits différents qui ont également des prix différents, ce qui l'avantagerait par rapport aux adolescents. Reste que cet alcool "brun" a une position unique dont on peut faire l'hypothèse qu'elle est la résultante d'un "mix" de pratiques culturelles (l'apéritif latin et l'alcool de nuit anglo-saxon, le pub etc.).

Faute d'argent on boit ce qui est accessible, même si cela est en décalage avec le contexte nocturne et les préférences gustatives :

"Je devais avoir un peu d'argent de poche... On achetait plutôt du rhum, du vin cuit. On buvait le rhum sec. C'était particulièrement horrible. (Pourquoi achetez-vous du rhum ?) Il y avait un facteur économique : le rhum c'est pas cher. Il n'y avait pas de whisky à l'époque. Au mieux c'était de la Sangria."(homme, 40 ans)

Cette personne qui a actuellement 40 ans souligne la rareté du whisky pendant son adolescence : elle buvait du rhum et du vin cuit "à la place". On soulignera ainsi que **la place des alcools blancs, des mélanges et du whisky est particulièrement importante** parmi les personnes qui avaient entre **13 et 19 ans dans les années soixante dix ou quatre-vingt**. Nos interlocuteurs qui ont vécu leur **adolescence avant 1970 avaient une tendance beaucoup plus forte à consommer des alcools traditionnels** (vins cuits, bière).

Le fait d'être en groupe est cependant une solution en soi, cela permet, comme nous l'avons déjà vu dans d'autres déclarations concernant l'"alcool de vacances", de **se mettre en commun pour acheter les bouteilles** :

"A l'occasion de fêtes, on allait tous ensemble au Carrefour, en général au dernier moment, ce n'était pas très organisé. On essayait de prendre un peu de tout, en

fonction du budget qu'on avait : bière, vodka, et on comptait sur les autres pour amener d'autres trucs. C'était plutôt en petit comité. Les grosses fêtes c'était assez rare. On se mettait à plusieurs, c'était pas très cher, pour moi c'était l'équivalent un jour par semaine d'une place de ciné. Comme on n'allait pas dans les bars, ça revenait moins cher. En mettant tout en commun on avait un maximum de 60-70 F, on pouvait pas beaucoup plus. Mais on ne s'y connaissait pas trop."(femme, 25 ans)

Que l'alcool soit horrible ou non au goût ce qui compte c'est que ce soit de l'alcool, c'est qu'il fasse de "l'effet" et qu'il soit abordable. De toute façon, comme le souligne cette personne, **il n'y a pas de "connaisseurs" dans le groupe** qui puisse avoir telle ou telle exigence en matière de produit, ni en matière de marque.

Parfois, à l'achat collectif se substitue **l'achat par "l'invitant"**, qui se fait malgré tout **aider par quelques bouteilles fournies par les invités** :

"Dans les boums c'était les puissances invitantes qui achetaient l'alcool, et nous on emmenait chacun une bouteille. Ça nous paraissait cher à l'époque, il fallait économiser sur l'argent de poche pour en apporter."(homme, 34 ans)

Les adolescents n'achètent pas des alcools économiques par souci de bonne gestion de leurs deniers, **ils achètent à bas prix car ils n'ont pas souvent les moyens de faire autrement.**

Enfin, le constat que l'on peut faire à ce stade est que, si **"l'effet" de l'alcool et son prix** sont des éléments **très importants dans le choix** des adolescents, **la marque n'est ni un élément repéré en soi, ni par conséquent, un outil d'arbitrage pour ces "consommateurs-débutants"**. Ils l'ignorent totalement, à la fois pour leurs besoins de sensations et pour leurs besoins de mise en scène.

La marque ne sert pas à "faire grand", à servir de marqueur d'âge, et elle ne sert pas non plus à faire "plus homme" ou "plus femme", à être marqueur de sexe.

Enfin, dans ce cycle de vie la marque n'est pas du tout perçue en ce qui concerne l'alcool comme un **marqueur d'appartenance sociale.**

4ème partie

LA TRANSITION

DE 18 A 30 ANS

Nous avons repéré **trois "modes de vie" possibles pour les jeunes pendant cette période où ils ont quitté l'adolescence mais où ils n'ont pas encore une vie complètement stabilisée** du point de vue du logement et de la profession, mais aussi en matière de vie affective et de consommation. Il s'agit des **étudiants**, des **jeunes salariés célibataires** et des **jeunes salariés en couple**. Les personnes rencontrées n'ont pas connu de longue période de chômage pendant cette phase de transition.

Rappelons que cette phase a été reconstituée d'après les souvenirs des personnes interviewées qui ont vécu cette "transition" il y a plusieurs années ou qui au contraire la vivent actuellement.

I. LES ETUDIANTS

Ceux de nos interlocuteurs qui ont connu une vie étudiante **n'ont pas cohabité avec leurs parents pendant tout ou partie de la durée de leurs études**. Ces personnes, **célibataires**, ont ainsi fait une première expérience de **logement "séparé"** de celui de leurs parents, sans pour autant être **indépendants financièrement**. Cependant, ils avaient **suffisamment d'autonomie d'action pour créer leur propre mode de vie et leur propre mode de consommation**, notamment en matière d'alcool.

A. LE LOGEMENT AUTONOME : LA LIBERTE D'ACTION N'EST PAS TOUJOURS PARALLELE A L'INDEPENDANCE FINANCIERE

Les personnes ayant effectué des études supérieures ont **quitté le logement parental au moment de leur entrée dans la vie universitaire** (un peu avant ou un peu après). Certains ont quitté le foyer parental alors que leurs parents vivaient toujours dans la même ville, d'autres sont partis pour effectuer leurs études dans une autre ville, l'éloignement justifiant alors la nécessité pour le jeune d'un logement proche des lieux de cours.

1. La découverte de la liberté

Cette première expérience de logement autonome se caractérise par la possibilité pour le jeune de **changer de mode de vie**, et d'avoir **un autre rapport à son groupe d'amis** :

"J'ai emménagé ici un peu avant le bac, deux mois avant, en fait, c'était pendant les révisions. J'ai fait un an de médecine, mais ici c'était un squat permanent, je n'ai pas passé les exams. Puis j'ai fait un an de psycho, puis j'ai viré tout le monde. Je faisais double Deug psycho-socio, puis j'ai arrêté la socio." (femme, 25 ans)

Cette **période du "premier logement"** est caractérisée par une grande **liberté d'action** : l'appartement devient un lieu pour recevoir des amis (qui viennent *squatter*), pour faire des

fêtes, tout se passe comme si **"la vie entre copains" venait remplacer la "vie familiale"** :

"La fac, c'était la liberté, l'absence d'objectifs, une période de dissolution. J'ai passé deux ans à glander en fac. Je n'ai pas eu de diplôme. On faisait beaucoup de fêtes. J'avais un petit appartement au bord du campus. J'ai beaucoup déménagé : j'ai eu 5,6 appartements, j'aimais bien changer. A la fin j'ai habité en Résidence Universitaire." (homme 40 ans)

Le fait de ne plus habiter avec les parents a supprimé certaines contraintes : durant cette phase ces personnes n'avaient **pas de projet précis et n'avaient pas de repère fixe**. En effet, changer d'appartement, changer d'études, avoir ou non un diplôme, faire la fête, sont autant de manifestations d'une forme de "dolce vita" où il n'est **pas très important de prévoir l'avenir ou "d'organiser" le présent**.

Le premier logement permet de **recevoir des amis chez soi**, mais permet également de **sortir davantage**, l'autonomie conférant le droit de **ne plus "avoir à rendre des comptes"** :

"Je vivais dans une chambre de bonne. Je sortais plus, je voyais des gens. J'avais une chambre de 12 m² : ça incite à aller dehors. C'était la liberté : j'avais ma clef. Avant j'habitais chez ma mère. Je ne pouvais pas recevoir des gens tout le temps." (homme, 25 ans)

Vivre "chez soi" c'est **inventer son propre rythme de vie et casser les normes en vigueur sous le toit familial sans pour autant se situer dans la transgression** : vivre séparément une façon de devenir "grand" et décider soi-même de ce qui est permis.

"Je suis parti de chez mes parents à 22-23 ans. Je suis venu habiter à Paris pour continuer mes études. J'ai eu deux appartements avant celui-là. Je suis arrivé dans un studio tout seul. Après j'ai un copain de Toulon qui est arrivé. Pendant quelque mois on a partagé le studio. Puis on en a pris un plus grand, puis il y a d'autres amis qui sont arrivés. On est allé jusqu'à 4 ou 5 dans un deux pièces." (homme, 27 ans)

Cependant, **vivre "chez soi", ce n'est pas forcément vivre seul ou vivre en couple**, en effet, lorsque l'étudiant quitte sa famille, ce peut être pour s'intégrer à une **autre forme de vie en "petite collectivité"**, qui peut se concrétiser dans **l'occupation d'un appartement à plusieurs amis**. Comme on le verra encore pour les jeunes salariés, on peut parler de **"solidarités de réseau"** (les copains, les amis) qui prennent la suite des **"solidarités de noyau"** (la famille proche). Par ailleurs, même si l'étudiant habite seul, les modes de convivialité dans lesquels il s'inscrit sont toujours de type "groupal".

2. Le financement de la "liberté"

Même si ces jeunes se créent **un mode de vie en rupture avec celui de leurs parents**, cela ne **signifie pas** qu'ils soient **totale­ment indépendants de leurs parents** ou qu'eux-mêmes n'aient **aucune contrainte pour se maintenir dans cette indépendance**, pour jouir de leur **"liberté"**.

Certains de nos interlocuteurs étaient **financièrement aidés**, au moins partiellement, par **des membres de leur famille** et exerçaient eux-mêmes des **"petits boulots"** :

"Je vivais grâce à une maigre fortune. C'était mon gentil frère qui habitait Toulon qui m'envoyait de l'argent. Et j'avais la pension de mon père. Je bossais aussi pas mal, dans les restaurants, les hôtels."(homme 25 ans)

Parfois, ces **petits boulots** sont **cumulés** à une autre activité que les études, il s'agit de **l'armée** :

"J'habitais mon studio dans le 20ème arrondissement. Le service militaire c'était en 79. Ça faisait beaucoup de choses. Je travaillais de 7h à 15h et de 18h à 23h j'étais dans une université en informatique, c'était un petit salaire qui permettait de payer mon loyer. Je faisais ma maîtrise d'informatique, le service et le travail à côté. A l'époque j'avais 22-23 ans."(homme, 37 ans)

D'autres fois, l'étudiant vit sur des **fonds qui lui sont alloués pour faire ses études**, il peut s'agir par exemple d'une allocation de thèse :

"A cette époque j'habitais parfois chez ma mère parfois en sous-loc, pour faire ma thèse en Grèce ou faire des recherches à l'étranger, mais j'étais autonome financièrement (allocation de thèse)." (homme, 33 ans)

En tout état de cause, **la vie étudiante ne se caractérise pas par une stabilité du logement ni une stabilité des habitudes** comme nous le verrons plus loin. Il s'agit en fait d'une **phase où la séparation parents-enfants n'est que partielle, les derniers n'étant pas forcément indépendants financièrement**. Reste que pendant cette période où la cohabitation avec les parents ne va plus de soi (tous les étudiants ne quittant cependant pas le domicile parental au moment de leur entrée dans la vie universitaire) est une **phase bouillonnante** où les individus se retrouvent dans des contextes de convivialité en grand nombre, mais où chaque contexte peut correspondre à une boisson différente.

B. L'ETUDIANT : UN CONSOMMATEUR D'ALCOOL QUI DEVIENT EGALEMENT UN ACHETEUR

1. Le repas : un temps de consommation d'alcool peu structuré

L'acte de se **nourrir** dans la vie des étudiants **est davantage structuré lorsqu'il est relayé par des professionnels qui confectionnent les repas que lorsqu'il est organisé par les étudiants eux-mêmes**. Dans ce dernier cas, le repas ne suit pas une grammaire précise, et

la consommation d'alcool et de vin en particulier ne jouent pas un rôle structurant par rapport à l'alimentation, ni l'inverse d'ailleurs.

a. Les restaurants universitaires et les "restaurants-sorties"

Il y a deux sortes de restaurants qui sont fréquentés par les étudiants : **les restaurants pour les "sorties"**, pour se rencontrer entre pairs lors d'un moment de loisir, qui sont des commerces privés ; **les restaurants de type "universitaires"** où les étudiants se rendent pour se nourrir, et qui sont des établissements pris en charge par le système universitaire.

• **Les restaurants universitaires**

Les étudiants qui prenaient leurs repas dans les **restaurants universitaires** avaient également la possibilité de consommer de l'alcool pendant leurs repas :

"C'était entre copains de fac, quand on se retrouvait au restaurant universitaire on se retrouvait au bistrot après. On pouvait prendre de la bière ou du vin au resto U, on devait pouvoir en acheter."

"On buvait toujours de la bière, au resto U il y avait un bar. On y servait de la bière pression, de la blonde, plutôt légère... Sauf à Noël, quinze jours avant Noël on ne servait que de la brune, c'était la bière de Noël. Ça durait jusqu'au 6 janvier. La brune coûte plus cher, mais ils nous la faisaient au prix d'une blonde. On prenait nos repas au RU, on buvait une bière au bar, et pendant le repas on buvait de l'eau... On pouvait acheter de la bière en bouteille mais nous on buvait, on préférait de la bière pression. Le soir aussi on mangeait au resto U. On ne prenait pas de repas dans nos chambres."(homme, 50 ans)

La **bière** et le **vin** sont les deux boissons qui accompagnent la nourriture dans ces restaurants pour étudiants. Notons que **ces boissons** étaient également "traditionnellement" **présentes sur la table des parents de nos interlocuteurs**.

Dans les centres de formation de la fonction publique, où les réfectoires ressemblent aux restaurants universitaires, les élèves qui ont eu une vie professionnelle avant d'entrer dans le centre et qui ont **davantage de moyens financiers** ont plus de facilité pour consommer de l'alcool :

"L'établissement accueillait aussi bien des élèves, des universitaires, comme des gens plus âgés. C'était assez hétérogène comme milieu : ils venaient de différentes origines, certains avaient eu une vie professionnelle plus riche. Dans, leur train de vie, ils avaient plus de moyens financiers : au lieu de manger de façon plus frugale, ils prenaient des repas plus copieux et se servaient de l'alcool à table."(homme, 39 ans)

Les individus les plus jeunes qui venaient directement de l'université **étaient limités dans leur consommation d'alcool par le coût de celui-ci.**

Les alcools proposés par le réfectoire de cette école étaient plus variés que ceux des "véritables" restaurants universitaires, et leur temps de consommation était organisé selon une **"grammaire" plus élaborée** :

"Au réfectoire, c'était plutôt du vin. C'était une école, mais il y avait un système de tickets, c'était un self. Il y avait un bar à l'extérieur du restaurant, mais qui était interne à l'école. Il y avait des apéritifs, des digestifs et beaucoup d'apéritifs anisés : du Ricard, du Pernod. Des camarades en prenaient de temps en temps, moi, c'était à l'occasion mais c'était pas souvent, c'était moins souvent que les autres. J'en avais une moindre envie je pense, et peut-être aussi pour des raisons financières : j'avais un budget éminemment serré... On est payés en tant qu'élèves, mais c'est un salaire très maigrichon : on ne pouvait pas faire des extras tous les jours."(homme, 39 ans)

Dans ce centre fréquenté par des jeunes et par des individus d'âge plus "moyen", les boissons proposées s'articulent autour **du repas mais également de l'apéritif et du digestif**, et le réfectoire se double d'un bar. Le fait que cet établissement soit fréquenté par une population d'âges divers mais aussi de revenus divers explique la variété des boissons mises à la disposition de ceux ayant des possibilités financières plus importantes et ayant aussi visiblement des **habitudes de consommation plus "structurées"**.

• Les "restaurants-sorties"

La vie étudiante ce sont les contraintes du restaurant universitaire mais c'est aussi la "liberté" et notamment la **liberté de sortir** et d'aller au restaurant, dans le cadre des **activités de loisirs** :

"La sortie de l'adolescence ça a été le passage à l'université. On buvait plus on avait plus de pognon. On pouvait aller au resto et boire du vin."(homme, 34 ans)

Le fait de pouvoir aller au restaurant semble mettre en valeur le fait de boire du vin, comme s'il était **moins "intéressant" de boire du vin chez soi.**

Ainsi, **le restaurant fait partie des lieux où l'on peut consommer de l'alcool**, mais cet alcool n'est pas forcément destiné à mettre en valeur la nourriture. Il est recherché pour lui-même et pour **les sensations qu'il procure** :

"L'école a fini en juin, J'ai pris des vacances au mois d'août sur la côte d'Azur, avec des amis. On a fait quelques soirées au restaurant. On prenait de l'alcool au restaurant : des cocktails, du punch. Il n'y avait pas de pastis, pas énormément. (Pourtant vous étiez dans le Sud ?) Oui, mais il y avait ce côté où l'on peut prendre

un pastis avec de l'eau, or, l'alcool c'était pour s'étourdir légèrement." (homme, 39 ans)

On retrouve ici **les stratégies adolescentes de consommation de mélanges d'alcool pour connaître l'ivresse**, même très légère. Le pastis qui se mélange à un "neutralisateur d'alcool" (l'eau) peut moins bien jouer ce rôle.

Parallèlement, le restaurant reste un lieu de continuité des "pratiques traditionnelles", et si le temps de l'apéritif est respecté, le **pastis** peut retrouver sa place :

"Au resto, l'apéritif c'est le pastis. Ça arrive que ce soit mélangé mais c'est rare."(homme, 27 ans)

Même si les restaurants des "sorties" se démarquent totalement des restaurants universitaires et autres réfectoires (où l'on se rend par nécessité), on constate que **c'est lors de ces occasions où les repas sont confectionnés par des professionnels que l'acte de se nourrir est véritablement associé à une consommation d'alcool, de vin mais aussi de boissons apéritives**, contrairement aux repas entre copains, chez soi ou chez les autres.

b. Manger chez soi ou chez les autres

Le repas chez l'étudiant n'est guère prévu ou préparé, tout se passe comme si **c'était le fait de se retrouver qui créait une occasion de manger ensemble et non l'inverse**.

"Quand des amis venaient à l'improviste, c'était des amis qui venaient pour manger ou juste à l'improviste pour discuter. J'achetais des bouteilles pour en avoir en stock, et pouvoir proposer quand des gens venaient à la maison." (homme, 37 ans)

L'acte de manger se décide à l'improviste, il **n'est pas programmé à l'avance**. En revanche, l'étudiant commence à constituer un **stock d'alcool**, c'est-à-dire qu'il **prévoit l'alcool dont il aura besoin** pour recevoir ses amis à l'avance, on peut parler des débuts du **"bar"** domestique.

Le fait de manger n'est pas une activité élaborée, on grignote ou on mange un plat très simple, mais **comme dans les soirées adolescentes, il s'agit d'une nourriture qui "pare au plus pressé"** c'est-à-dire **la faim** :

"La bière c'était en grignotant, il y avait toujours des trucs à grignoter. Des cacahuètes j'en ai rarement achetées. Soit je me mettais à la grande cuisine c'est-à-dire que je faisais une plâtrée de pâtes, soit on achetait de quoi faire des sandwiches. Ou sinon on allait manger un petit truc à la Bastille, on mangeait sur le pouce. Sinon il y avait les gâteaux marbrés que faisait ma mère, elle fait très très bien le gâteau marbré, les gens appréciaient beaucoup, en général, ça ne durait pas très longtemps." (femme, 25 ans)

Même si le repas n'est **pas un passage obligé de ces moments de convivialité entre étudiants, le grignotage est souvent présent**, et il accompagne notamment la consommation d'une boisson alcoolisée.

Il est intéressant de noter que ces étudiants "indépendants" de leurs parents du point de vue du logement font encore appel au **savoir faire maternel**³ en ce qui concerne la nourriture.

La consommation d'alcool et l'acte de se nourrir sont deux activités qui ne s'imbriquent pas forcément lors du repas, ou du moins qui **ne s'associent pas dans un ordre réellement "codé"**, contrairement au repas du restaurant universitaire ou du réfectoire, où l'association repas-alcool de jour suit une grammaire proche de celle qui existait "à la maison". **Lorsque les étudiants mangent ensemble** dans la maison de l'un d'entre eux, **il n'y a pas d'exigence forte** en matière d'alcool.

La bière ou le vin ne sont pas systématiquement associés au repas, en revanche, **ces boissons sont plutôt associées au fait que plusieurs personnes se retrouvent ensemble**, ou encore à une "sortie" à l'extérieur de la maison :

"Du vin c'était essentiellement quand il y a des amis, je n'en bois pas à tous les repas. Quand j'étais seul, j'en buvais rarement chez moi. Sinon, c'était indépendamment chez moi ou dans les bars." (homme, 27 ans)

Si le repas lui-même n'est pas un temps fort de l'alcool, l'"avant-repas", **l'apéritif**, peut devenir **un moment habituel de consommation d'alcool** :

"Quand il y a un repas chez moi, c'est l'apéritif avant, sinon c'est au resto. Quand je me retrouve avec mes amis et qu'on mange ensemble, il y a toujours l'apéritif avant." (homme, 27 ans)

Dans le mode de vie étudiant, l'alcool est ainsi essentiellement lié à des **temps de convivialité qui rappellent ceux de l'adolescence : les individus se retrouvent à plusieurs**, et le fait de manger, **la préoccupation du "manger" n'est pas centrale**.

En revanche, **la consommation d'alcool apparaît comme incontournable** dans ces moments de "réunion".

2. "Boire un pot" chez les étudiants ou au café

Les occasions de consommer de l'alcool se multiplient au sortir de l'adolescence : les étudiants fréquentent toujours les cafés, **mais ils achètent également personnellement de l'alcool** pour en offrir à leurs "invités". En tout état de cause, **la consommation d'alcool est liée au réseau social des jeunes**.

a. Chez les étudiants

³ Cela n'est pas sans rappeler la tendance des jeunes qui ne vivent plus sous le toit familial à confier à leur mère l'entretien de leur propre linge, même lorsqu'ils viennent de se mettre en couple (cf Kaufmann J.-C., *La Trame Conjugale*, 1992, Ed Nathan, Paris)

Les étudiants reçoivent chez eux des camarades à qui ils offrent des boissons alcoolisées. **Ces rencontres ne correspondent pas à des événements exceptionnels**, on va les uns chez les autres, "juste" pour **boire un pot**. On constate que le **pastis** peut être l'une des boissons de ces rencontres informelles :

"C'était des collègues de la fac : on allait chez l'un, chez l'autre, on allait boire un pot. J'avais des amis étrangers, un bon copain marocain qui buvait du pastis et du vin cuit. Je ne me rappelle plus trop la marque de pastis, ça devait être du Ricard. Je choisissais les alcools en fonction de ce que j'aimais moi, et de ce qu'aimaient les gens qui venaient chez moi. Je faisais confiance à des marques connues : Ricard, c'était Ricard ou Pastis 51." (homme, 37 ans)

Le fait de devenir un **"invitant" à part entière rend les individus plus attentifs aux alcools qu'ils choisissent**. Tout se passe comme si hors de l'anonymat protecteur de la boum qui n'impliquait pas individuellement les acheteurs d'alcool, **le jeune, devenu maintenant responsable de son logement est également responsable des boissons qu'il achète pour ses "invités"**.

L'invitant fait alors **attention** à ce qu'il aime mais aussi à ce que les autres aiment, **on achète pour soi et pour les autres**, et ce sont **les amis qui deviennent des prescripteurs indirects de l'achat d'alcool**.

Or, pour ne pas décevoir les amis, on peut se **fier à des marques connues** :

"J'achetais des boissons pour chez moi, il y avait un frigo. Il y avait du jus de fruit, de la bière, du Canada Dry, du Schweppes. Je faisais les courses aux petits commerçants du quartiers. (Quel était votre choix de bière ?) Je faisais confiance à des grandes marques. Je prenais des blondes, de la Kronenbourg principalement, enfin, des marques comme tout le monde, du tout venant, des marques connues, c'est synonyme de qualité, on y a déjà goûté, il n'y a pas de surprise. J'achetais un peu de pastis, ou du porto par exemple. Du whisky pas vraiment." (homme, 38 ans)

Du **vin cuit** au **pastis** en passant par la **bière**, **nos interlocuteurs achetaient principalement des boissons qui étaient couramment consommées chez leurs parents, pendant la journée**.

Certains **se font même envoyer des boissons "traditionnelles" ou "typiques" de leur région d'origine** :

"Quand je suis arrivé à Paris, le pastis était bien installé. Sinon c'était pas mal du Coca et du "Gambetta"⁴. Je m'en faisais envoyer. Le Gambetta c'est assez sucré, c'est plutôt doux. Il y avait toujours du pastis, du whisky. Et du Coca assez régulièrement. Du Gambetta tout le temps." (homme, 27 ans)

⁴ Gambetta : sorte de soda.

On note qu'en ce qui concerne la consommation de **whisky, il y a un effet de génération**, ainsi **cette boisson était consommée** pendant la période universitaire par **ceux qui étaient étudiants dans les années 80**, et beaucoup moins par ceux qui ont vécu cette même période au début des années 70.

Par ailleurs, dans cette phase de transition, le jeune, seul responsable désormais de l'alcool qu'on boit chez lui, se sert de la marque comme repère de qualité. Une marque connue est la garantie d'un bon produit, mais il n'y a pas encore d'enjeu autour du prestige du produit et **la marque est davantage une "balise" dans la diversité des produits qu'un outil de distinction sociale :**

"Maintenant je continue à acheter du Ricard. Le whisky c'était aussi assez souvent du Ballantines, c'est une habitude des parents, c'est un bon compromis, c'est un whisky d'assez bonne qualité, mais pas trop cher non plus. J'en suis venu à en prendre des moins chers, type JMB, parce que les amis ne le prennent jamais sec. Le plus systématiquement c'est le Ricard, aujourd'hui aussi le plus souvent."
(homme, 27 ans)

Ainsi, **la marque est associée à la qualité du produit**, mais lorsqu'il n'y a **pas de qualité particulièrement recherchée par les invités**, celle-ci s'efface alors devant **des considérations de prix.**

b. Boire au café

Le café où vont les étudiants voit ses fonctions s'élargir : lieu de rencontre entre **pairs**, entre **"joueurs"**, mais aussi entre **hommes et femmes**, le café n'est plus seulement un lieu de reproduction des pratiques des aînés. Les jeunes y jouent désormais leur propre rôle et en font un **espace de découvertes.**

En premier lieu, **le café reste un terrain de jeu** pour les étudiants :

"A cette époque, on allait dans les bistros, on jouait beaucoup aux cartes. J'ai goûté la mauresque : ça me plaisait." (homme, 40 ans)

On retrouve au café, les boissons que l'on y consommait adolescent, comme la **bière** et le **pastis** mais le café est également un lieu de découverte de **nouvelles saveurs**, et de **diversification** de la consommation d'alcool :

"Au café on buvait plutôt de la bière, du pastis... Le midi on sortait de la Sorbonne on prenait un petit blanc. Le pastis on le prenait en apéro, en fin d'après-midi, début de soirée, quand il faisait plutôt beau. Sinon on buvait du café, du vin blanc, du kir des fois. A ce moment j'ai commencé à doser le pastis, à mon goût : ni trop fort ni trop noyé, pour une dose de pastis il faut deux doses d'eau A ce moment j'ai découvert tout ce qui était liqueurs italiennes : tout ce qui est à l'oeuf, le Marsala... J'ai pas aimé du tout : c'était trop amer." (homme, 34 ans)

L'apéritif et "l'après-travail" sont repérés comme des temps propices à la consommation d'alcool, des alcools assez traditionnels, qui sont classiquement codés comme des **boissons de jour** : **vins cuits, pastis, bière**. A côté des découvertes de saveurs inconnues (comme celle du Marsala), il y a un **apprentissage de ses propres goûts** qui s'affirment dans le **dosage du pastis**.

Si le café devient un lieu d'ouverture à des goûts qui n'étaient pas connus à la maison, ces boissons font toujours partie du même registre des **boissons de jour**.

Par ailleurs, les étudiants, comme les adolescents sont **limités dans leur consommation pour des questions de budget** :

"Pour les sorties j'avais un peu d'argent de poche, mais c'était limité. C'était des sorties au café, au cinéma. On allait au café avec des amis étudiants. On prenait des cafés ou des bières, des choses comme ça. Il y en avaient quelques-uns qui fumaient. Pour des raisons financières, on essayait de se réunir entre nous au moindre coût... Donc, c'était le café. (Qu'est-ce que vous y faisiez au café ?) C'était plutôt des discussions, on pouvait être 5, 6, 10 au maximum." (homme, 39 ans)

"Le pastis c'était rare car c'était beaucoup plus cher que la bière, mais on aimait bien... Mais à l'époque on ne se posait pas trop la question, on buvait un demi et c'est tout. J'avais une quinzaine de copains... Il y avait des gens qui buvaient de la bière, d'autres du Coca." (homme, 50 ans)

La convivialité étudiante est inséparable de la notion de groupe : on est **plusieurs et on est ensemble**. Ce qui compte c'est de se retrouver, ce n'est pas de déguster une boisson raffinée... Et chère.

Le café où vont les étudiants garde donc les mêmes fonctions que le café où allaient les adolescents : il reste ainsi **un lieu de rencontre et un lieu de jeu**. Cependant quelques changements interviennent dans la pratique du café : **il devient en effet un espace de rencontre entre pairs mais également entre sexes opposés, et la soirée se transforme en un temps favorable à sa fréquentation** :

*"Ce n'était pas tous les soirs, mais c'était fréquent d'aller dans les bars. Avec un groupe de copines on avait décidé de se retrouver dans le même bar une fois par semaine. C'était au *** près de Jussieu. Par rapport à la bière j'avais changé un peu, et j'aimais bien le Martini. On avait un copain qui était barman, on avait souvent quadruple Martini, et on payait pas, c'était sympa. J'y allais avec 50 f en poche, mais on savait que c'était facile de se faire inviter. J'évitais d'y aller avec trop d'argent en poche, sinon c'est facile de dépenser. A l'époque, j'avais un peu plus d'argent donc ce n'était pas très important. On y passait la soirée. C'est au *** que j'ai goûté le Martini rouge, j'ai goûté, ça me plaisait, j'en bois toujours de*

*la bière, mais j'avais envie de changer. A la maison, il y a une bouteille de Martini. Quand il y avait des gens qui venaient, il y avait du Martini rouge. Quand j'allais à une soirée, j'amenais une bouteille de Martini. J'en ai eu marre, je me suis lassée. C'était trop systématique, j'ai moins aimé le goût, peut-être parce que ça représentait l'époque où j'allais au ***, et j'y allais de moins en moins, ça marquait une époque. Au ***, la population changeait, on ne retrouvait plus les mêmes personnes, c'est un bar qui a changé. on connaissait tout le monde, puis la clientèle à changé". (femme, 25 ans)*

Le café n'est pas qu'un simple lieu de rencontre : il devient un véritable repère de sociabilité mais aussi de **consommation qui est associé à un groupe d'amis**, ce groupe étant lui-même lié à des boissons particulières.

Ainsi, **la consommation d'une boisson traditionnelle** de jour, une boisson apéritive comme le Martini **est liée à un réseau social** qui se structure autour d'un barman et d'un groupe de "copines". C'est **la fréquentation de ce groupe qui "impose" à l'individu le Martini comme vecteur de convivialité**. Cette boisson va d'ailleurs dépasser le cadre du bar pour **faire partie des boissons que l'on consomme chez soi**, ou que l'on emmène chez les autres.

On notera également que ces personnes fréquentent le bar en soirée, et que ce temps semble **propice à des rencontres hommes-femmes** où ces dernières se font inviter par les premiers. **Le bar** peut ainsi se transformer en un lieu de "séduction", de **rapprochement entre sexes opposés**.

Outre cette intensification du rôle du café comme endroit de rencontre entre "pairs", mais aussi comme lieu de "rencontres passagères" (ce qui n'est pas le cas dans le "café de l'adolescence" où il s'agit toujours du même réseau qui se retrouve), on note à nouveau **l'émergence des pairs dans un rôle de prescripteurs d'achat et de consommation d'alcool**. En effet, le groupe ou une partie du groupe "entraîne" ses membres dans la consommation de tel ou tel alcool. **Lorsque les amis changent, les alcools changent** :

*"J'avais un copain qui m'avait initiée au pastis, c'était au café, c'était des perroquets. C'était quelqu'un qui buvait beaucoup, j'avais pris l'habitude de finir ses verres pour qu'il arrête de boire. Le Ricard c'était au bar, je n'en achetais pas. J'ai commencé à finir les verres de Ricard au ***. J'avais une copine qui en buvait chez elle, j'ai commencé à aimer ça. Mon amie c'était du Ricard. Je ne connais pas trop la différence entre Pastis et Ricard, et du Casanis. Je l'ai toujours mélangé avec de l'eau, je ne le bois jamais très tassé. La période Perroquet, ça c'était vraiment la période au tout début. C'était très limité dans le temps." (femme, 25 ans)*

Un individu peut ainsi passer d'une consommation quasi exclusive de Martini à une consommation également exclusive de pastis. **Mais cette consommation intense d'un produit ne dure pas forcément longtemps, car elle est liée à un réseau social, à un**

contexte particulier. Quand le réseau ou le contexte changent, la consommation évolue également :

"J'allais dans les bars quand j'ai travaillé vers l'Hôtel de ville, mais maintenant c'est plus rare. J'ai travaillé pendant deux mois à côté de l'Hôtel de ville, on finissait à 8 heures tous les soirs, on s'est retrouvées avec une copine tous les soirs pendant deux mois, c'était trop. A ce moment-là c'était bière ou Ricard. J'ai travaillé juillet-août-septembre. C'était trop parce que c'était tous les soirs et le matin on avait du mal à se réveiller. Après l'été ça a changé, on s'est fait brancher, on en a eu marre. On buvait un peu trop. A l'époque on n'avait rien à faire, tout le monde était parti en vacances."(femme, 25 ans)

A un moment donné, pour telle ou telle raison, l'individu en a "marre" et **abandonne un certain réseau de convivialité et le type de consommation qui va avec**. En fait, plutôt qu'un abandon total, **l'individu ne fixe plus sa consommation sur un produit ou du moins change de produit**. C'est ainsi que très vite, grâce au réseau d'amis, on peut découvrir une boisson, apprendre à l'apprécier, la consommer intensément puis la consommer plus modérément ou l'abandonner, passant ainsi par **des phases successives : une "période Martini", puis une "période Ricard"**, par exemple, qui toutes correspondent à **la fréquentation de différents amis...**

3. Les soirées entre étudiants

A la différence des boums où l'alcool était plus ou moins "clandestin" et interdit, **l'alcool des fêtes étudiantes ne s'inscrit pas dans une logique de transgression. Les jeunes n'ont plus d'interdits parentaux à gérer** à ce niveau, mais les boissons consommées dans ces soirées sont sensiblement les mêmes. Quant aux soirées étudiantes elles ressemblent beaucoup aux boums adolescentes par leur caractère informel.

a. Les soirées informelles

Les fêtes étudiantes ont lieu **le soir**, les personnes que nous avons rencontrées organisaient ce genre de **fête chez les uns ou chez les autres**. Ces soirées ne comprennent **pas de dîner** et sont **organisées de façon plutôt informelle** :

"Les grosses fêtes, c'était le soir c'était plutôt quand j'avais 16-17 ans, j'habitais déjà ici. Quand les gens venaient, c'était plutôt la bière, je n'achetais que ça. C'était un des seuls alcools que j'aimais. On achetait de la blonde. Je l'achetais au Monoprix. J'habitais seule. Je n'avais pas de budget, c'était en fonction de l'argent que j'avais, il y avait un budget cigarettes, mais pas de budget alcool. Le choix c'était par goût. Maintenant je n'achète plus de bière, je ne sais plus quelle marque je préférais. Il y avait des alcools qui restaient de soirée, que les gens avaient amené et qui restaient. Quand j'ai commencé à habiter ici, je n'avais pas vraiment d'horaire, (les fêtes) c'était le soir, il n'y avait pas de dîner." (femme 25 ans)

Ces fêtes correspondent au mode de vie des étudiants : des horaires souples, pas de dîner formel, un budget modeste et pas d'exigences particulières en matière de marque d'alcools. Les goûts ne sont pas particulièrement sophistiqués, ici il s'agit de bière, mais le nom des bières n'a pas laissé un souvenir impérissable à notre interlocutrice.

Par ailleurs, au niveau même des "possibilités de réception", les contraintes de la vie étudiante font que l'on se reçoit dans des **espaces informels** :

"Les fêtes c'était plutôt à l'extérieur, le studio était trop petit, et dans le deux pièces quand on était entre deux et cinq c'était dehors et aussi à la maison. C'était un appartement en rez-de-chaussée, on se mettait à la terrasse." (homme, 27 ans)

Ces fêtes très informelles dont le caractère festif n'est lié à aucun événement exceptionnel sont associées à **des groupes d'amis qui peuvent changer au cours du temps** :

"Au début, j'étais la seule qui avait un appartement, les fêtes c'était très très souvent, c'était un point de chute, des fois ça s'organisait ici, et moi j'étais la dernière au courant, c'était deux ou trois fois par semaine. Ce n'était pas du tout planifié. J'achetais de l'alcool quand j'allais dans des fêtes. Il y avait des gens qui venaient dormir ici. Souvent j'étais la dernière au courant. Ça a duré un ou deux ans, et après j'ai mis le holà. Aujourd'hui ce ne sont pas les même personnes, ça a changé. Le changement que j'ai introduit, tout le monde, n'a pas apprécié. J'ai changé d'amis, ce n'était plus les mêmes, j'ai moins vu ceux d'avant. J'en avais marre, donc je suis plus sortie, et là j'ai commencé à aller dans des bars." (femme, 25 ans)

Un groupe d'amis peut chasser l'autre, de la même façon qu'une consommation d'un alcool particulier succède à un autre.

b. Les boissons des fêtes

La bière qui était déjà consommée pendant la période de l'adolescence, que ce soit dans les cafés ou dans les boums, **a toujours du succès auprès des étudiants**, de même que les **mélanges et les boissons "exotiques"** qui sont encore consommés lors de ces réunions :

"Les gens amenaient de la bière ou de la même manière (que lorsqu'ils étaient adolescents) de la vodka ou du gin avec des jus de fruit. Je me souviens avoir vu du Malibu ici, j'aimais bien, mais c'est vite passé, ça donnait mal au crâne. Il y a quelqu'un qui avait amené un mélange déjà fait genre vodka-pêche ou quelque chose comme ça. C'est resté très longtemps ici, j'ai essayé de la refiler, de l'emmener à des soirées, je me demande même si c'est pas quelqu'un qui avait essayé de nous la refiler." (femme, 25 ans)

Les **mélanges alcools blancs-jus de fruits** et les **alcools "à la mode"** qui ne faisaient pas partis des boissons consommées par les parents de nos interlocuteurs de type **Malibu** sont d'actualité dans cette période de l'existence. Cependant, ces boissons typées, "exotiques", consommées dans cette phase sont **déjà au bord du déclin en termes de consommation, elles sont déjà passées.**

Dans certains cas, **une boisson traditionnelle** vient parfois **remplacer avantageusement une boisson plus "nouvelle"** dont le goût n'est pas apprécié :

"Souvent, ils (les invités) apportaient de la bière parce qu'on s'est rendu compte que la vodka pas chère, ce n'était pas très digeste. Dans les fêtes, il n'y avait pas de pastis ou de Ricard." (femme 25 ans)

La bière est donc comme nous l'avons déjà vu aussi bien un alcool de jour que de nuit, et il n'est donc pas "contradictoire" de consommer de la bière à la place de la vodka.

Le fait d'avoir eu **des interlocuteurs d'âges différents** nous permet de voir par ailleurs que la présence des mélanges, des cocktails mais aussi des boissons anisées dans les soirées étudiantes, **n'est pas la même suivant les "générations"**. Pour les plus âgés de nos interlocuteurs, les soirées étudiantes étaient ainsi marquées par les mélanges mais aussi par les alcools traditionnels (de type vins cuits) ainsi que les boissons anisées :

"Il y avait un peu d'alcool, c'était une découverte au niveau du goût. Il y avait des mélanges, des cocktails, et des boissons où il n'y avait pas d'alcool. Il y avait des apéritifs, des digestifs et beaucoup d'apéritifs anisés : du Ricard, du Pernod." (homme 39 ans)

Même s'il n'y a pas de repas, il y a des apéritifs. **Des spiritueux comme le pastis "fonctionnent" alors comme des boissons de soirées.** Cependant, pour ces personnes les anisés ne font pas partie des découvertes. **Les nouveaux goûts sont ceux des mélanges, des alcools blancs qui s'éloignent des vins cuits ou des anisés traditionnels.**

"Les fêtes à l'Université c'était arrosé : il y avait de la bière et du vin, il y avait du pastis, du Berger-blanc, du Casanis. Le whisky c'était moins fréquent dans les alcools... Il y avait du Calvados... On n'avait pas de bar : on achetait les choses à l'occasion. Le "bar", dès que la fête arrivait c'était vidé. (Il y avait des cocktails ?) Pas trop... J'ai découvert le Martini-Gin... Tout me plaisait beaucoup. J'aimais beaucoup le gin, sec ou tonic. C'était très parfumé. C'était du Gordon's. Je buvais peu de vin, j'étais incapable de faire la différence entre différents vins." (homme 40 ans)

De nouveaux goûts sont découverts mais **chacun de ces goûts est peu exploré**, comme en prolongement de l'adolescence, **la connaissance des saveurs est peu structurée et peu élaborée.** Il n'y a **pas encore de véritable distinction gustative ou de distinction symbolique par le biais des marques**, même si des préférences personnelles commencent à émerger.

c. Les boissons de soirées en discothèques

Les boissons des discothèques ont sensiblement évolué d'une génération à l'autre, ainsi les plus âgés de nos interlocuteurs y consommaient de la bière :

"Ça arrivait qu'on sorte le soir, on allait prendre un pot entre copains. Il y avait des grandes brasseries, sinon, on allait dans les ancêtres des discothèques. On allait en Belgique. Il y avait d'énormes différences de prix : on prenait un demi et ça nous coûtait quatre fois moins cher qu'en France. On dansait, il y avait des copines, on pouvait boire trois bières dans la soirée. En France on allait dans une boîte ou deux. Il y avait 20 ou 25 discothèques en Belgique. Tous les étudiants de Lille allaient là. On a fini par connaître un tas de gens. Les filles elles buvaient des jus de fruit, des sodas, pas tellement de bière. Les copains ils buvaient de la bière, du coca pour certains, on buvait pas mal de bière c'est vrai. Il y avait des copains de St-Etienne, de Menton, ils se sont mis à la bière, ils avaient trouvé ça bon."
(homme, 50 ans)

La bière, boisson de jour mais aussi "boisson économique" était omniprésente dans ces soirées et cependant, elle n'était **pas consommée par les filles** qui lui préféraient les jus de fruit. Le fait que les femmes ne consomment pas d'alcool en discothèque est une réalité plus proche des **années soixante** que des années quatre-vingt : nos interlocutrices les plus jeunes consomment de l'alcool en discothèque.

Par ailleurs, **nos plus jeunes interlocuteurs ne consomment pas de bière en boîte**. Les boissons consommées sont des alcools blancs, des mélanges, comme le **gin tonic** :

"La boîte c'est soit pour danser ou plus club de jazz. En boîte c'est souvent des gin tonic. Et encore plus souvent c'est les bringues étudiantes. Quand je suis arrivé à Paris c'était pas mal les bringues étudiantes. Le pastis c'était aussi le moyen de retrouver des gens du Sud, c'était aussi un terrain d'entente et le moyen d'affirmer notre différence. C'est à la fois le plaisir du goût mais aussi le plaisir de retrouver des habitudes de consommation du Sud. Il y avait toujours du pastis dans les bringues étudiantes. Il y avait d'autres gens, mais c'était souvent un moyen de se reconnaître, de sympathiser, c'était le folklore. Ce n'était pas forcément des gens du Sud (qui buvaient du pastis), mais c'était souvent le cas, parce qu'en soirée les gens (les autres) ont plus tendance à boire ce qu'on boit en boîte. Ça ne m'est pas arrivé de boire du pastis en boîte. La bringue étudiante c'est plus bon enfant, on peut se lâcher plus facilement." (homme, 27 ans)

Comme au moment de l'adolescence, **le pastis n'est pas une boisson de nuit**. On peut également faire l'hypothèse que ce n'est pas **une boisson du "dehors"**. Le pastis ne passe pas le seuil des **boîtes de nuits**, et **s'il est consommé parfois en soirée, lors de "bringues**

étudiantes", c'est dans un contexte qui ne relève pas de la transgression, mais au contraire de **la continuité**. On peut boire ainsi du pastis en soirée lorsque l'on peut **se "sentir entre soi"**, à défaut d'être réellement chez soi, **lorsque l'on peut se lâcher**, que l'on se trouve dans un cercle **fermé**, où **les participants ont une origine "ethnique" commune**.

Or, la boîte de nuit, n'est pas un lieu de continuité avec le milieu d'origine et surtout avec les pratiques communautaires, parentales comme on l'a déjà vu. **C'est un espace de rupture avec le quotidien diurne c'est "l'ailleurs" :**

"La boîte, même si c'est fait pour se défouler, c'est typé, il y a la musique, c'est ce qui fait qu'il y a des habitudes de consommation, la boîte afro par exemple, c'est le rhum et le punch." (homme, 27 ans)

d. Découverte du goût d'anis durant la période étudiante

Pour certains interlocuteurs, **le goût de l'anis n'était pas connu pendant l'adolescence et il a été découvert pendant la période étudiante** à l'occasion d'un voyage ou à l'occasion d'une amitié avec un consommateur de pastis.

Les voyages à l'étranger et notamment en Grèce ont marqué certains de nos interlocuteurs :

"En voyageant j'avais découvert l'Ouzo. C'est différent du Berger Blanc à la couleur, c'est plus sucré." (homme, 40 ans)

"Quand je faisais ma thèse j'ai découvert l'ouzo qui a révolutionné ma vie. C'était en travaillant sur la Grèce : j'y ai goûté là-bas. C'est meilleur que le pastis, plus sec. Le pastis, c'est un peu plus sucré, même si c'est pareil comme degré d'alcool." (homme, 33 ans)

Dans d'autres cas, c'est la fréquentation de certaines personnes qui amène à la connaissance du pastis :

"La première personne que j'ai connu qui buvait du Ricard, c'était en Deug, et elle ne buvait que ça, dans les fêtes, des fois elle amenait sa bouteille, mais c'était exceptionnel. La première fois que j'ai bu du pastis c'était avec ma copine qui en buvait beaucoup, elle m'avait fait goûter, j'avais détesté, je n'aimais pas du tout l'odeur. La première fois, c'était pur, mais je ne supportais pas l'odeur. Ça a d'abord été par accident, et petit à petit je me suis mise à aimer ça, et petit à petit j'ai apprécié. Mais quand je sors, je ne bois pas systématiquement ça. On change peut-être de goût." (femme 25 ans)

Il est intéressant de relever que pour certains individus, **le fait d'apprécier le goût anisé suit de très près la découverte de ce goût**, alors que **pour d'autres il s'agit plutôt d'un apprentissage, d'un "apprivoisement" progressif de cette saveur**. En tout état de cause, ce constat souligne à nouveau que la connaissance des boissons et l'élaboration des préférences ne relève pas uniquement de ce qui a été incorporé pendant l'enfance, par "imprégnation" ou pendant l'adolescence et que **les rencontres et les expériences qui sont effectuées par la suite sont également des occasions de "s'approprier" des pratiques, des modes de consommation etc...**

II. LES JEUNES SALARIES

A. LES JEUNES SALARIES CELIBATAIRES

1. Quitter ses parents : "libre, enfin"

Comme pour les étudiants, le fait de quitter ses parents est souvent synonyme de **découverte de la liberté et de l'indépendance** :

"Il y a eu des problèmes familiaux, je suis partie pour pouvoir être indépendante, j'avais déjà commencé à travailler, il y a eu le divorce de mes parents, j'étouffais. J'ai eu un studio dans le 9ème. C'était le fait d'être indépendante, et de pouvoir faire ce qu'on veut le jour comme la nuit. Faire ce que je voulais quand je voulais. J'ai eu une éducation rigide, j'avais besoin de respirer de m'épanouir, de sortir du carcan." (femme, 37 ans)

On verra plus loin que d'autres femmes ont également eu cette sensation de liberté en quittant leurs parents par le biais du mariage. Cependant, en ce qui concerne les célibataires, **le fait de quitter ses parents ne signifie pas forcément que l'on vit seul, ainsi, d'autres formes de solidarité viennent remplacer le noyau parental.**

2. La vie en célibataire : les "solidarités de réseau"

Les jeunes salariés connaissent différents types de cohabitation avant de se stabiliser (ou non) vers la trentaine dans le cadre du couple. Si certains vivent cette phase de transition seuls, d'autres s'insèrent dans des **"solidarités de réseaux"** à géométrie variable.

a. Le réseau des frères et soeurs

Les frères et soeurs, notamment les aînés prennent le relais des parents auprès des cadets et **aident ces derniers à s'insérer dans la vie professionnelle.** "En attendant que" le cadet s'installe, l'aîné l'héberge et le *protège* :

"Quand j'ai eu mon petit diplôme, il fallait que je travaille. Ma grande soeur me protégeait. On a vécu dans une petite pièce. On ne mangeait pas mais on s'est marrées. J'ai cherché du boulot. Ma soeur me soutenait, elle m'a valorisée et obligée à chercher du boulot. J'ai commencé dans des comptabilités poussiéreuses. Mais j'ai vite sauté le pas (à trouver par la suite de meilleures places). On allait au cinéma, on ne mangeait pas. Elle, elle mangeait à ses restaurants universitaires, elle s'arrangeait pour qu'il y en ait un peu plus pour moi quand on achetait à manger. Mais on tenait le coup... Elle m'obligeait à discuter de plein de choses. A Paris, ma soeur avait remplacé mes parents et je voyais mon fiancé en cachette." (femme, 46 ans)

Cette cohabitation n'est pas forcément basée sur la prospérité de l'un : tout se passe **comme si il était plus facile de connaître une certaine "galère" à deux**, et ce même si la soeur, par exemple, a des relations d'autorité avec sa cadette... Cependant cette cohabitation peut ne pas être continue et avoir lieu par **intermittence** :

"En 85, 86, 87 j'ai vécu à Nîmes. Je vivais seul au départ puis avec ma copine, après j'ai vécu avec mon frère pendant six mois, après je suis revenu avec ma copine pour procréer." (homme, 25 ans)

La vie de couple peut ainsi **s'intercaler** par périodes avec **la vie de "fratrie"**.

Dans d'autres cas, le réseau fraternel, s'intercale avec le **réseau amical**.

b. Chacun chez soi mais tous ensemble : les réseaux de copains-voisins

Lorsque la solitude pèse trop aux célibataires, ils se **regroupent physiquement**. Chacun conserve son appartement et son **indépendance**, mais tous vivent dans le même périmètre voire, dans le même immeuble :

"Ce que je change le plus facilement ? De partenaire. Mais en amitié non. Ici, ma meilleure amie habite au 2ème, j'ai deux amis à d'autres étages et il y a mon frère, et moi. C'est tellement mieux quand on se sent moins seul... Même si je suis quelqu'un de très solitaire. Je n'ai pas de rapports avec mon voisin d'en face. Ils n'ont pas la même culture, c'est difficile, ils sont mal insérés, c'est des Mauriciens. Je speede pas mal, je sors, je suis à l'extérieur. Je me retrouve à vivre seul, alors, j'ai besoin de mon confort, de mes repères, de mes amis pour me sentir mieux et faire mieux les soirées qui vont accompagner mes jours. (profession : disc-jockey)" (homme, 25 ans)

Alors que certains étudiants peuvent cohabiter à plusieurs copains dans le même appartement comme on l'a vu, **les salariés on la possibilité d'éviter une promiscuité trop forte** tout en restant **"à portée de la main" les uns des autres**.

3. Les premiers emplois : une période de changements

Les modes de logement, de cohabitation changent, se succèdent et il en va de même pour les emplois.

Ceux qui ont vécu **leur jeunesse pendant les "trente glorieuses"** ont trouvé un emploi qualifié assez rapidement :

"Mon (futur) mari est venu à Paris et a cherché un boulot de comptable; A 15 ans il avait déjà des responsabilités. Il est allé à Paris à 20 ans et il a trouvé un poste." (femme, 46 ans)

Mais pour d'autres, un peu plus jeunes, **les petits boulots** étaient déjà d'actualité :

"Après l'armée je reviens en France. J'ai fait plein de petits boulots : pompiste... Je vivais chez mes parents." (homme, 40 ans)

Reste que cette période est placée sous le signe du changement. Même s'il s'agit de véritables emplois, nos interlocuteurs ont connu une certaine **instabilité professionnelle** :

"J'ai travaillé au niveau bancaire après trois mois de recherches. A 21 ans, j'avais mon indépendance, mon appartement. Je suis monté de la province à Paris à 25 ans. J'ai abandonné le côté bancaire, vers le côté technique. Ensuite, j'ai passé les concours pour les PTT et les impôts, dans la technique J'ai passé des concours, parce que je voulais changer absolument. J'ai passé des concours de catégorie B. J'ai eu un an de formation, j'ai réussi aux PTT et je suis monté à Paris" (homme, 38 ans)

Ces personnes, qui pour la plupart venaient de province, ont **rapidement eu accès à l'indépendance financière**. Qu'elles aient ou non connu des formes de cohabitation avec des amis, des frères ou des soeurs, elles n'ont **pas connu de période de chômage**.

Par ailleurs, outre l'indépendance, **le salaire** lui-même permet de mener *une vie à l'aise*, que ce soit un salaire professionnel ou un salaire versé pendant une formation, ce qui a surtout concerné les personnes se préparant à être fonctionnaires :

"A 26 ans, je suis arrivé à Paris, je ne connaissais pas Paris avant. Je suis parti en stage, un stage d'un an, c'était relativement bien fait : ça m'a permis de connaître des gens, de connaître Paris. J'étais logé en hôtel, on avait une bonne indemnité et une multitude de primes à l'installation. On avait un salaire pendant la formation. J'en garde un bon souvenir, ça m'a permis de connaître beaucoup de gens. Je n'aimais pas Paris, même maintenant, il me faut une phase où je vais aller en Province. Dans mon appartement j'avais une vie à l'aise, on est très motivé en arrivant, on s'investit peut-être plus dans le travail." (homme, 38 ans)

D'autre part, **le fait de travailler n'implique pas une stabilité en matière de logement**, on ne se "fixe" pas forcément géographiquement parce l'on devient salarié :

"D'abord, j'ai habité à Paris dans le 15ème. Je travaillais comme laveur de carreaux. Après, j'ai pris un studio dans le 17ème, j'ai changé de travail : j'installais des téléphones pour une boîte privée." (homme, 42 ans)

D'autres jeunes d'aujourd'hui ont une vie professionnelle qui est placée sous le signe du changement permanent :

"J'ai toujours eu beaucoup d'activités, je n'ai jamais travaillé que pour un seul employeur. A un moment donné on m'a fait la proposition de travailler en discothèque, pendant un temps. J'ai travaillé dans un bar pour V.I.P.. Je me suis retrouvé Mr Pipi. Je travaillais jusqu'à la fermeture. Puis j'ai été disc-jockey dans une autre discothèque à Rouen et j'ai des soirées à droite et à gauche. Les soirées c'est plus basé sur la musique qu'autre chose." (homme, 25 ans)

4. La consommation d'alcool et le goût du changement

a. Il n'est jamais trop tard pour découvrir l'alcool

Pour certains, la **découverte - la révélation - de l'alcool est tardive**, et la phase de transition peut donner lieu à des "premières fois" de l'alcool :

"Il y a trois ans. Je n'avais jamais goûté à l'alcool, même si j'avais déjà fumé du haschisch. J'ai fait à ma mère une promesse que je n'ai pas tenu. Je racontais à ma mère que je ne boirai jamais d'alcool. Mon beau-père était ivre plusieurs fois par semaine... Un soir de travail dans la discothèque, j'étais avec un ami qui est aussi un voisin, j'ai bu du gin-jet et du Schweppes. J'en ai bu sept ou huit verres. Le goût j'ai beaucoup aimé, c'était frais. J'étais malheureux ce soir là. Je me suis dit je vais extérioriser. J'étais vachement bien, je ne me suis pas apitoyé sur moi. La promesse à ma mère, je n'y pensais même pas. J'y ai repensé par la suite." (homme, 25 ans)

Les problèmes d'alcoolisme familial pèsent sur les individus, mais si le "pas" est franchi, alors les pratiques deviennent celles des autres jeunes : pratique de **l'alcool de nuit : alcools blancs, mélanges, boissons "exotiques"**.

Cette période est également faite d'opportunités de **découvrir des goûts inconnus**, d'avoir des "révélation" :

"Les seuls alcools c'était le Cointreau-glace, quand on discutait avec un copain, c'était lui qui m'avait fait connaître ça un jour, et j'adore le sucre. C'était un copain du boulot " (homme, 42 ans)

b. Le plaisir de boire : changer le quotidien et changer les alcools

Se retrouver entre amis est une occasion privilégiée de consommation d'alcool. C'est un moment qui n'est pas formalisée et qui doit permettre de faire la cassure avec le "train-train" :

"C'était l'envie de casser la monotonie. Les copains, les amis qui passaient, plus le côté convivial, improvisé, le côté surprises de la vie, pas des choses stéréotypées. Tout était bon, soit avant d'aller en boîte, soit entre amis, soit un verre sur une

terrasse. Avant ou après le cinéma, le dimanche quand les amis passaient. Pour fêter un anniversaire, une fête. Que ce soit à la maison ou dehors. C'était l'envie de découvrir, de goûter à tout, l'envie de changer, de casser la routine, de découvrir des goûts, des cocktails, de l'exotique. Sinon c'était le classique : porto, Martini, whisky, bourbon, tout ce qu'on peut imaginer comme cocktail. Ce sont des amis qui disent, "tiens essaie ça", ou dans un café, quand on entend quelqu'un commander quelque chose qui fait envie. Ou dans des livres de cuisine, ou un ami qui revient de l'étranger. C'est l'envie de soleil, de goûter, de pétillance, de connaître les choses. L'envie de se faire remarquer aussi, si vous commandez un Bloody Mary, on dit "tiens on connaît pas" plutôt qu'un whisky ou qu'un pastis." (femme, 37 ans)

Le whisky, le porto, le Martini, et aussi le pastis sont boissons déjà repérées dans la consommation des parents, et **marquent trop la continuité** pour être "interprétées" comme des supports de changement de la routine. **la "rupture" nécessaire à ces jeunes est un mélange de mouvement ou changement "perpétuel", et de succession de nouveautés.**

L'alcool marque la rupture et la détente, il est à lui seul porteur de changement. Mais les alcools eux-mêmes peuvent changer dans la consommation des individus qui vont connaître **différentes périodes associées à des alcools particuliers** :

"J'aime bien le gin tonic sans le Jet. Le vin rouge. Il y a eu une période où j'en ai eu marre du gin et j'ai prit du whisky. Il y a pas très très longtemps, j'ai commencé la vodka-gin (la vodka "Absolut"). J'ai beaucoup aimé avec du Perrier ou du Schweppes. Et puis je suis pas mal bière, ça dépend des soirées." (homme, 25 ans)

On aime et puis on se lasse et les goûts se succèdent et ne se ressemblent pas. Tout ce passe comme si **les individus n'avaient en réalité pas encore cerné leurs préférences gustatives**. On peut ainsi parler d'une **homologie** entre **l'instabilité sociale** et **l'instabilité des goûts**.

5. La "conjugaison" de la bière et du pastis

Si les alcools de nuit ne changent guère par rapport à ceux qui étaient consommés pendant l'adolescence, **les temps du boire** deviennent, comme pour les étudiants, **plus variés et chacun est associé à un type d'alcool**.

a. La bière

La bière reste la **boisson "nomade"**, elle est consommée de **jour** comme de **nuit**, soit dans un cadre **quotidien, chez soi** :

"Je bois une à deux bières par jour, quand c'est comme ça quand c'est en semaine et qu'il y a pas de fêtes. Le week-end c'est 5 bières dans la soirée." (homme, 25 ans)

Soit la nuit, lors d'une "sortie" en boîte de nuit par exemple :

"Je bois de la bière, de la Gold, de l'Heineken ou alors de la Corona en boîte de nuit".(homme, 25 ans)

La "Corona", bière mexicaine, est suffisamment "exotique" et "branchée" pour pénétrer la discothèque.

On notera que la bière peut jouer le même rôle que le vin et accompagner les repas :

"Au départ c'était soit de la bière ou un petit vin de pays avec une spaghetti -partie par exemple." (femme, 46 ans)

b. Le pastis

Le pastis pour les jeunes célibataires, comme c'est le cas pour les étudiants, mais aussi pour leurs propres parents, est une boisson d'apéritif :

"Le pastis j'en buvais occasionnellement, le ouzo, tout ça, j'en ai horreur. Les week-end on se payait le resto avec un copain. On allait dans un resto espagnol : c'était bon et pas cher. On pouvait boire des apéritifs anisés." (homme, 42 ans)

Si le pastis souligne le repas dominical, ce repas n'a pas lieu dans un restaurant prestigieux, mais au contraire dans un endroit simple. Le fait est que **le pastis n'est pas "à l'aise" dans tous les milieux**. C'est une **boisson de l'"entre soi"** avec laquelle on ne s'affiche pas partout :

"C'est l'apéro, c'est convivial, quand mon frère en fait c'est "du Sud". On n'en boit jamais à midi, ni au repas du soir. En semaine, je ne bois pas beaucoup de pastis, ici ou à l'extérieur. C'est quand l'envie me prend. L'alcool et le pastis c'est convivial. On en prend avant le dîner. C'est surtout le week-end, il y a du monde ici ou chez mon frère, c'est là qu'on reçoit. Si je prends un apéritif dehors ce sera plutôt un gin. J'ai plus tendance à demander un gin tonic. Si on va au petit troquet d'à côté, je vais demander un pastis, je cherche souvent dans les restaurants un côté familial. Ici, dans le quartier on a plus tendance à boire du pastis. Si on est que tous les deux avec mon frère à la limite ça sera du pastis. Si c'est un restaurant de "style", ce sera plutôt le gin." (homme, 25 ans)

L'apéritif au pastis convient bien au week-end et à l'avant dîner, et il convient également bien **aux lieux qui sont comme des espaces intimes pour les individus**. **Le pastis n'est**

pas fait pour le dehors, or le pastis est dehors **dès qu'il est consommé dans un environnement où l'on est pas habitué à le voir**, où il serait décalé par rapport à certaines normes. Le pastis est **l'apéritif des petits restaurants sans prétention** où les individus peuvent se sentir un peu **"en famille", "entre soi"**.

Ce qui peut "décaler" le pastis par rapport à certaines normes, c'est le fait que **son image n'est pas toujours perçue comme valorisante** :

"Le pastis c'est le courant, le classique. On y avait goûté en se disant, "il n'y a pas de raison qu'il n'y ait que les hommes qui en boivent" et après ça s'est banalisé, du fait que les couches les plus pauvres pouvaient se l'offrir, on en voyait partout, c'était lassant. Puis on y est revenues parce que c'est sympa, c'est l'été, les vacances, la mer, le soleil, les parasols. Et puis c'était meilleur marché." (femme, 37 ans)

Le pastis se "balance" entre deux images, dont l'une est plus attirante que l'autre. Il y a le pastis perçu comme **un alcool "ordinaire"** au sens où il est **sans raffinement**, et qu'il n'est pas consommé lors d'occasions exceptionnelles, festives, c'est un **pastis d'hommes** et qui plus est **de "pauvres"**. A côté de ces facettes quelque peu négatives il y a le pastis des clichés méditerranéens qui évoque **la chaleur, la détente**. Enfin, autre atout pour cette boisson qui ne se montre pas partout **son prix**, qui n'est pas le plus élevé parmi les spiritueux.

Si certaines situations sont peu favorables à une consommation de pastis, d'autres environnements en revanche s'y prêtent très bien :

"Pour les vacances là c'est radical, c'est du pastis. Les jeunes de notre âge boivent du pastis dans le Sud, c'est des jeunes. Les gens qu'on côtoie en consomment. Le côté convivial, c'est pas boire du pastis parce que c'est du pastis, c'est de le boire à plusieurs, d'en parler quand il est fait artisanalement. C'est de chez moi, avant tout il est de chez moi. C'est méridional." (homme, 25 ans)

Quand **le pastis est consommé "chez lui"** ou avec des gens qui viennent du **"sud"**, son image populaire et masculine disparaît, il devient alors une **sorte d'emblème d'une région**, d'une **culture**, d'une **communauté**.

Mais il n'y a pas que les cadres "méridionaux" qui soient favorables à la consommation de pastis, en effet dans certains **milieux professionnels** il existe une **pratique du pastis au moment de l'apéritif** :

"Comme boissons il y avait du whisky, du gin, de la vodka, des cocktails. Ça dépendait : chez moi, c'était du whisky et du gin purs. En boîte avec des amis, c'était du gin mélangé avec du citron, et pour la vodka c'était pareil. Au niveau

professionnel, il y avait souvent des apéritifs, il y avait beaucoup de Ricard, de Pastis 51." (homme, 38 ans)

Alcools blancs et mélanges la nuit, et pastis de jour et entre collègues de travail. Le "travail" n'est donc pas associé à un "dehors" où il serait déplacé, il s'agit encore d'un cadre où l'on se retrouve entre soi, **entre collègues de travail.**

6. Pastis de marque, pastis sans marque

Les jeunes célibataires salariés vont au restaurant, en boîte de nuit, dans des soirées privées et ils achètent également de l'alcool pour "chez eux". Comme les étudiants ce sont donc des consommateurs-acheteurs qui accordent plus ou moins d'importance à la marque des produits.

a. La marque indispensable

Bien que ne connaissant pas encore un mode de vie complètement stabilisé, les individus repèrent désormais **la marque comme un critère de choix important.** Différentes raisons existent à cela.

• La marque comme signe d'une appartenance communautaire

Quel que soit l'âge, **il y a des personnes pour qui la consommation de pastis est un des éléments qui définissent leur identité et leur appartenance à une culture à une région.** Comme nous le verrons plus loin ce sentiment est partagé aussi bien par les jeunes que par les moins jeunes. La consommation d'un pastis de **marque** est comme une **"garantie" d'authenticité et de qualité du produit, mais aussi du consommateur :**

"Le Ricard c'est ma marque. Le 51 c'est plus celle qu'avaient l'habitude d'acheter mes parents, il ne me viendrait pas à l'esprit d'acheter du 51. Le plaisir ne vient pas à la différence du goût mais plus au goût en lui-même et le fait de le boire avec des gens, c'est plus convivial. Et c'est comme la paella, un Espagnol n'en achètera jamais en boîte, ou un Italien n'achètera jamais des pâtes en boîte. C'est pareil pour moi parce que j'ai vécu 20 ans dans le Sud, ça fait partie du folklore et de la culture." (homme, 27 ans)

Si d'une génération à l'autre on peut changer de marque de pastis (on se construit en s'opposant...), en revanche **on ne passe pas de la marque à une "non-marque", on ne "trahit" pas sa communauté d'origine, sa culture... Le goût n'est pas réellement au centre du choix d'un produit de marque,** mais tout se passe comme si la convivialité particulière qui est recherchée à travers la consommation de pastis pouvait être altérée du fait **d'un nom qui ne serait pas porteur de sens pour les individus.**

L'individu ne se pose donc pas la question de **la corrélation entre le nom et la qualité ou le goût du pastis,** le pastis c'est **une affaire d'identité,** une identité qui se repère plus au contenant qu'au contenu :

"En général, dans les bars du Sud vous avez toutes les marques de pastis. Il n'y avait pas de marque que je préférais. Moi c'est le Ricard, mais je ne me souviens

pas pourquoi ça a été plutôt le Ricard. Mais quelqu'un qui boit du Ricard, reste au Ricard, ça fait partie du folklore, on est inconditionnel. C'est toujours le Ricard pour moi, mais je suis sûr que je ne suis pas capable de faire la différence. Si je n'ai pas le choix, ça ne me gêne pas de prendre une autre marque." (homme, 27 ans)

- **La marque : un signe de qualité**

La marque peut être indispensable même si elle ne renvoie pas à un goût précis. Comme nous l'avions souligné lors du rapport intermédiaire, les individus **distinguent mal les différences de goût entre les pastis**, mais cela **ne veut pas dire qu'ils n'ont pas d'exigence sur la qualité du pastis**, voire **sur les degrés d'alcool** :

"Le pastis démarqué ça m'est arrivé d'en acheter, quand je n'avais pas trop d'argent, en faisant mes courses à ED. C'est moins bon que le 51 : celui de ED il est léger Le pastis j'ai jamais vraiment su quel goût ça avait mais il n'est pas bon du tout. Moi, j'ai plus tendance à acheter du 51. C'est le nom que j'aime, c'est pas le goût, j'arrive pas vraiment à distinguer." (homme, 25 ans)

Le nom est "magique", comme si à lui seul, il tenait lieu de goût... Même le **prix inférieur** des "non-marques" ne parvient pas à rompre cet **"enchantement"** :

"Le choix c'était d'abord le prix, c'est-à-dire ce qu'il y avait en promotion, et après ce qui était abordable et qui me faisait envie. C'est d'abord le prix, mais ça ne veut pas dire n'importe quoi, je préférais une demi-bouteille d'un bon pastis que deux litres de soldé." (femme, 37 ans)

On peut faire l'hypothèse que le *soldé* ne fait pas partie des produits qui font *envie*, car il n'"enchante" pas la réalité du consommateur.

En effet, la "qualité" est un concept qui est un peu flou pour ces individus, et il n'y a pas de lien clair entre un nom et les vertus d'un produits. Faute d'avoir d'autres balises fiables, **on se repère donc à la marque et à la réputation** :

"Je commence à m'apercevoir que certaines marques sont meilleures que d'autres dans la HI-FI. Des fois je fais attention à la réputation d'un produit des fois non."
(homme, 25 ans)

Par ailleurs la réputation des produit est "visqueuse" dans ce sens qu'elle semble "coller" à l'image du consommateur, c'est-à-dire qu'elle a tendance à se confondre avec l'image qu'il renvoie...

• **Réputation du produit et réputation du consommateur**

En effet, **la marque**, si elle parle plus ou moins bien du produit, **parle en revanche de l'acheteur** :

"Moi ça me gênerait d'offrir ça (pastis sans marque) comme alcool, à mes amis. Ensuite, j'ai pas mal d'amis qui viennent du Sud, si je leur présentait ça, ils ne reviendraient pas et moi la même chose." (homme, 27 ans)

Comme pour les étudiants qui deviennent des **acheteurs**, pour les jeunes salariés, **le fait de présenter un produit à des invités, "engage" d'une certaine façon l'invitant**. On ne peut pas investir dans "n'importe quoi" lorsque l'on sort du cadre de la consommation personnelle :

"(Chez des gens) j'apporterais pas une marque distributeur parce que je n'amène jamais de "pastis-Ricard", donc si j'en amenais, ça serait vraiment un cadeau et donc je prendrais le vrai de vrai." (femme, 25 ans)

b. La marque sans importance

La marque n'est pas porteuse de sens ou d'identité pour tous les individus ou pour tous les produits. Les produits "sans marques" peuvent ainsi être jugés aussi bon que les marques.

- **"L'important, c'est d'aimer"**

Ce qui compte dans cette phase de transition, ce n'est pas toujours le nom et l'imaginaire qui est associé au produit. Ainsi pour certains, le fait **d'apprécier** ou non un produit et de vouloir "faire plaisir" à ses amis avec ce produit est le **critère principal** :

"J'achète rarement de la bière, c'est plus pour les autres. La Pelforth, en général les gens aiment ça. Moi c'est plus de la bière pression, j'en bois plus à l'extérieur. Quand des gens viennent mis à part la bière, j'achète un alcool que j'aime et que je serais apte à boire. La marque ça dépend où je l'achète, au Monoprix c'est la marque Beaumont, c'est la marque distributeur, et au Franprix je ne sais plus."
(femme, 25 ans)

Des goûts et des préférences ont été repérées chez les invités comme chez l'invitant, et ce sont ces éléments qui sont pris en compte lors de l'achat plus qu'un souci d'"authenticité" du produit.

Le **pastis "sans marque"** peut-être également bien perçu par les "invités". Dans ce cas, **les individus réagissent par la curiosité** plus que par le mépris ou la désapprobation :

"Quand j'en ai bu chez eux (une marque distributeur), du Ricard j'en avais bu longtemps avant et je ne pouvais pas faire la comparaison, ça dépend comment il est servi, suivant la dose ou si on ne met pas de glaçons. De toute façon ça n'a pas forcément le même goût. Personne ne fait des remarques, enfin peut-être mais pas des remarques désobligeantes. Moi je l'ai remarqué, mai je n'ai pas eu de mouvement de recul. Au départ c'est peut-être de la curiosité, ou "tiens, c'est bon aussi". Ça part aussi vite, les gens apprécient tout autant." (femme, 25 ans)

- **La tentation "d'essayer"**

Pour les personnes ayant dépassé la trentaine, la question du choix d'une marque ou d'une non-marque ne se posait pas alors qu'ils débutaient leur vie active, il y a environ dix ans. En revanche pour les plus jeunes de nos interlocuteurs, le débat est d'actualité. Il est par ailleurs intéressant de souligner que **deux attitudes peuvent cohabiter dans la même personne** : certains considèrent ainsi qu'il est **important d'acheter telle marque de pastis** alors qu'ils **n'ont pas les mêmes exigences pour d'autres produits**, comme par exemple le yaourt :

"Les yaourts, la crème fraîche, le gruyère, les oeufs c'est la même chose. Pour les produits de beauté j'ai mes marques, en fait c'est tous les produits dont je me demande si c'est la même qualité. Les yaourts j'y ai goûté et j'aimais bien."
(femme, 25 ans)

Il y a ainsi les produits que l'on considère comme **aussi bons** même s'ils n'ont pas de marque et **ceux sur lesquels on doute**, enfin il y a ceux que l'on est **tentés d'essayer** :

"(le pastis sans marque) J'ai des amis qui en achètent. J'ai toujours eu la velléité d'essayer. J'avais dit j'en achèterai un jour, mais je ne l'ai jamais fait." (femme, 25 ans)

On peut faire l'hypothèse que selon **l'investissement affectif**, le **besoin de "mise en scène"** et **l'angoisse quant à la qualité du produit** que chaque personne projette sur ses achats, **la marque est ou non un enjeu important**. La "tentation d'essayer" des produits démarqués peut ainsi varier selon les produits mais aussi selon les occasions.

B. LES JEUNES COUPLES SALARIES

1. La vie de couple

La mise en couple a été vécue de différentes façons, mais c'est cette nouvelle forme de vie qui marque avant tout une **séparation, voire une rupture avec la famille**. La mise en couple correspond également à la création d'un **nouveau rythme de vie**, de **nouvelles convivialités**.

a. Créer un couple

Se mettre en couple c'est quitter un type d'organisation sociale pour en créer un autre, c'est un **bouleversement de la situation du jeune** :

"Le mariage ça a été la liberté totale : j'ai presque dit merde à mon père.... Ma soeur a choisi de faire la vie qu'elle voulait faire et mon père a rayé ma soeur de la famille. Ma soeur s'est éloignée de nous quand on s'est mariés." (femme, 46 ans)

Vivre à deux c'est **se libérer des parents**, de leurs normes, de leur "loi", mais c'est aussi s'en créer de nouvelles, **c'est construire une nouvelle stabilité** :

"J'ai rencontré mon ex-épouse en fac de droit. On s'est établis à Orléans et on s'est très vite mariés. A partir de là, j'ai eu une vie plus normalisée. Je me suis mis à travailler régulièrement. Il y avait des amis, des horaires, un appartement, un travail. Je faisais des petits jobs. Puis je suis entré dans une grande boîte." (homme, 40 ans)

Le couple c'est aussi apprendre à partager, sans vivre forcément une union fusionnelle :

"Cela fait cinq ans qu'on est ensemble. Le couple, ça a changé plein de choses. Le fait qu'on soit à deux, ça a changé la taille de l'habitation. Avant j'habitais dans un 10 m2. On a un plus grand appartement, on a plus d'aisance. Vivre à deux c'est différent. Le partage constant c'est ce qui est bien. On est toujours restés un peu

célibataires, elle aussi. On est un peu indépendants, on peut sortir chacun de son côté, avec des copains, ça se passe très bien." (homme, 25 ans)

Être en couple et être un peu célibataire en même temps est une formule de vie commune qu'on ne trouve pas chez nos interlocuteurs les plus âgés. Pour d'autres, la formation d'un couple se fait dans des conditions plus difficiles et l'accès à la **stabilité affective** n'est que provisoire.

Parfois, ce sont des problèmes liés à l'alcoolisme qui ont rendu les premières expériences de vie en couple difficile :

"A 19 ans et demi je me suis mis à fréquenter une fille. J'ai quitté mes parents, je suis allé vivre chez ma soeur. Je ne m'entendais plus avec mes parents, j'ai quitté. C'était dur, je le sentais venir, mais je m'y attendais pas. C'est eux qui m'ont demandé de partir. Ils n'aimaient pas ma copine : les parents de ma copine, c'étaient des grands alcooliques. Ma copine buvait un peu, quand on s'est mis ensemble elle a arrêté complètement... A 19 ans et demi, je me suis installé avec ma copine, à un km de chez mes parents, mais on ne se parlait pas. Ma copine ne touchait plus à l'alcool, c'était pour moi et les gens qui venaient à la maison. Il fallait que je fasse attention : elle ne travaillait pas et il y avait un loyer à payer. J'étais devenu beaucoup plus sérieux (lui même buvait moins) pour ne pas la rendre malheureuse." (homme, 31 ans)

Si ces premières expériences peuvent se conclure par un échec, elles amènent pendant un temps une **certaine stabilité**, ou du moins un **sentiment de stabilité**, qui peut être renforcé par la naissance d'un enfant :

"On était arrivés à un point à faire que ma vie et mon travail soient plus stables. Mais stable c'est pas le mot, il y a des gens qui vont me dire que c'est de se coucher à huit heures. Ma copine n'arrivait pas à s'y faire... Moi je pense à l'avenir, j'ai des projets, elle, elle n'arrivait pas à admettre tout ça. Elle n'a pas su s'épanouir en tant que femme, elle est devenue femme-enfant avec la petite. Elle continue à consommer du whisky ; la petite vit chez ma belle-mère. J'ai une fille, elle a cinq ans. Quand elle est née, j'avais l'impression d'être plus stable, maintenant, elle est avec sa maman. J'ai besoin de la voir une fois par mois, je descends dans le Sud pour la voir. Dans dix ans elle aura quatorze ans j'aurais changé, c'est impensable que je garde le même état." (homme, 25 ans)

b. Le jeune couple : les sorties et les amis

Le jeune couple laisse, comme les autres jeunes, **une place importante aux amis et aux sorties** durant les premières années :

"Les week-end on était reçus ou on recevait : il n'y avait pas un week-end sans une sortie. C'est une période où on s'est éclaté partout, on faisait plein de choses."
(femme, 46 ans)

Cette période "foisonnante" est partagée par les deux membres du couple, même si **l'un joue le rôle de "locomotive"** dans cette phase de découvertes et d'expériences :

"On recevait pas mal d'amis à la maison. Je faisais partie de 2, 3 associations et d'un parti politique. On y rencontrait du monde. Ma femme et moi, on était souvent dans les mêmes choses. On recevait des amis plutôt pour le dîner, et aussi le week-end, j'étais souvent en réunion le soir. C'était une époque de dispersion totale, j'étais faussement actif. Il n'y avait pas d'objectif... Les différents gens qui étaient dans ces associations étaient pratiquement comme moi : ils étaient superficiellement intéressés, mais tout à fait marginaux, un peu asociaux. On avait une consommation culturelle marginale, en cinéma, littérature, musique... C'était une époque de grandes découvertes entre 23 et 26 ans. Ma femme, me suivait un peu dans cette marginalisation gentille, intello. C'est une période de bons souvenirs, où j'ai beaucoup réfléchi, j'ai appris à découvrir... Où les choses allaient du moins vers le plus. Chaque jour, il y avait quelque chose de positif. J'appartenais à un syndicat mao à l'époque." (homme, 40 ans)

Le couple vit en parallèle avec les amis : même si un noyau "à deux" s'est formé, le groupe de pairs reste très présent et les expériences sont vécues en commun.

Par ailleurs, **le couple n'est pas toujours marié, et il n'est pas toujours stable**. Les jeunes connaissent **des périodes "conjugales" par intermittence**, avec un (ou une) petit(e) ami(e). Dans ce cas, **partenaires et amis "s'intercalent"** au gré des situations, des circonstances :

"Entre 21 et 25 ans c'était une vie mouvementée. J'avais un cercle d'amis restreint : c'était 4/5 personnes sur qui on peut compter... C'était des amis de lycée qui avaient des activités très diversifiées. C'était une période d'insouciance : on n'avait pas encore trop de projets, on s'accordait pas mal de plaisirs, des vacances, des voyages : je suis allé en Afrique, au Canada. C'était des longs courriers, j'y allais avec ma petite amie ou un petit groupe. Je trouvais que (la vie) c'était relativement facile comparativement à maintenant, les gens, c'était relativement souple, les comportements tout ça..." (homme, 38 ans)

Les personnes interviewées parlent ainsi des premières années de couple comme d'une période où ils **se sont amusés sans chercher à se créer des repères ou des contraintes très fortes**. Comme les célibataires et les étudiants, ils ont **"profité" de leur liberté**

nouvelle, ils ont favorisé une certaine instabilité, ou du moins une certaine ouverture dans leur existence de jeune couple.

Même les "**couples stables**" se ménagent une certaine **marge de liberté, d'imprévu** dans leur mode de vie :

"Le plaisir de la vie, c'est l'inattendu, la surprise. Quand on dîne avec des gens et qu'on ne prévoit pas ça deux mois à l'avance." (homme, 25 ans)

Cependant, le fait même de **vivre ensemble** et de partager le même toit à un **effet structurant** : peu à peu à travers le repas, la constitution du bar, le couple organise la vie et **la consommation à deux**.

2. Vivre à deux : l'alcool "s'organise" autour du repas et du "bar"

Se mettre en couple, c'est **s'adapter au quotidien aux pratiques de l'autre**, voire les réadapter pour soi et c'est également construire de nouvelles pratiques pour le couple.

a. Le repas comme occasion d'apprentissage et de consommation de vin de digestifs et d'apéritifs

Lorsque le couple va au restaurant ce peut être une occasion pour **le mari d'initier son épouse** à la consommation et à la découverte de certains alcools :

"On allait dans les restos du quartier latin, c'est lui qui choisissait des bouteilles (de vin). Il voulait faire plaisir. Il s'y connaissait plus que moi. Il voulait connaître. Il demandait des conseils sur l'année. Il me disait de goûter mais j'étais très réticente. Je goûtais mais je ne retenais pas les noms, ça ne m'intéressait pas. Il commandait des petits pousse-café, des cognacs, des crèmes de banane. C'était très fort mais ça me plaisait." (femme, 46 ans)

Cette initiation peut-être plus ou moins facile selon les alcools qu'il s'agisse de **vins**, de **digestifs** et même de **bière** :

"Ma femme à l'époque elle consommait des choses plus douces : du porto, de la bière, c'est moi qui l'ai initiée à la bière." (homme, 40 ans)

Mais **l'initiation n'est pas uniquement le fait des hommes** qui "apprendraient" à leurs femmes à consommer et à apprécier certains alcools, **les femmes sont également porteuses d'enseignements sur l'alcool**, notamment lors **des repas "à la maison"** :

"Ça changé au niveau du vin : du fait que mon amie est bourguignonne, et que c'est moins loin de Paris (que chez mes parents) et que son père est amateur, j'en bois plus." (homme, 27 ans)

Les femmes interviennent ainsi dans la chaîne de transmission des pratiques, parfois dans l'"ombre du père" d'autres fois de façon plus autonome :

"Ma femme, elle buvait de la bière elle en boit toujours. On buvait la même chose avec ma femme. Quand j'ai commencé à vivre avec elle, (qui est d'origine normande), il y avait du vin au fromage. Avant il y avait de la bière du début à la fin des repas... Après, je commençait à la bière, et je finissais au vin. En Normandie on faisait ça avec du cidre et on finissait avec du vin pour le fromage."
(homme, 50 ans)

Tout se passe **comme si le repas était le moment privilégiée au cours duquel la femme pouvait faire découvrir un alcool, le vin, à son mari**. Alors que le repas "privé" (hors des restaurants de toutes sortes) est relativement peu structurant au niveau des pratiques du boire des célibataires, **le repas du couple** est une occasion de **consommation de vin** et donc une occasion d'apprentissage.

Dans les **jeunes couples**, **cette transmission n'est pas unilatérale**, mais donne plutôt lieu à une **sorte d'échange**, chacun adoptant certaines pratiques de l'autre. Par ailleurs, si l'on distingue **"l'ombre du père" derrière les pratiques du vin**, on entrevoit celle **de la mère en ce qui concerne la nourriture** :

"Le Ricard c'est ce que je bois le plus souvent en apéritif. Sinon c'est jus de pamplemousse et Coca. Mon amie en boit aussi. Ça a été des influences réciproques, autant au niveau des alcools qu'au niveau nourriture, il y a des choses qu'elle a apportées de chez sa mère et réciproquement. Moi c'est cuisiner à l'huile d'olive, basilic, des trucs à base de poivrons-tomates, les pâtes à l'italienne..."
(homme 27 ans)

Le repas est une occasion de **consommation d'apéritifs, de vin** mais également de **digestifs** :

"Pendant les week-end on prenait un pousse-café. et du vin à midi : on favorisait surtout nos sorties, alors on a régressé sur la qualité. Du vin à tous les repas on en buvait pas tout le temps. Maintenant, je ne conçois pas de manger sans vin : on boit du Bordeaux." (femme, 46 ans)

Alors que les boissons apéritives avaient été repérées dès l'adolescence, la **consommation de digestifs** apparaît comme **un signe de stabilisation**, car elle est **indissociable d'un repas structuré où l'alcool à un rôle précis à jouer**. Ainsi, **le vin accompagnera le fromage** et le **digestif viendra clore le repas** qui a été souligné par la présence du vin.

Ces **alcools du repas** s'articulent ainsi dans un certain **ordre** qui est celui qui avait été **appris chez les parents**.

Outre le poids des pratiques familiales, il est important de noter **le poids des pratiques régionales dans cette transmission** : ce qui a été **incorporé pendant l'enfance et l'adolescence** auprès des parents, de la communauté d'origine **réapparaît lorsque les jeunes construisent à leur tour une forme de noyau stable** :

"(Le pastis) c'est quand on se retrouve entre amis, essentiellement là, ou en comité plus restreint, avec mon amie quand on a envie de se prendre l'apéro. Elle en buvait très très peu (avant de me rencontrer). Avec les amis c'est au moins une fois par week-end, à chaque fois. C'est plutôt le soir, c'est toujours en apéritif. En soirée c'est plutôt des liqueurs. La Marie-Brizard par exemple, le cognac, le Cointreau. La Marie-Brizard c'est avec des glaçons, ce n'est pas coupé d'eau. J'ai toujours assimilé ça à une menthe forte, pour moi ça n'a pas du tout le même goût que le pastis. Ça n'a rien à voir avec le pastis. D'abord parce que le moment est différent, l'apéritif c'est avant le repas, c'est plus avec des gens avant de rentrer chez vous. La Marie-Brizard c'est plus à domicile, et ça n'a jamais parrainé un concours de pétanque, ou de belote. Il y a toujours des banderoles ou des gazettes à chanson avec une marque de pastis. Tout ce qui existe autour, les verres, les chapeaux idiots, c'est jamais de la Marie-Brizard." (homme, 27 ans)

Le pastis et la culture du pastis sont apportés dans le couple, et le partenaire s'adapte à cette consommation et l'adopte. Il est intéressant de voir que **le pastis est bien fixé dans un temps précis qui est l'"avant-repas"**, et qu'en revanche une autre boisson anisée comme la Marie-Brizard ne convient pas à ce moment, car elle a un rôle de digestif. Le jeune s'éloigne ainsi **des pratiques de soirées ou l'ordre des alcools importait relativement peu**. Les alcools ont **chacun une place précise qui ne "peut plus" être bouleversée**.

On observe également qu'avec **la constitution d'un foyer et le rituel du repas**, la notion de **"dedans"** et de **"dehors"** commence à devenir forte. Le pastis est ainsi **une boisson du dedans** et en même temps c'est **une boisson de "l'entre soi"**. De même les **digestifs sont davantage une boisson du dedans**, car c'est **une boisson liée au repas**, et le repas est de plus en plus associé au foyer.

Enfin, l'un des points communs entre les différentes catégories de jeunes que nous avons repérées est **le frein que constituent des moyens financiers limités** :

"On consommait lorsque les amis étaient là (à la maison). Sinon, on ne buvait pas d'alcool à deux. Au restaurant, il n'y avait pas trop d'alcool : c'était cher. Dans les bistrots oui : après une soirée, un ciné-club." (homme, 40 ans)

Le prix de l'alcool **ne permet pas ainsi une consommation régulière** ou du moins **une consommation de produits d'une très haute qualité**, ce qui conditionne d'une certaine façon les découvertes que peut faire le jeune couple à cette période où le café, moins cher que le restaurant, reste un lieu de consommation d'alcool.

Le repas du couple est l'occasion de recréer **une grammaire de la nourriture et de l'alcool**, et surtout de la recréer dans un environnement **intime ou privé**. Le repas à la maison c'est la **découverte du "dedans"** et d'un **nouveau rythme de vie** :

"En dehors, c'est chez des amis. Ou prendre l'apéro dans un bar. C'est beaucoup plus fréquent en été, c'est encore lié à un moment de plaisir, à la terrasse d'un café... Je n'ai pas de bar où je suis habitué, maintenant non, quand je suis arrivé à Paris oui, c'était un bar-restaurant où on allait fréquemment manger le midi, on avait fait connaissance avec les propriétaires, c'était pas loin à côté de la maison. Maintenant non, parce que le rythme de vie change, ce n'est plus les mêmes horaires, on a moins de disponibilité, on a moins envie de traîner un peu."
(homme, 27 ans)

Même si le couple continue à sortir, à voir des amis, tout ce passe comme si **un mouvement irrésistible l'entraînait peu à peu à investir davantage le "dedans", le nouveau foyer**.

Si les soirées sont un temps de découvertes en matière d'alcool, **le repas est davantage un temps d'apprentissage et de véritable structuration** de la consommation d'alcool.

b. La constitution d'un bar

Le jeune couple s'installe dans son logement, organise sa consommation et se crée des pratiques qui sont le résultat de cette vie à deux. **Le "bar", espace de stockage des alcools achetés par le couple devient un repère fixe** dans le logement du jeune couple :

"Du moment où on a été mariés, on a eu l'idée de faire un petit bar, ça a suivi très logiquement. Le bar était dans le bas de la bibliothèque. On mettait dans notre bar des assortiments de vins cuits, des punches, des rivesaltes, des muscadets, du pastis, c'était du Ricard et des anisettes qu'on ramenait d'Espagne. Le pastis c'était la marque 51 ou Duval. Mon mari fumait la pipe avant, et il regardait le journal télévisé avant de manger. Il sirotait avant de manger. Moi je noyais le pastis : je le noyais pendant qu'il prenait le pastis." (femme, 46 ans)

"On avait un grand bar à la maison. Dedans il y avait du gin, whisky, pastis, porto, Martini... Dans notre bar, il y avait également des cognacs, des armagnacs. Il y avait des alcools blancs, des eaux de vie." (homme, 40 ans)

Les alcools du bar du jeune couple ressemblent à ceux que consommaient leurs parents : vins cuits et pastis sont présents. Cependant à côté de ces **"classiques"** on trouve, des **"punchs"** et des **alcools blancs** qui avaient été **découverts pendant l'adolescence et la jeunesse**.

Le **bar** est ainsi un lieu où se **côtoient les alcools "nouveaux" et les alcools "traditionnels"**, ceux qui étaient consommés par les parents, voire même dans la **communauté d'origine** :

"Dans le bar il y a : vodka, Martini blanc, Ballantines, Marie-Brizard, vin de noix, rhum de la réunion, pommeau. Pour le pastis j'ai acheté une carafe et un doseur, je l'ai acheté dans un vide-grenier, et le cendrier Ricard je l'ai volé dans un café. Ça correspond à ce que je disais à propos du folklore. J'ai pas mal d'amis de Toulon, quand on boit du pastis, ça nous rappelle le Sud." (homme, 27 ans)

Il y a le bar et les **"accessoires"** du bar qui correspondent à certaines boissons : le **doseur** est autant un **instrument pour servir le pastis** qu'un **élément d'une "culture" du Sud**, qui sert à créer **une certaine atmosphère**, à rappeler certains souvenirs.

3. Le goût des boissons alcoolisées : une consommation "d'adultes" et des goûts "d'adolescents"

Si la consommation des personnes se structure lors de la mise en couple autour du repas et de la constitution du bar, **le goût des personnes ne se structure pas au même rythme**. Les découvertes et les expériences se succèdent quelques préférences émergent, mais **la connaissance et l'appréciation de l'alcool restent sommaires**.

Ainsi, **les vins** sont difficiles à reconnaître **entre eux** :

"Je buvais du vin au repas, mais je n'en ai pas de souvenir, je n'étais pas foutu de savoir faire la différence entre le Bourgogne et le Bordeaux." (homme, 40 ans)

Tout se passe comme **si les goûts pour l'alcool restaient en réalité proche des préférences de l'adolescence**, de la vie avec le groupe de pairs, ainsi l'individu consomme du vin sans pour autant l'apprécier :

"Les vins ça a commencé là (mariage), sans pour autant que la connaissance des vins se fasse. Le vin c'était pendant des repas ou des mini-fêtes. J'étais dans un milieu anar, il y avait des gens qui picolaient pas mal. J'étais dans un milieu marginal... Ce que je préférait c'était la bière d'Allemagne, la bière d'Autriche. C'était le seul truc que j'étais capable d'apprécier, de rechercher." (homme, 40 ans)

Goûts de l'adolescence (de la bière), mais aussi **goûts sucrés de l'enfance ont la préférence** des individus :

"L'alcool on en consommait tranquillement, au niveau des choix c'était hyper-plat. Moi ça ne m'attirait pas, sauf les crèmes de banane ça m'attirait énormément.

C'était hyper-bon. (Pour le vin) je ne trouvais pas la saveur à cette époque-là, je n'avais pas encore le palais ouvert." (femme, 46 ans)

L'individu en changeant de statut change sa façon de vivre et de consommer mais ce changement n'est pas immédiat et absolu : il y a **un temps d'adaptation pendant lequel coexistent des goûts de l'enfance-adolescence et la volonté de s'inscrire dans un mode de vie "adulte"**, stable.

Tout ce passe comme si à cette période **l'alcool n'avait pas un goût attirant en "soi"** :

"Je ne buvais quasiment rien, du vin de table quand il y en avait, mais ce n'était pas un besoin. J'en buvais pour accompagner, moi je n'en achetais pas, c'était quand j'étais avec des amis. Je n'avais pas de préférence, je ne connaissais que le Ricard, ou le vin cuit à ce moment-là, je n'ai pas essayé autre chose." (femme, 32 ans)

Il n'y a pas de *besoin* du goût de l'alcool spontanément. **Le temps de transgression adolescente avec l'alcool est passé et le goût n'est pas encore présent**, mais ce produit est déjà repéré dans sa **valeur sociale**.

4. L'alcool commence à avoir une "image sociale"

Si le goût, la connaissance des alcools et notamment du vin est lente, en revanche, **l'alcool commence à être repéré comme "outil social"** par les jeunes :

"Le whisky a commencé à jouer un rôle très important... On le buvait sec. J'ai appris à aimer à ce moment-là le Chivas par des amis. C'était la découverte du bon whisky... Avant, on buvait pour le plaisir de boire, sans goût... Il y avait une atmosphère qui en résultait : c'était festif, convivial. C'est mon patron qui avait une cinquantaine d'années qui m'a fait goûter le Chivas. C'était le plaisir et l'image du plaisir. C'était associé à un milieu social qui n'était pas le mien. Ce n'était pas la classe bourgeoise, mais un milieu de chefs d'entreprises, un milieu aisé. Ça n'a rien à voir avec la bourgeoisie traditionnelle. Comme whisky, je buvais du Ballantines, du Johnny Walker." (homme, 40 ans)

Alors qu'à l'adolescence l'alcool est davantage consommé pour "l'ambiance" qu'il permet de créer plutôt que pour son goût, lorsque l'individu commence à s'inscrire dans une certaine **stabilité adulte**, l'alcool devient un **instrument de mise en scène de sa propre image** et ce d'une double façon. **Le produit tout d'abord devient un élément de distinction**, ainsi le whisky, produit consommé par certaines catégories sociales. **La marque** du produit enfin est également discriminante elle **parle d'une position sociale et la met en valeur**.

Inversement, **d'autres produits** deviennent **socialement dévalorisants** :

"J'étais dans un milieu d'étudiants attardés et aussi d'ouvriers... Eux ils buvaient du pastis. Pour moi c'était associé à quelque chose de très populaire, de très normé : je faisais un rejet... Mon beau-père buvait du pastis, il était de milieu populaire. Je m'entendais plus ou moins bien avec lui. Je n'en buvais pas c'est sûr. C'était l'époque où je refusais une norme. Et le pastis c'était une norme populaire. Le Chivas, c'était la norme vers laquelle je louchais." (homme, 40 ans)

Boisson du "patron" contre boisson du "beau-père" : **la consommation d'alcool devient le révélateur du jeu social** dans lequel les gens sont plus ou moins bien placés, et ici **le goût intervient moins que le désir de montrer les "bons signes" d'appartenance à tel ou tel milieu.**

5. L'alcool dans le milieu professionnel

Comme pour les jeunes célibataires salariés, le jeune qui vit en couple et qui exerce un métier parallèlement connaît des occasions de consommer de l'alcool en dehors de sa "vie privée". **Le milieu professionnel implique ainsi parfois de fréquents contacts avec l'alcool :**

"Je travaillais donc dans un bar et je ne rentrais jamais chez moi avant 9 ou 10 heures le soir. J'en avais assez bu des alcools. Il n'y avait jamais une bouteille d'alcool à la maison. Il y avait très peu de vin à la maison. On buvait beaucoup mais peu de vin à la maison. Je travaillais la fin d'après-midi et le soir. C'était principalement du pastis. C'était un petit bar "ripou" en face d'une gare, pas le bar select, mais avec tous les paumés du coin. " (femme, 32 ans)

Lorsque la consommation d'alcool est importante à l'extérieur du foyer, la consommation "maison" s'en trouve ici appauvrie. Par ailleurs **pour "résister" aux effets** de cette consommation professionnelle abondante, l'individu retrouve **des stratégies de mélanges, "d'adoucissement" de l'alcool** qui ne sont pas sans rappeler les techniques utilisées durant l'adolescence :

"Le père de mon fils était barman, j'étais dans le milieu des bars très fréquemment et on offrait, ou on nous offrait des coups, et le vin cuit, ça va 3 fois, 4 fois et après... La seule façon de tenir : je me suis forcée à boire du pastis, c'est moins anisé que le Ricard. Ça, je pouvais en boire 10 ou 15... Je me suis obligée. J'avais 18 ans. Au bar, je le buvais le plus glacé possible pour sentir le moins le goût. J'ai même envisagé de mettre du sirop dedans, mais ça saoule plus vite." (femme, 32 ans)

Les effets de l'alcool, et en particulier le pastis, peuvent être atténués par le biais de mélanges (avec de l'eau, des sirops), mais **le goût de la boisson lui-même est parfois neutralisé** par le consommateur, en l'occurrence il est ici diminué par **le froid.**

Avec **la vie professionnelle se crée également un espace intermédiaire entre le foyer et le lieu de travail proprement dit : il s'agit du bar**. Mais ce n'est pas le bar investi par le groupe de pairs à l'adolescence ; le bar marque **un temps et un espace de rupture avec le travail** mais constitue aussi une sorte **de sas avant de rentrer à la maison**. L'individu, hors du couple, se trouve englobé par les pratiques de ses collègues :

"(A St-Tropez) Là-bas je ne buvais que du pastis. Une fois ou deux par semaine on prenait un pot (avec les collègues de travail), on prenait un pastis chacun. Je ne buvais pas de la bière au café. Je buvais de la bière à la maison. Je buvais du pastis au café. C'était pas désagréable, tout le monde faisait ça. C'était souvent du 51. Là-bas (sud) ils le boivent concentré, moi j'avais droit à toutes les indulgences : ils se moquaient de moi quand je mettais trop d'eau dans le pastis. Eux ils mettaient un volume d'eau pas plus; Moi je rajoutais de l'eau. Il y avait les mominettes, c'est pas beaucoup de pastis dans un verre et on fait plus de tournées." (homme, 50 ans)

Le phénomène de la "tournée" qui n'est pas apparu dans les souvenirs d'adolescence est davantage **le fait de pratiques entre "collègues"**. La "tournée" devient un **rite de partage** entre des pairs qui ne sont pas forcément des amis.

Le pastis est une boisson-clef dans certains milieux professionnels. Il peut être aussi bien consommé chez soi qu'entre collègues, mais il peut également **marquer la différence entre le dehors et le dedans** :

"Une fois ou deux par semaine on prenait un pot, on prenait un pastis chacun. Je ne buvais pas de la bière au café. Je buvais de la bière à la maison. Je buvais du pastis au café. C'était pas désagréable, tout le monde faisait ça. C'était souvent du 51. Là-bas (Il vient du Nord de la France mais à travaillé dans le Sud) ils le boivent concentré, moi j'avais droit à toutes les indulgences : ils se moquaient de moi quand je mettais trop d'eau dans le pastis. Eux ils mettaient un volume d'eau pas plus, moi je rajoutais de l'eau." (homme, 50 ans)

Chez soi on retrouve les pratiques de sa région d'origine, les pratiques familiales et dehors on s'adapte à celles de sa région d'accueil et de son milieu professionnel. Le café est donc un lieu de transition entre deux temps, deux espaces et aussi deux cultures.

5ème partie

L'EQUILIBRE INSTABLE

DE 25 A 50 ANS...

I. LE VIN : INDICATEUR DE FORMES DE CONVIVIALITE "STABLES"

A. APPRENDRE LE VIN

Parmi tous les alcools, **le vin est une boisson dont l'apprentissage commence relativement tard et se poursuit au-delà de la phase de transition.** Après cette phase, les individus commencent à s'inscrire dans un mode de vie relativement stable, du point de vue professionnel, de la vie affective et du logement, et **sur le plan de la consommation ils commencent à se fixer des repères.** Ainsi, en matière de vin, ils se mettent à davantage structurer leurs connaissances, voire, ils se mettent à **découvrir le vin** :

"Ça doit remonter à trois, quatre ans. Avant, il y avait cet énorme problème de mon frère. Il s'est fait désintoxiquer deux fois. Il a été très très bas. Il y a eu des périodes où je ne pouvais pas voir une goutte d'alcool sans être tétanisée. C'était atroce. Un beau jour ma soeur m'a dit tu dois goûter pour savoir ce que c'est... Je n'essayais même pas de m'intéresser au vin... C'était vis-à-vis de mon frère... Je buvais du bout des lèvres." (femme, 46 ans)

L'alcool-vin peut être découvert à un moment où la famille élargie se stabilise et notamment lorsque un éventuel problème d'alcoolisme familial est résolu. Quand l'alcool n'est plus tabou, le vin peut être enfin découvert.

Hors de tout esprit de transgression **le désir de découvrir cette boisson émerge alors que les spiritueux ont déjà été bien repérés** :

"A cette période je continue à chercher, mais c'est vrai que la base reste dans les mêmes alcools, whisky, pastis. C'est aussi l'envie de prendre un bon verre de vin à l'apéritif, c'est quelque chose que je ne faisais pas avant. Mais c'est toujours l'esprit curieux, quand je vois une nouvelle chose dans une grande surface, je vais goûter." (femme, 37 ans)

L'**envie de vin** peut-être isolée du repas et peut se concrétiser lors d'une **dégustation** avant le repas au moment de **l'apéritif.**

Cette curiosité pour cet alcool peut se traduire par **différents types d'apprentissages**, et notamment par la lecture **d'ouvrages culinaires, le fait de manger étant plus que jamais associé au vin** :

"J'ai "Cuisine et Vins de France", je veux savoir maintenant qu'on goûte les vins. Je me régale : je découvre plein de choses au niveau des goûts du palais... Je lis plein de choses... Il y a des choses que je veux faire : je veux faire des dossiers... Je ne sais pas comment je vais faire... Ce serait un dossier où il y aurait les erreurs à éviter : certains plats ne vont pas avec certains vins, à certains moments." (femme, 46 ans)

Apprendre à apprécier le vin, c'est apprendre un art de vivre et un art de manger, et **c'est apprendre que le vin à une histoire, une culture**. Cette connaissance peut se faire à travers des ouvrages spécialisés mais elle peut également être le fruit d'**une initiation**. Cette initiation peut ainsi être **prise en charge par les "grands enfants"** qui étant devenus **eux-mêmes des amateurs**, **"ouvrent" leurs parents au raffinement de cet alcool** :

"Mon fils (26 ans) a fait un gros travail chez nous. Mon fils a découvert les vins parce que la famille de sa copine connaît les vins. Il nous a obligé depuis deux ans et demi à ouvrir une bonne bouteille tous les week-@end. (Qu'est-ce que c'est un bon vin ?) Un vin qui a une certaine renommée, qui a un certain millésime, il y a plein de choses autour." (femme, 46 ans)

L'enfant devenu adulte et lui-même en **phase de stabilisation** devient **prescripteur d'alcool, de vin auprès de ses parents** qui découvrent le **"bien boire"**. Les parents sont invités à découvrir les bonnes bouteilles, les bons goûts et surtout ils retiennent que **le vin a une identité, une "image"**.

B. LE VIN QUOTIDIEN

Alors que le vin faisait des apparitions épisodiques lors de l'adolescence et de la "jeunesse", il **devient partie intégrante du repas "adulte"**, suivant en cela la structuration même du repas qui était relativement faible à la phase précédente.

Si le vin devient un élément d'accompagnement des repas, **il n'est pas forcément présent à tous les repas**, et il peut particulièrement être **associé à certaines nourritures** :

"Je prends du vin au cours des repas : avec du fromage surtout, mais je n'en prends pas tous les jours : c'est tous les un ou trois jours. On boit surtout du Bordeaux, on en boit plus à la limite qu'autre chose. C'est un Bordeaux sinon rien. Plus des vins des pays de Loire. C'est peut-être une affaire de goût, ou peut-être la forme de la bouteille." (homme, 39 ans)

Le vin au repas peut constituer un plaisir qui n'est pas systématique et suit certaines règles : **certains vins sont considérés comme dignes d'être consommés** parce qu'ils

correspondent à des **critères précis** qui s'entremêlent, comme la provenance, le goût, "l'emballage".

On ne boit pas toujours du vin à tous les repas, ni avec tous les aliments, mais **le fromage est volontiers associé à cette boisson** :

"Au début du repas, je prends de la bière. Je prends une canette de bière, et du vin avec du fromage." (homme, 50 ans)

La bière et le vin peuvent ainsi se succéder lors du repas, mais toujours dans le même ordre. On trouve ainsi **le vin de l'apéritif**, qui avant même de commencer à manger, joue un **rôle d'introduction au repas**, et "**le vin du fromage**" qui vient clore le repas dans une association de saveurs traditionnellement françaises. En revanche, **tout se passe comme si la bière ne pouvait succéder au vin lors du repas**, comme si aucun aliment ne lui convenait en "particulier".

Chaque individu, chaque famille a son propre rythme de consommation de vin. Pour certains **la présence de vin suit l'envie du moment**, pour d'autres **cette présence est très régulière et très régulée** :

"Chez moi, j'ai du bon vin que j'apporte de chez moi (province). Pour le repas du soir, je garde un peu la tradition. Il y a du vin, le midi et les week-end. Le soir, en semaine, c'est de l'eau, pas forcément du vin." (homme, 38 ans)

Ces rythmes de consommation peuvent être en partie le fruit d'un apprentissage qui a eu lieu dans la jeunesse et qui a la **force d'une tradition, comme ici "l'eau du soir"**.

Outre le "rythme de la tradition", il y a le rythme des saisons :

"A table il y a du vin de table. Éventuellement de la bière, mais rarement à table. Du rosé en été." (homme, 37 ans)

On retrouve ici la bière qui peut être présente au repas, et **du vin rosé, propice à une consommation à la saison chaude**.

Le vin peut ainsi changer de saveurs selon les occasions mais il n'est pas supplanté par la bière qui apparaît plus comme une "possibilité" que comme une constante du repas.

Le vin quotidien c'est aussi le vin que l'on consomme au déjeuner, au **restaurant d'entreprise** :

"On boit du vin de table au repas de midi, on mange toujours au restaurant administratif, ce n'est pas fameux." (homme, 38 ans)

Le vin de la "cantine" permet de maintenir la grammaire domestique du repas en dehors du foyer, mais sa qualité médiocre lui fait préférer d'autres boissons parfois :

"Où je travaille il y a un self. A la fin de la rampe il y a Coca, orange, citron, du vin de table à la tireuse et de la bière sans alcool. Je ne prends pas de vin parce qu'il n'est pas très bon. Donc je prends du coca ou de la bière, elle est sans alcool mais elle n'est pas mauvaise quand même." (homme, 37 ans)

Lorsque le vin est jugé mauvais il peut ainsi être remplacé par une boisson sans alcool qui peut même être de la bière, **la bière étant une sorte de "joker" lors du repas**, une boisson que l'on consomme éventuellement (sauf dans le cas des personnes du Nord de la France chez qui cette boisson prend la place du vin pendant les repas). Ainsi, **plutôt que de boire un mauvais vin on peut se rabattre sur des breuvages complètement opposés**, aux goûts sucrés.

Enfin , restent ceux qui ne boivent pas ou très peu d'alcool pendant les repas :

"Ma femme ne boit pratiquement pas. Elle prend des médicaments, elle ne supporte pas du tout. Elle ne boit pratiquement pas : un demi verre de vin avec le fromage." (homme, 50 ans)

Si quelques gouttes de vin sont malgré tout consommées par l'individu, ce sera avec **l'aliment privilégié**, le complément du vin : **le fromage**.

Ceux qui ne boivent pas de vin, non pour des raisons médicales, mais parce qu'ils "**font attention**", notamment à leur **poids, gênent les consommateurs habituels** :

"Ma mère ne boit pas du tout, un peu... Mes belles-soeurs, pas tellement. J'ai un frère qui vient de se remarier : sa femme fait très attention à son poids, à sa ligne, à tout ce qu'elle mange, ce qu'elle boit... Moi j'ai un peu trop de poids mais elle, elle est trop maigre, je trouve qu'elle exagère avec son poids" (homme, 50 ans)

Celui qui ne boit pas "culpabilise" ainsi d'une certaine façon le "bon vivant" dont la "charge pondérale" paraît excessive. Le bon vivant-bon buveur retourne alors la stigmatisation : celui qui ne boit et qui mange peu est lui-même au bord d'un autre excès. Notons encore que ce sont **les femmes qui font assaut de sobriété**, que ce soit pour des raisons médicales ou des raisons esthétiques **elles se situent davantage du côté de la tempérance que de celui de l'épicurisme**.

C. LE VIN POUR RECEVOIR

Si les personnes interrogées consomment plus ou moins régulièrement du vin, en revanche, **lorsqu'elles reçoivent des amis, le vin doit être présent à table**. En fait, les individus en se stabilisant s'inscrivent dans une forme de "**convivialité assise**", où **la table et le repas deviennent centraux**. Au désordre, à l'improvisation et à une certaine "verticalité" qui caractérisaient la convivialité adolescente et "jeune" de "soirées", se substitue l'ordre du repas et le "savoir boire" :

"Je reçois presque tous les week-ends différents amis. C'est toujours naturel d'avoir différentes bouteilles. Des digestifs, il n'y en a pas toujours." (homme, 25 ans)

Même **parmi les plus jeunes de nos couples "stabilisés" le vin pour recevoir devient nécessaire, essentiel**, alors que les **digestifs** qui sont comme le **stade ultime de la "cérémonie du repas"** ne sont pas **encore apparus** de façon régulière.

Pour certains **le vin** est avant tout présent pour **souligner une visite** ou **un bon repas** partagé par le couple, le vin met ici en valeur une situation, une nourriture qui sort de l'ordinaire :

"J'en consommait uniquement lorsque j'avais des amis, ou quand on faisait un repas avec ma femme, quand on faisait un bon repas (actuellement divorcé)." (homme, 40 ans)

Tout ce passe **comme si on pouvait se permettre de consommer un vin médiocre dans l'intimité du quotidien** ou **même pas de vin du tout**, alors que **la présence d'invités requiert un bon vin pour les honorer** :

"Chez moi c'est le vin. Avoir du bon vin quand on reçoit des amis." (femme, 37 ans)

La présence d'invités requiert **du vin d'une certaine qualité**, des **mets plus raffinés** mais également une **"bonne grammaire" du repas pour mettre en cohérence ces deux éléments** :

"Quand il y a des invités, on peut faire un plat de poisson, du congre ou de la lotte, ça se marie bien avec le vin blanc." (homme, 38 ans)

Ainsi une certaine "grammaire" de bon goût associe le vin au fromage et le vin blanc au poisson.

Si le vin est un présent de l'invitant à ses convives, **l'invité peut le devancer en amenant lui-même une bouteille** :

"Quand on va chez des amis, on amène du vin ou du champagne : on demande ce qu'on va manger. Un événement petit ou grand c'est lié à la consommation d'alcool. Le vin c'est quand on est à table. Quand on va chez des amis, c'est les vins le plus souvent qu'on regarde. Le vin c'est vraiment le goût, c'est appréciable avec des mets." (homme, 25 ans)

Le vin se boit, se goûte, et il se regarde : c'est par la -même un **élément impliquant pour l'invitant** qui en exposant la bouteille aux sens de ses invités s'expose lui-même à leur jugement comme nous allons le voir.

D. LE BON VIN ET LE BON PRIX

1. Le prix du vin quotidien

Combien coûte le vin quotidien ? Les prix varient selon les interlocuteurs, mais le "bon vin" n'est pas forcément un vin cher :

"Dans les vins, je préfère avoir un bon vin à 15 F plutôt qu'un à 7 F, on trouve des bons petits vins, mais pas trop cher. Je mettrais plus facilement 12-15 F dans un bon petit vin de pays que 6-7 F voire moins dans un vin du pays de l'Hérault ou comme ça. Un vin à 12 F c'est bien." (homme, 37 ans)

Au-dessus de dix francs, un *petit vin* peut être **bon**. **Au dessus de trente francs** on peut avoir un *grand vin* mais il est **cher** :

"On n'achetait pas de grands vins, mais on ne prenait pas le premier prix à 8 F. On achetait entre 25 et 30 F, du vin régional, des rosés. On découvrait les rosés." (femme, 46 ans)

Cette fourchette n'est cependant pas valable pour tous les vins. **La catégorie des Bordeaux a un "plancher" plus élevé, qui se situe au-dessus de quinze francs** :

"Le vin qu'on boit tous les jours c'est 20 ou 30 francs. Pour le Bordeaux je peux descendre jusqu'à 20 francs. Je préfère boire moins mais pas trop mauvais." (homme, 25 ans)

"Comme vin de table j'aime bien tous les Bordeaux à 15 F la bouteille"(homme, 37 ans)

Lorsque l'on est **au-dessus de trente francs**, on peut **équilibrer la dépense en buvant moins**. C'est un arbitrage entre une qualité recherchée et des possibilités financières limitées.

Quoiqu'il en soit, **boire chez soi coûte moins cher que boire au restaurant** :

"Une bouteille de Bordeaux c'est entre 20 et 30 francs, ni trop jeune, ni trop vieux. C'est entre 100 et 120 francs au restaurant." (homme, 39 ans)

Il y a cependant les *occasions spéciales* pour lesquelles **les consommateurs vont augmenter leur budget-vin** :

"J'achète du vin rouge, du vin blanc. Le vin rouge c'est toujours dans le même magasin. En vin, je cherche déjà les Bordeaux, c'est ceux que je préfère. J'achète du vin à 90 francs quand c'est une occasion spéciale. Le vin rouge, le vin blanc, c'est pour faire du kir. Le vin blanc au niveau du prix c'est 18/20 francs ; je suis prêt à monter plus haut pour le rouge. Ou du blanc très bon pour le poisson, de l'entre-deux mers, du Muscadet, du Sancerre, des Vendanges Tardives..." (homme, 25 ans)

On remarquera que **la fin de la "transition" et le début de la "stabilisation"**, commence **au moment où l'on se met à rechercher des vins particuliers**, au moment où l'alcool n'est plus seulement consommé pour ses effets. Alors qu'à l'adolescence et dans la première période de la jeunesse le goût et les marques des alcools sont mal distingués, **la période adulte se caractérise par une capacité ou du moins une volonté de distinction. Le vin** est ainsi le support privilégié pour **apprendre à différencier les saveurs mais aussi les noms, pour construire ses préférences**, et enfin pour **adapter ses préférences à des contraintes de budget**.

2. Lieux d'achat du vin

Trois lieux d'achat ont été repérés pour nos interlocuteurs **les magasins ou caves spécialisés** dans les vins, **les propriétés** (les lieux de production de vin) et enfin les **grandes surfaces**.

Dans les **caves spécialisées**, il est possible d'acheter **le vin par caisses** :

"J'achète dans des caves spécialisées, par caisses. Il y a toutes sortes de prix, c'est au moins des bouteilles de 40, 50 francs. Ça va de 35 à 40 francs." (homme, 38 ans)

" J'allais au Supermarché. Ou chez Nicolas pour les vins." (homme, 40 ans)

Il y a **la grande surface**, qui offre un **grand choix de vins** et notamment la possibilité de prendre des **marques "distributeurs"** :

"A Carrefour, il y a beaucoup plus de choix, que ce soit le vin ou autre. Il y a la marque Carrefour, ou un Cabernet-Sauvignon pas très cher qui est bon. On a essayé un vin blanc d'Alsace pour les fêtes qui était très très bon. Il y a un choix vraiment immense à Carrefour." (homme, 37 ans)

L'avantage des grandes surfaces est également que l'on peut y trouver des vins qui ne sont pas trop chers mais qui sont bons, alors que dans les magasins spécialisés la gamme des prix est moins large.

L'achat peut également se faire chez **les viticulteurs**, et si pour l'ensemble des personnes interrogées ce sont **surtout les hommes qui s'occupent de cette activité, les femmes** peuvent être amenées à y participer, **même si elles n'achètent pas des vins différents de ceux choisis par leur époux**. Enfin, aller chez un viticulteur ce peut être aussi l'occasion de **renouer avec un terroir**, un réseau :

"Le vin rouge, c'est plutôt moi qui choisis, ma femme elle ne prend que du vin blanc, c'est plutôt elle qui le choisit. Il m'arrive d'acheter du Chablis, mais je vais l'acheter directement sur place, j'ai des anciens copains qui se sont installés viticulteurs, c'est l'occasion de se revoir." (homme, 37 ans)

Le vin est un support de convivialité, de sociabilité, **une sociabilité qui peut commencer dès l'achat**, lorsque l'achat se fait hors du contexte anonyme de la grande surface.

E. LE BON VIN ET LA BONNE ETIQUETTE

Parler du prix du vin nous amène à évoquer la **"marque" ou le "nom" du vin**. Ainsi de la même façon que pour certains un bon vin peut avoir un petit prix, **un bon vin ne doit pas avoir forcément un grand nom**. Cependant, **le produit doit être attirant pour le consommateur** :

"Une étiquette infâme, je ne la mettrais pas sur la table, une étiquette infâme, c'est une étiquette bas de gamme, avec des couleurs primaires. Sans recherche. Les vins Carrefour ont poussé le "vice" jusqu'à faire des étiquettes ocrées pour les vins : ils ont envie de vendre quand même ! Tout le monde s'y retrouve ! Il m'est arrivé d'acheter des vins Carrefour : ce n'est pas mal du tout. Casino, Leclerc font différents trucs mais c'est très bon. Si on reçoit, il faut que la bouteille ait une belle étiquette. C'est pour des amis qui s'intéressent aux bonnes choses mais qui ne s'intéressent pas aux marques." (femme, 46 ans)

En fait tout ce passe comme si certains **appréciaient le vin en soi** et que ce produit n'ont pas besoin d'avoir d'autre référence.

Ainsi **le vin peut-être bon et l'étiquette attirante, même si le vin en lui-même n'a pas de renommée**. En fait, on voit qu'ici la qualité du vin est jugée sur pièce mais qu'il n'y **pas d'association entre le contenant et le contenu**. L'étiquette doit apporter une sorte de "plus" à la bouteille mais la **qualité du vin est ici totalement déconnectée du contenant, c'est-à-dire du support de l'histoire et de l'identité du vin**.

Pour d'autres en revanche, l'étiquette, si elle doit montrer les signes d'un certain raffinement par ses **couleurs** doit également se distinguer par son **graphisme** et surtout apporter **certaines informations** :

"Il y a des étiquettes qui sont plus attirantes que les autres. Quand c'est mis en bouteille à la propriété c'est un signe de qualité, c'est un vin qui n'est pas trimbalé. Le graphisme est censé évoquer quelque chose de fin... Un château, avec une écriture gothique. Les étiquettes des vins italiens sont plus modernes. C'est 35, 40 francs." (homme, 25 ans)

Ici le fait que le vin soit mis en bouteille à **la propriété** est un **gage de qualité**, mais l'étiquette doit également être "attirante". En fait l'étiquette doit "rassurer" les gens, elle doit leur dire que le produit qu'ils vont consommer possède une certaine "délicatesse". On peut faire **l'hypothèse que pour ces adultes "stables"** qui ont des pratiques de "distinction", de reconnaissance des produits, **il ne s'agit pas tant de faire la distinction entre différents vins que de distinguer entre ce qui pourrait être "vulgaire" et "raffiné"** et finalement **socialement acceptable ou socialement stigmatisant**.

Cette attitude n'est cependant pas partagée par tous nos interlocuteurs. Pour certains il y a ainsi **"vin" et "vin"** et les qualités esthétiques de l'étiquette ne suffisent pas à faire un bon vin. Ainsi, **le nom du vin compte et tous les produits ne se valent pas** :

"En alcools, les vins s'affinent encore. Il y a du Bordeaux (dans sa cave). Je ne prends jamais du vin démarqué : je n'ai pas envie de boire du mauvais vin. J'aime certains types de vin, pas le vin en général." (homme, 40 ans)

Pour cette seconde catégorie de personne, **le vin en soi ne fait pas automatiquement partie des "bonnes choses"**. Or, acheter du vin **"démarqué"** c'est acheter un produit qui n'offre **aucune garantie de qualité car il n'a pas d'identité**. Seuls **certains types de vin** peuvent donc correspondre **aux exigences** du consommateur averti.

F. LA CAVE DOMESTIQUE

Si **les couples qui viennent de se former** ou encore les **jeunes célibataires** commencent à se constituer un **"bar"**, notamment pour entreposer les **boissons apéritives** et les **alcools de soirées**, **ils n'ont pas encore de cave** où des bouteilles de vin vieillissent sous une noble poussière... **Le "bar" domestique est un signe de stabilisation**, signe que les individus commencent à s'impliquer dans des formes de sociabilité où ils sont les invitants et où les boissons qu'ils proposent reflètent leurs choix mais aussi leur personnalité... Cependant **lorsque les repas commencent à prendre le pas sur la convivialité informelle de "jeunes"** et lorsque le contenu du repas commence à structurer, **le vin apparaît dans la consommation familiale**.

Mais le vin est l'objet d'un **stockage** particulier. Contrairement aux autres produits le "vin" ne craint pas le temps qui passe : il s'améliore en vieillissant. **Le vin** se caractérise ainsi par deux éléments : **comme il peut vieillir il peut "s'accumuler"** et n'a pas besoin d'être consommé rapidement. De ce fait, **le vin marque le temps qui passe**, d'une certaine façon **il souligne la durée dans laquelle s'inscrit le couple**, la famille. Par ailleurs, **le vin requiert un stockage particulier** (ombre, fraîcheur...), par là, il investit **un espace propre** dans la maison qui souligne également la façon dont le couple a prit possession de son territoire.

1. La "cave" à l'intérieur de la maison : un espace à part dans un lieu intime

Ces espaces de stockage du vin sont multiples. Ainsi pour ceux qui habitent en **appartement** il y a le "**placard**" dans lequel on entrepose les bouteilles :

"On n'a pas de cave appropriée pour garder le vin. On a un débarras, c'est dans une penderie, c'est comme une petite cave où je mets les vins, mais c'est pas au point. Tout en haut dans le placard, il y a ce que l'on consomme couramment. Dans mon débarras il y a une trentaine de bouteilles... La hauteur du débarras c'est plein de bouquins. C'est un débarras, une grande penderie. Il y a des manteaux et des vestes et dessous il y a des caisses de vin qui peuvent se garder longtemps. Dans le haut, il y a tout un côté de vin blanc. Le Bordeaux c'est plus vers le bas. En haut il y a une trentaine de bouteilles. Les bouteilles courantes c'est 35, 40 F. Quand on en a envie en semaine, on en prend le soir. C'est pas régulier." (femme, 46 ans)

Le vin dans la maison ne se trouve pas dans un endroit facile d'accès, "public" "**caché**" dans l'intimité d'une penderie, dans le "**désordre**" privé d'un "**débarras**", il s'organise pourtant suivant certaines catégories qui peuvent être la couleur (blanc/rouge) et suivant ce qui est consommé couramment ou non, ce qu'on pourra prendre pour un soir en semaine ou pour une occasion exceptionnelle.

Parfois, **seul le vin qui doit vieillir est ainsi "rangé"** le vin quotidien restant à portée de la main. Le "**cellier**", sorte de chambre à provision sert en revanche à abriter le "patrimoine-vin" :

"Chez nous il y a du vin qu'on met au cellier, qu'on prend à l'avance pour se faire une cave. Et il y a du vin de tous les jours." (homme, 37 ans)

Ainsi se **"faire une cave"** ne signifie pas posséder un espace particulier **"sous la maison"** : la cave est un espace de rangement, mais un espace particulier puisqu'il **crystallise une certaine "anticipation" de la part du consommateur**. En effet, on n'achète pas que du vin pour sa consommation immédiate, il y a aussi le vin qu'on achète pour **"avoir"**, pour faire vieillir, pour **consommer plus tard, un jour... Indéfini**. Si se constituer un bar révèle une implication dans une certaine sociabilité, **"se faire une cave" c'est encore plus penser à l'avance, prévoir, se projeter dans l'avenir**.

2. La **"vraie"** cave : un signe d'intégration conjugale et de stabilité

A l'extérieur de l'espace **"habitable"**, hors des placards et des celliers il y a la cave :

"Le vin est à la cave. Le vin rouge est dans la cave" (homme, 38 ans)

La cave, endroit traditionnel de rangement pour le vin, abrite cependant d'autres produits et peut par ailleurs **partager son rôle avec d'autres espaces de rangement, comme le balcon** :

"Le vin, on le met dans une armoire où à la cave. Sur le balcon on met, la bière, l'eau, le cidre. Dans la cave il y a eu des vols. Actuellement il n'y a plus de vin du tout. Ils nous ont volé du champagne." (homme, 50 ans)

Dans les endroits ouverts, sur le balcon, **les boissons courantes**, les boissons qui peuvent être bues fraîches. **Dans les endroits fermés, protégés, les boissons "précieuses" : le vin et le champagne**. Si précieuses d'ailleurs que l'on peut même les voler.

La fonction de la cave souligne le fait que **les endroits tenus fermés, à l'abri des regards** (et des voleurs en principe), **sombres, voire "souterrains"** (la cave) **ne sont pas forcément des lieux de transgression** (même si elle peut l'être comme on le verra plus loin). La cave est ainsi en réalité un lieu qui marque **le domaine "privé"**, mais aussi **la durée et la continuité**. La cave est le signe des individus, des couples **"établis"**, et **lorsque une rupture intervient dans le couple, la cave, ce "tabernacle" de la continuité, disparaît** :

"Je suis passé par le Val de Loire, par Chinon, la Bourgogne. J'ai eu un coup de foudre. J'ai mis du vin dans ma cave. J'ai appris à le suivre, à le gérer. J'achetais des revues, je m'y intéressais. Je n'ai plus cette cave, elle a été dévalisée deux fois. Je suis divorcé depuis deux ans, cette habitude s'est perdue maintenant." (homme, 40 ans)

La cave se développe au rythme de ce que Jean-Claude Kaufmann appelle **"l'intégration ménagère"**⁵ : **plus le couple se stabilise** autour de règles et de routines communes, **plus les lieux de stockage du vin peuvent prendre de l'importance et être gérés, suivis avec soin**, même si cette activité relève uniquement de l'homme. En revanche, **lorsque la "trame conjugale" se rompt, la pratique de la cave disparaît**. La cave est ainsi plus qu'un lieu de stockage, c'est **un construit social**.

⁵ Kaufmann, J.-C., *La Trame Conjugale*, Paris, 1992, ed. Nathan.

3. La cave pour "boire" : un espace de transgression masculin

Bien qu'aucun des interviewés n'ait décrit des pratiques personnelles du boire dans la cave, en revanche, nous avons l'exemple du père d'un de nos interlocuteurs qui se sert de cet endroit pour **garder le vin** mais également **pour y boire**, à **l'abri des regards et de la colère féminine** :

"Avant, ma mère n'aimait pas qu'il y ait du monde à la maison et elle disait de les emmener (les amis de son mari) à la cave. Ma mère commençait à rouspéter quand ça commençait à chauffer, c'est pour ça qu'elle les envoyait à la cave. Tandis qu'à la campagne, maintenant, elle les envoie à la cave parce qu'ils rentrent avec leurs bottes pleines de vase, alors elle gueule." (homme, 31 ans)

La cave est un outil de l'intégration conjugale car, paradoxalement elle est une sorte **d'espace de séparation momentanée et de "respiration" dans la vie à deux** : elle permet à l'un d'y retrouver ses pairs et de se livrer à quelques excès et elle permet à l'autre d'avoir, selon l'expression consacrée, "la paix" pendant ce temps. La cave est le moyen de vivre ensemble tout en ayant des activités différentes, voire opposées. **Espace géré par l'homme et investi par l'homme, la cave est un endroit "anti-fusionnel" par excellence qui permet au couple de "durer" non pas dans l'échange mais dans la différence.** Les activités transgressives qui s'y déroulent le sont parce qu'elles sont liées à l'ivresse et aux débordements incommodes qu'elle engendre.

La cave sert ainsi à protéger et à cacher le vin (contre d'éventuels voleurs), mais elle peut également servir à **cacher l'ivresse**. En ce sens, cet espace de stockage se différencie du **bar qui "s'affiche"**. Qu'il s'agisse d'un placard ou d'une véritable pièce souterraine, la cave n'est jamais destinée au "libre-service" contrairement au bar qui peut l'être parfois : on ne va pas s'y servir à moins d'être le propriétaire, et **on ne la voit pas si on est un "étranger"**. Ainsi, **le vin ne se montre qu'à table, contrairement aux spiritueux.**

II. LE BAR ET L'APERITIF : L'AUTRE FAÇON DE "BOIRE"

A. LE BAR : L'ESPACE POUR VOIR ET POUR BOIRE L'ALCOOL, DANS LE SALON

Pour les personnes que nous avons rencontrées, le "bar" se trouve **dans le salon**. **Le bar peut-être un placard fermé** qui contient d'autres éléments que l'alcool :

"Ici, on a ce meuble, on l'appelle le meuble de la grand-mère parce qu'il a appartenu à ma grand-mère. Il y a des apéritifs, des liqueurs, de l'autre côté, il y a des plats, des assiettes. Là il n'y pas de vin." (homme, 50 ans)

Le bar renferme les apéritifs et les digestifs mais le vin est exclu. Ce meuble peut-être **entièrement fermé** avec des battants en bois plein : **les alcools sont ainsi dissimulés à la vue.** Dans d'autres cas, au contraire **l'alcool s'affiche et trône dans le salon, dans un "coin-bar"**, sorte de mini-comptoir bordé de chaises hautes qui imite ceux des cafés :

"Dans le salon il y a un meuble-bar et un coin-bar traditionnel. Le coin bar, on s'en sert de temps en temps, mais pas autant que c'était prévu à l'origine." (homme, 38 ans)

Si dans la pratique le coin-bar n'a pas le succès escompté, dans les représentations de certaines personnes, il apparaît comme un lieu agréable à voir et à "fréquenter" :

"L'idée d'un vrai bar est attirante, où toutes les bouteilles sont apparentes pour choisir sans que ça fasse étalage, c'est sympathique de pouvoir voir une bouteille, c'est convivial, c'est évocateur." (femme, 37 ans)

Le coin-bar est à l'opposé de la cave. Alors que la cave est difficile d'accès pour les étrangers au foyer, et qu'elle cache son contenu, le coin-bar a pour fonction au contraire de **montrer les alcools, de les mettre en valeur.**

Le bar, ou le coin-bar contiennent les boissons de l'après ou de l'avant repas : les apéritifs et les digestifs.

Autant la cave est éloquente sur la façon dont le couple, la famille, a "résisté" au temps, le traverse, autant le bar révèle la consistance du réseau social et familial de ses propriétaires :

"De la vodka, a priori, c'est pour mon fils aîné. Du porto c'est pour ma femme et pour les melons en été. Le Jerez, on n'aime pas trop... Ça c'est les cadeaux... Le whisky, ça c'est du Chivas, c'est quand j'invite quelqu'un à l'apéro. Et il y a des trucs que ma mère fait : du cassis. Ça c'est du madère, c'est pour les sauces. Ça c'est de l'armagnac, de temps en temps, après le café. Du rhum pour faire des trucs flambés. Des bananes flambées. Ça c'est du cognac, en digestif uniquement. Ça ce n'est pas bon, c'est de la myrte. Du genépi, de Haute Savoie. Du pastis 51. De la crème de mûre. Ma femme boit ça avec du vin blanc, c'est comme un kir. Là ça arrache tout c'est du 66°, ça vient de Yougoslavie. C'est du brandy. On le met dans des sauces. On ne le boit pas ce n'est pas bon. Il y a du guignolet, ma femme aime bien de temps en temps, du kirsch. Le rhum, il y a longtemps que ça a été entamé c'est pour les bananes flambées, c'est pour faire des sauces flambées. C'est du rhum de Carrefour, c'est ma femme qui l'achète. C'est le Carrefour de la Porte d'Auteuil, ou du Carrefour de Velizy. Dans ces bouteilles il y a les cadeaux des amis..." (homme, 50 ans)

Le bar est un révélateur de l'alcool comme **marqueur de sexe**, il contient ainsi des **vins cuits, des alcools doux pour les femmes**. Le bar parle également de **la continuité entre générations** : le meuble était à la **grand-mère**, le **"cassis"** (boisson de confection artisanale) est fait par la **belle-mère** et la **vodka** (alcool de nuit/alcool de jeunes) est pour le **fils**. Enfin aux deux extrêmes, on trouve encore le **whisky Chivas** pour les **invités** et le **rhum "Carrefour"**, **seul alcool acheté par la femme pour un usage culinaire...** Restent les **alcools-cadeaux** qui ont été rapportés à la famille après des **voyages à l'étranger...**

Le meuble-bar parle des consommateurs : de **leurs stratégies de mise en scène** (Chivas) à leur **rapport à la tradition** ("cassis"), **c'est l'histoire et l'identité de la famille qui se dessine à travers les différentes bouteilles.**

Le bar n'exclut ni n'implique la présence d'une cave, de même qu'il n'exclut pas l'existence d'autres zones de rangement au sein de l'espace domestique :

"Dans la cuisine, il y a la bouteille de vin rouge, le Ricard, c'est ce qu'on consomme le plus souvent. Le pastis est souvent dans le frigo : c'est ma copine qui le met là. Il faut le boire frais de toutes façons. Dans le salon c'est pour les grandes circonstances : on a un meuble-bar. Pour les invités, c'est les alcools du salon, si le choix n'est pas assez important, on va dans le stock." (homme, 38 ans)

"Dans la cuisine, il y a la bouteille de vin en cours." (femme, 46 ans)

La cuisine est réservée aux alcools quotidiens, ceux que l'on doit avoir "sous la main" comme le **vin rouge** et le **pastis**, cette dernière boisson étant au "frais". Cependant **le pastis ne "se cache pas"** dans la cuisine, car **il peut également se trouver dans le coin-bar, dans le salon, avec les alcools pour les invités :**

"Dans le coin bar il y a le pastis Ricard, il n'y a pas de sous-marque, il y a des alcools forts." (homme, 38 ans)

Le salon, lieu de "représentation sociale" n'admet pas ici les produits sans marques. Ces derniers en fait ne sont pas non plus dans la cuisine, ils sont avec les *stocks*, avec d'autres produits qu'on ne montre pas :

"Il y a un petit placard à l'entrée où sont rangés les whiskys, tous les alcools forts, le gin, les bourbons, les anisés. Dans l'entrée c'est un placard quelconque, il y a un peu d'alimentaire, des boîtes de conserves, des légumes, des pâtes, du sucre, des assaisonnements, une réserve de gâteaux que l'on offre en apéritif. Dans la partie inférieure du placard, il y a des produits pour les animaux : on a un fox-terrier. Dans le placard de l'entrée, il y a le Mic, le Panis." (homme, 38 ans)

Le pastis "démarqué" (que l'on consomme dans les conditions que nous verrons plus loin), loge ainsi dans un espace intermédiaire, le *placard-stock*, **endroit intime de la famille où il n'y a pas de mise en scène sociale.**

D'autres personnes qui prennent du **pastis démarqué**, le rangent également dans un **placard de l'entrée avec les alcools culinaires** :

"On a un grand meuble dans l'entrée, un vaisselier, dans le haut on met la vaisselle des jours de fête, c'est pas la vaisselle de tous les jours. Dessous, il y a pas mal de bouteilles, c'est très profond, il y a plus d'une trentaine de bouteilles. Il y a même les alcools culinaires. Il y a du grand marnier pour la pâtisserie, du rhum, du rhum blanc, du kirsch, du cognac culinaire... Le pastis est toujours dans l'entrée, c'est très proche." (femme, 46 ans)

Tout se passe comme si le pastis de marque pouvait s'afficher avec les autres alcools du salon alors que le **pastis démarqué** devait rester en **retrait** : même s'il est *très proche*, **très accessible** aux membres du foyer, il n'est pas présent dans la pièce où l'on reçoit les invités.

Si certains alcools se cachent comme le vin -qui en fait est "protégé", ou certains alcools "usuels" que l'on n'affiche pas, comme le pastis démarqué, **l'alcool de l'apéritif ou du digestif est en revanche un alcool que l'on expose**, que l'on **offre en premier lieu au regard des invités**, car le bar, c'est pour "soi" mais surtout pour les "étrangers" :

"L'alcool je vois plus ça au salon, c'est le côté convivial. La cuisine c'est uniquement pour ce qui va au réfrigérateur : le coca, les jus de fruit... Quand c'est caché dans un coin, ça a un côté radin, je veux pouvoir ouvrir le bar et que tout le monde voit." (femme, 37 ans)

En fait, contrairement au vin, les spiritueux et digestifs se trouvent de préférence dans le salon, car le **"voir" et le "boire" doivent ici se confondre** :

"Ils sont rangés dans un placard, je n'ai pas beaucoup le choix. On a deux pièces, c'est toujours dans la pièce qu'on boit, l'autre pièce c'est la chambre. Si j'avais le choix, ce serait dans le salon. Ni dans la cuisine, ni dans la salle à manger, ça serait rangé dans le lieu même de la consommation." (femme, 32 ans)

Si l'alcool n'est pas rangé dans le salon, **l'invitant respectant cette règle implicite du voir et du boire sortira toutes ses bouteilles** pour que les invités puissent **les voir toutes** :

"Les bouteilles sont au frais dans le cellier. Je vais chercher toutes mes bouteilles et je mets tout sur la table basse. Si il y a plusieurs whiskys, je sors toutes les bouteilles." (homme, 37 ans)

Si l'invité d'un repas n'a pas à choisir le vin, qui sera d'ailleurs consommé par tous les convives, les alcools de l'apéritif ou du digestif doivent au contraire permettre à l'invité de choisir, de marquer sa préférence. **Le vin implique ainsi un partage intense comme s'il renforçait la communion du repas**, alors que **les autres alcools** laissent davantage de

place à un certain "individualisme". C'est ainsi parce que l'on peut choisir qu'il faut d'abord "voir".

Le bar révèle ainsi l'importance des autres temps de consommation de l'alcool, il s'agit du temps de l'après-repas, des digestifs que nous ne traiterons pas ici, de l'apéritif et des autres "pauses-alcool".

B. L'APERITIF, L'AUTRE TEMPS DU BOIRE

Les ménages stabilisés développent le temps du repas et en font également un temps de réception, les soirées, et notamment, les sorties nocturnes, se raréfient, changent de nature :

"On sort moins, pour tout ce qui est des boîtes, les surboums ça a diminué, maintenant, c'est plus culturel, c'est plus réduit, c'est plus intime. Il y a moins de personnes, c'est beaucoup chez soi ou chez les autres... Avant (avant la naissance de l'enfant), il y avait beaucoup de sorties sur Paris, on avait des quartiers spécifiques où on avait l'habitude d'aller, vers l'Hôtel de ville où le quartier latin..." (homme, 38 ans)

Si les sorties en groupe réduit l'emportent désormais sur les sorties avec le groupe de pairs, avec la "bande" d'amis, il reste des temps de consommation pour les alcools autres que le vin, comme l'apéritif.

1. L'apéritif à la maison, entre soi

Selon les ménages, l'apéritif peut être présent très régulièrement ou occasionnellement. Ainsi, il peut être occasionnel pendant la semaine et habituel le week-end :

"Quand il y a quelque chose à fêter, quand on est tous de bonne humeur, ou très fatigués. Ça peut-être trois fois par semaine ou pas du tout pendant deux semaines. Le week-end c'est tout le temps : à midi et le soir. " (femme, 46 ans)

La peur de l'accoutumance fait que certains préfèrent n'avoir aucune régularité en la matière :

"En semaine, c'est variable, ça peut dépendre des événements. Mais c'est pas trop régulier. Ce qui fait le charme c'est l'irrégularité, sinon, c'est une dépendance, une drogue... Sinon, je peux en boire tous les soirs, et ne plus en boire pendant un mois. Parfois, ça fait de l'effet et le corps a besoin de s'assainir. En effet, c'est comme un carême appliqué à l'alcool : c'est le jeûn alcoolique... L'apéritif du soir c'est à la maison ou au bureau le plus souvent, mais c'est pas un lieu de prédilection." (homme, 39 ans)

De fait, **l'intérêt de l'apéritif c'est qu'il ne constitue pas un passage obligé** ou nécessaire comme le repas par exemple, mais qu'il symbolise au contraire **la rupture et la détente** :

"Quand on est deux et qu'on a envie de se détendre dans l'intimité. Ou quand on reçoit des amis. Avec les amis c'est informel, ils téléphonent, ou simplement on a envie de les voir." (femme, 37 ans)

Parfois **ce temps informel de l'apéritif s'étend aux amis**, qui peuvent se joindre au ménage pour partager ce temps d'alcool et de repos.

Si **l'apéritif à la maison est une sorte de compensation, de libération par rapport au quotidien**, l'apéritif au travail est un rituel qui en revanche peut parfois être pesant...

2. L'apéritif sur les lieux de travail

L'apéritif au travail ce peut être une **sorte de "rituel d'adieu" avant de regagner le foyer**, c'est un temps de rupture, pas forcément long partagé entre collègues :

"A midi, je prends l'apéritif plutôt au bureau, pas au restaurant. C'est interdit, mais il y a une tolérance pour l'alcool... L'apéritif au bureau, c'est une fois que le travail est terminé en principe, on sort les bouteilles, moi ou d'autres personnes, ça dépend des tâches de chacun. Elles sont dans une pièce, dans une cuisine où il y a différentes machines : il y a un frigidaire, une cuisinière, un point d'eau...L'apéritif peut durer un quart d'heure ou une heure. On mange très rarement. (Combien de personnes participent à l'apéritif ?) ça va de trois, quatre personnes à dix, douze personnes. C'est à peu près toujours les mêmes personnes." (homme, 39 ans)

Mais **l'apéritif** peut aussi être une occasion pour créer une **dépendance par rapport à l'alcool** :

"Je vois dans les bureaux où travaille mon mari, le nombre d'apéritifs qu'ils se prennent, c'est un nid d'alcool. Il n'est pas une journée où il n'y ait pas deux apéritifs. Au départ c'est convivial, c'est pour aller vers l'autre. Passé ce stade-là, c'est une dépendance. Le collègue de mon mari picole dès 11 h du matin. Il y a eu des personnes virées parce qu'elles ne tenaient pas le coup." (femme, 46 ans)

L'apéritif au travail accompagne ainsi parfois des phénomènes d'alcoolisme qui peuvent avoir de sérieuses conséquences sur l'activité professionnelle :

"On sort sur le coup de midi. Il (un collègue de travail) se prive de manger le midi pour boire, il peut prendre dix verres. Au travail, il y en a qui ont été mutés en

Province, poussés par l'alcool. Rien ne les effraie, ils répliquent facilement au chef de centre." (homme, 38 ans)

Toutes les personnes rencontrées ne consomment pas d'apéritif lié à leur vie professionnelle.

En revanche, **le point commun entre l'apéritif à la maison et l'apéritif sur les lieux de travail c'est que dans les deux cas, le pastis est présent** alors qu'il l'est beaucoup moins au restaurant ou même au café où la plupart de nos interlocuteurs n'ont pas l'habitude de le consommer (sauf s'il s'agit d'un temps de pause dans les heures de travail). **Le pastis est ainsi une boisson de l'"entre soi"** : en famille, entre amis ou entre collègues, **il s'affiche difficilement hors d'un certain "cocon social"**.

III. LE PASTIS

Le pastis pour les "ménages stabilisés" fait partie du temps de l'apéritif, mais l'apéritif peut se conjuguer différemment selon **les occasions**. De même que **le choix du pastis** varie selon les individus, **il varie également dans le temps, selon les "histoires de vie"**.

A. LES OCCASIONS DU PASTIS

1. Le pastis : l'été comme saison privilégiée

Spontanément, nos interlocuteurs nous ont parlé de leur consommation estivale de pastis. Même s'ils en consomment à la maison ou sur les lieux de travail pendant l'hiver, **le pastis a encore plus d'attrait en été.**

En premier lieu l'été et les vacances permettent de retrouver des formes de **convivialité en "grand groupe"** :

"Le pastis c'est tous les jours l'été. Il revient en force jusqu'à la fin septembre, après c'est à la demande de chacun. L'été on prend son temps. Je suis en vacances pendant deux mois. En juin, je suis ici et le pastis est déjà là le week-end, le soir."
(femme, 46 ans)

Le pastis va de soi en été, mais il faut le demander en hiver. Les vacances, l'été sont également un **temps privilégié pour une convivialité informelle où le repas perd de son rituel** et où l'avant-repas peut ressembler à un self-service de l'apéritif :

"A Perpignan en été, on peut commencer l'apéritif à 11h30, sachant qu'il y aura un barbecue, j'ai eu des amis qui demandaient du pastis à midi. Pour l'apéritif on sort le Ricard, l'anisette, le pastis... On est une vingtaine. L'apéritif c'est pas très rigide, il y a un service au départ, en demandant qui veut quoi, et on repropose un verre. Le pastis revient plus facilement qu'une autre boisson, c'est quelque chose qui se noie." (femme, 46 ans)

En fait, tout se passe comme si pour certains, **le pastis** bien qu'étant un **alcool fort** était **perçu comme un "alcool froid"** et que **l'hiver était plus propice à un "alcool fort/chaud"**, notamment le **whisky** :

"La boisson préférée de mon ami c'est le whisky pur malt, le banyuls et le pastis en été et le daiquiri.." (femme, 37 ans)

"Maintenant, je bois du pastis en hiver, mais plus de whisky quand même."
(homme, 40 ans)

Le pastis peut côtoyer ainsi en été, **des boissons "exotiques"**, mélanges et cocktails hérités de la jeunesse :

"Mes boissons préférées c'est le punch coco, un bon vin cuit, type Pineau des Charentes, un bon champagne, le pastis en été et un bon pur malt en hiver."
(femme, 37 ans)

En matière de whisky on soulignera que les personnes interviewées qui en consomment ont une nette préférence pour les **"purs malt"** et pour les marques de types "Glennfiddish".

2. Le pastis : des occasions de consommation entre soi... ou seul

Les ménages "adultes" qui consomment du pastis en **consomment surtout en famille** ou avec des **amis** dans des **contextes relativement "privés"** :

"Avec des amis quand on sort, avant ou après le ciné, quand on dîne à l'extérieur, chez d'autres amis. Il y a d'autres loisirs, un méchoui, un pique-nique, la pêche. En été par exemple, on aime bien emmener un peu de pastis au bord de l'eau au dessus de Meaux, en pleine nature. Sinon on prend des choses non alcoolisées, du café..."
(homme, 37 ans)

Le pastis n'est pas l'apéritif qu'on prend volontiers au restaurant ou lors d'un repas très formel. Cette boisson au contraire **précède des repas "décontractés"** qui se prennent **entre amis**, chez eux, mais aussi en plein air. **Comme si il fallait d'abord se connaître pour boire du pastis ensemble...**

Lorsque le cercle familial se déstabilise et que le couple se sépare, cela n'augmente pas la pratique du pastis au café, **simplement, cette pratique devient plus solitaire** :

"Je le prends en apéritif mais pas dans les cafés, c'est à la maison ou chez des amis. C'est le soir en semaine ou le week-end. Avant, je buvais du pastis avec des amis qui buvaient du pastis, ou avec la famille, les beaux-parents. Depuis deux ou trois ans (après le divorce) je bois du pastis seul." (homme, 40 ans)

Très peu de personnes ont déclaré **boire du pastis alors qu'elles étaient physiquement seules**. La **culpabilité** liée à la consommation d'alcool rend cette pratique difficile ou du moins les individus en parlent difficilement. En revanche **dès que la quantité d'eau a neutralisé l'alcool**, la **consommation en solitaire peut plus aisément s'affirmer** :

"En semaine, je vais en prendre mais sans un goût d'alcool : c'est sucré, c'est une transition entre le jus de fruit et l'apéritif. Pour moi c'est simple et sympa. C'est de l'eau des glaçons et puis du pastis". (femme, 46 ans)

Le pastis transformé en "sirop" n'a plus besoin de la **"protection du groupe"** pour être consommé, **surtout s'il s'agit d'une femme**.

A l'âge adulte, comme pendant l'adolescence et la jeunesse, **le pastis n'est pas une boisson de la nuit** :

"En boîte on ne commande pas de pastis, ça ne me se semble pas l'endroit approprié. Pour moi c'est l'idée de frais, dans cette chaleur il me semblerait un peu gâté, et c'est l'idée de grand air aussi, donc la boîte enfumée, ce n'est pas vraiment l'endroit." (femme, 37 ans)

Le pastis ne convient pas à la nuit et il ne convient pas vraiment au "dehors" non plus, ce n'est pas une boisson de "sortie". Or, si le pastis est davantage une boisson de "l'entre soi" que l'on consomme chez soi ou chez la famille, les amis, dans des temps de rupture, de détente, organisés de façon plutôt informelle, cela ne signifie pas que ce produit ne fait l'objet d'aucune mise en scène. Ainsi, même consommé avec un cercle "d'intimes" le pastis s'inscrit dans un jeu social, un jeu où la marque à une grande importance.

B. LE PASTIS DEMARQUE

1. Les avantages de l'"autre pastis"

a. Le doute sur la qualité du pastis démarqué

Certaines des personnes rencontrées qui sont aujourd'hui des consommateurs de pastis démarqué déclarent avoir eu **des réticences lorsque ces produits sont apparus** :

"Je n'ai pas découvert ça il y a très longtemps. Ça ne me donnait pas confiance... Je me demandais ce que l'on mettait dedans. Le Ricard, c'est un pastis vieux, il y a un secret de fabrication... Et il y a eu des histoires de pastis frelaté dans le midi, ça existe même si je ne l'ai jamais vu." (femme, 46 ans)

L'incertitude et aussi une certaine **angoisse** ont pu accueillir l'arrivée du **pastis démarqué**, le consommateur devant faire face au **paradoxe de l'"Honnivore"**⁶. En effet, **attiré par la nouveauté**, le consommateur est en même temps **inquiet face au risque possible d'ingurgiter une mauvaise boisson**, un produit dangereux.

Pourtant lorsque la curiosité l'emporte sur les réticences et la prudence, **ce premier doute se mue en un doute de toute autre nature : les produits de marques sont-ils vraiment différents ?**

b. Marque et non-marque : pas de différence de qualité

Pour les consommateurs de pastis démarqué il y a **peu voire pas de différence de goût entre un tel produit et un pastis de marque** :

"Le pastis c'est pastis 5l ou Ricard, je n'ai pas de préférence, c'est indifférent. J'ai essayé la marque Carrefour, je n'ai pas vu la différence. On trouve des marques distributeurs qui sont bons et qu'on paie moins cher. Au niveau du goût, je ne

⁶ Fischler, C., *L'Honnivore*, Paris, Ed. Odile Jacob

saurais pas dire la différence entre pastis 51, Ricard et le pastis Carrefour. Peut-être la couleur, et encore je ne sais pas trop. Il y en a peut-être une mais je ne sais pas. Le pastis Carrefour, ça m'évoque pas plus qu'un autre, c'est toujours le pastis, ce n'est pas plus négatif qu'une autre marque." (homme, 37 ans)

Quel que soit son nom, **le goût et la qualité du pastis ne varient pas selon certaines personnes**. Qui plus est, les images associées à tel ou tel pastis ne sont pas davantage discriminantes car **le produit a une image qui peut "dépasser" l'image de chaque marque** et ainsi **noyer leurs spécificités**.

En réalité, comme les produits démarqués n'ont pas d'identité repérable facilement, il faut les connaître, les reconnaître, les avoir testé pour les préférer systématiquement à un produit de marque. Ainsi, **acheter du pastis "démarqué", ce n'est pas acheter n'importe quel pastis, c'est acheter un "autre" pastis, minimalement repéré :**

"Je ne suis pas vraiment marque... Le Ricard, c'est une marque... Si j'ai le choix, je prendrais le moins cher, je suis convaincue que c'est la même chose : j'ai goûté, j'en ai, j'en ai fait la preuve. La différence de prix éventuellement et s'il y a moins d'alcool. Le fait qu'il y ait moins d'alcool c'est pas une différence qui fait une différence pour moi. Il y a des sous-marques qui sont aussi bonnes et moins chères. Pour l'alcool, entre 0 et 10 francs de différence, je prends la marque, c'est pas la peine à 5 francs près de faire une expérience. Mais si je la connais, je prendrais la sous-marque." (femme, 45 ans)

Il y a les sous-marques que l'on connaît et qui "jouent" au même niveau que les marques, et que l'on choisira, étant donné que le goût seul ne permet pas de faire la différence ; et **celles que l'on ne connaît pas et qui pourraient amener le consommateur à faire une expérience, à prendre un risque**.

On peut penser que le consommateur qui achète une sous-marque s'inscrit dans un **double processus : infidélité à une marque et abandon**, et en même temps **construction d'une nouvelle fidélité par rapport à une ou plusieurs sous-marques qui ont été repérées**.

En fait pour se sentir en **"confiance"**, il faut connaître. Seule la méconnaissance amène les gens à des différenciations entre produits qui sont erronées :

"C'est comme les relations avec une voiture, avec une voiture en qui on a confiance comme les Volvo. Le Mic, ce serait comme certaines voitures : on ne se sent pas en sécurité dans une voiture étrangère, une espagnole, une SEAT, comme dans une Renault : elles sont pourtant assez fiables mais méconnues." (homme, 38 ans)

Ces consommateurs de pastis démarqué ne vivent donc pas en permanence dans l'incertitude ou l'inquiétude vis-à-vis de ce produit : dès qu'ils en ont repéré un ou plusieurs, qu'ils l'ont "essayé" et qu'ils l'ont apprécié, ils sont conquis.

c. Les grandes marques derrière les sous-marques : la rumeur qui rassure

Cependant, il n'y a pas que la "preuve du goût", que la familiarisation avec un nom pour rassurer les gens et **emporter finalement leur adhésion**. Il y a aussi la "force de la rumeur". Or la rumeur est plutôt flatteuse pour les produits démarqués puisqu'elle laisse entendre que **ce sont les grands fabricants qui les produisent** :

"Depuis que les produits libres ont fait un grand boum, on sait qu'il y a des grandes marques derrière, et je suis plus rassurée." (femme, 46 ans)

Le fait que ces produits ne cessent de **se développer avec succès** soutient **cette rumeur** qui, par ailleurs, est alimentée par **certains médias** :

"Depuis que j'ai vu l'émission, je pense que c'est Ricard. Ils ont fabriqué des soi-disant groupes d'achat qui travaillent sur des sous-marques. Ils sont leurs propres concurrents, c'est normal qu'ils le fassent même si c'est un intermédiaire qui le fabrique. Je crois que c'est Pastis 51 qui n'est pas content, qui fait des procès... Ou c'est peut-être Ricard qui disait que ses parts de marché diminuaient." (femme, 45 ans)

Le consommateur s'informe et il finit par penser qu'en fait d'identité, les étiquettes ne masquent que la véritable provenance du produit, **comme si les grandes marques se cachaient derrière des "petits noms"** :

"S'il y a une marque derrière j'aimerais bien savoir laquelle. Ce sont des grandes marques et ils (Carrefour) mettent leur étiquette à eux. A mon avis c'est un emballage c'est tout, l'emballage est plus sobre. Enfin, les vins Carrefour, les étiquettes sont très biens aussi. Ce ne sont pas des produits premiers prix." (homme, 37 ans)

Le pastis démarqué serait donc identique au pastis de marque. On peut faire **l'hypothèse** qu'en **amont de ces rationalisations**, certains consommateurs **ont "envie" de croire à la similitude**, car celle-ci convient très bien à **leur porte-monnaie**.

d. Le rapport qualité-prix : le pastis démarqué imbattable

Les individus n'achètent pas forcément des produits distributeurs ou premiers prix parce qu'ils sont **dans une situation financièrement critique**. Ils peuvent en effet considérer **non pas qu'ils "deviennent pauvres"** mais que **les prix ne correspondent plus à la réalité des produits** :

"Il faut que je lise sur l'étiquette la même composition et le même degré. J'essaye de comprendre s'il y a la même composition. Je prends deux bouteilles : le 51 et un Fanny ou un Mic et je compare la composition, je compare les étiquettes. Les

étiquettes sont proches mais pas toujours, il y a des fois où il y a des étiquettes plus travaillées. En faisant ses courses on se fait arnaquer. Alors je prends mon temps pour regarder les prix. Il faut aller chercher les prix surtout depuis qu'on a mis en place les codes barres, j'ai l'impression de me faire avoir." (femme, 46 ans)

Le consommateur est "berné" à la fois par le fabricant qui présente des produits dont la composition ne se différencie pas de celle des sans marques, et **par le distributeur** qui ne donne pas une bonne visibilité aux prix. Dans ces conditions **le consommateur cherche une cohérence entre l'étiquette, les ingrédients et le prix.**

Après vérification, lorsque le consommateur trouve que **c'est "pareil", le prix le plus bas** reste le seul **"discriminant"** en lice :

"C'est très souvent en grande surface. Généralement c'est dans les Carrefour et les trucs comme ça. C'est une question de prix : quand c'est vraiment le même produit !" (femme, 46 ans)

La conclusion logique de la "vérification" est que lorsqu'il n'y a aucune différence entre deux produits il n'y a plus que les prix qui soient "spécifiques".

Cependant, même lorsque la différence de prix va du simple au double et que le goût est très semblable, **il n'est pas toujours facile pour le consommateur de renoncer à une belle étiquette, à une belle marque :**

"Le Ricard c'est 80 F, le Mic c'est 45. J'achète du Mic, c'est une boisson anisée. Sinon, je n'achète que du Ricard, ou que du 51, J'achète aussi du Casanis. Le goût du Mic est anisé, mais la bouteille n'est pas belle, l'étiquette est sobre. On n'a pas l'impression que c'est un produit de qualité. Si le Mic coûtait 90 francs je ne l'achèterais pas. Mais ces achats je ne les fais pas : c'est ma femme qui les fait. une fois par semaine en grande surface. Sauf le whisky, c'est moi. Je change assez souvent de marque, je suis rarement déçu par le haut de gamme. Je change beaucoup entre ceux que je connais. Je change plus dans le whisky car il y a plus de choix. La première fois qu'on en a acheté c'était il y a trois ans. J'ai été surpris au niveau de la bouteille de pastis qui inspire moins confiance. Ça a un côté moins prestigieux, j'avais une appréhension, une réticence. Mais le produit qui est à l'intérieur ne m'a pas déçu. Le produit lui-même est bon." (homme, 38 ans)

Si certains prennent plaisir à "calculer" les avantages des sous-marques, d'autres doivent se **"forcer"** un peu plus et leur attitude relève davantage de la "concession" que d'un "élan" envers ces produits.

e. Les périodes de "crise" : les produits démarqués pour mieux gérer des ressources en diminution

Les personnes rencontrées connaissent parfois des difficultés financières passagères et dans ce cas, **les produits démarqués jouent un rôle de "roue de secours"** :

"Le pastis, hormis le 51 et le Ricard qui sont les marques-clefs du rayon.... Sinon, des fois c'est Carrefour. Il faut que l'étiquette ressemble plus à du 51. Le Casanis c'est un peu différent. C'est différent par rapport au Ricard. La Casanis ça se rapprocherait de l'orgeat, c'est plutôt doux. Je préfère le Casanis, mais je consomme du 51 par habitude. Ça dépend des finances... Si je n'ai pas de problème d'argent, je prendrais les meilleures marques. La différence n'est pas énorme entre les petits noms. Je ne descends pas jusqu'au premiers prix." (homme, 25 ans)

Soulignons que **le recours aux "petits noms" du pastis n'est pas vécu comme une immense perte de qualité** : la marque reste privilégiée mais certains produits démarqués sont de **"bons remplaçants"**. Cependant, tous ne se valent pas et les premiers prix peuvent ainsi constituer un plancher à éviter.

En fait, les consommateurs qui achètent des sous-marques pour des raisons de gêne financière expriment **le besoin de se fixer un seuil à ne pas dépasser, une marge au-delà de laquelle ils connaîtront réellement la précarité**. Pour certains, il s'agit des premiers prix, pour d'autres il s'agit du degré d'alcool :

"Du Primanis, j'en achète souvent en province. Quand je suis à Orléans, j'achète du Ricard, c'est une raison de prix : il y a 20 à 25 % d'écart. Le Primanis c'est 60 F, le Ricard c'est 80 F. (Pourquoi achetez-vous du Primanis ?) pour des raisons budgétaire... Depuis que je suis divorcé les mois sont plus difficiles. Quand on vivait à deux, on achetait des marques. C'est une question de prix. Je ne descendrais pas en dessous de la barre de degré d'alcool." (homme, 40 ans)

La gêne financière peut ne pas être passagère (période de chômage) mais être due au contraire à une **déstabilisation** dans l'existence de l'individu, comme le **divorce** qui divise par deux les revenus du foyer et le train de vie des individus. Ainsi, la **"décomposition du ménage"**, en amenuisant les possibilités financières de chacun est un **facteur de modification des pratiques d'achat**.

2. L'image de l'"autre pastis"

Si le pastis démarqué n'est pas toujours facile à acheter, on peut se demander s'il est facile à présenter à des amis, et si ceux-ci réagissent bien lorsqu'on leur propose du pastis "démarqué".

a. Les amis qui réagissent "mal"

Lorsque l'on présente du pastis démarqué à des invités, ceux-ci font parfois des remarques plus ou moins désagréables qui, d'une certaine façon, **remettent en cause certaines valeurs** de "l'invitant" :

"Une fois, j'ai servi du pastis démarqué à des amis, et ils ont fait une remarque, ils m'ont dit en rigolant : "t'as plus les moyens ?", moi je leur avais dit que j'avais découvert un truc super sympa. Ces amis-là ils ont à peine plus les moyens que nous. Mais c'est plus rigide : il faut qu'il y ait des marques sans arrêt : il faut se faire voir. Le mari est directeur de banque et elle est prof de maths, ils aiment bien rire. Mais ils ont plaisir à avoir de très belles choses : ils ont une montre Cartier... Eux, c'est vraiment tout marque... Ce monsieur est directeur de banque et il rencontre des gens très très friqués. ("t'as pas les moyens?" qu'est-ce que cela signifie ?) Ça veut dire que ce n'est pas assez chics. Mais ça ne me fait ni chaud, ni froid, moi j'ai réagi en leur disant "même pour le pastis, il vous faut une marque ?". La dernière fois où ils sont venus, j'ai transvasé la bouteille de pastis démarqué, je prends le plus cher dans la gamme, je ne prends pas celui qui est à 40 F mais celui qui est à 60 F, dans la bouteille de Ricard, ils ne s'en sont pas aperçus. La prochaine fois, j'ai envie de faire un truc, mettre du Ricard dans une bouteille de démarqué... C'est tellement ridicule, on devrait être plus simples. Le directeur de banque, l'origine sociale c'est du style prof, c'est un cran au-dessus de nous mais sans plus." (femme, 46 ans)

Nous sommes ici face à **deux discours antagonistes**. D'un côté, celui de **l'invitant** qui en faisant référence de façon ironique au pouvoir d'achat mais également au statut social de l'invité **souligne le peu de prestige ou de valeur sociale du pastis démarqué**, de l'autre côté, celui de **l'invité qui ne considère pas que le pastis soit un produit qui mérite une mise en scène particulière**.

Il y aurait ainsi **les tenants d'une certaine "classe"**, une certaine authenticité et **les tenants de la "simplicité"**. Entre les deux il y a une sorte de **"petite guerre"** dont l'enjeu n'est pas le goût du produit, ou sa qualité, mais **la position sociale des uns et des autres**. La première "bataille" a été gagnée par l'invité qui a fait la remarque, la deuxième à été gagnée par l'invitant qui a mis du "faux Ricard" dans une bouteille de "vrai", affirmant ainsi que **"l'étiquette ne fait pas la qualité"** et qu'il ne faut pas se prendre pour ce que l'on n'est pas...

b. Les amis qui pourraient "mal réagir"

Si les acheteurs de pastis démarqué sont parfois surpris des réactions peu encourageantes de leurs invités, dans d'autres cas, **ils anticipent cette réaction négative**, en fonction de ce **qu'ils estiment être la position sociale de ces personnes** :

"(Présenter du pastis démarqué à la belle-famille ?) Je serais coincée par rapport à ma belle-famille : eux qui connaissent les vins ! On ne les connaît toujours pas, on ne les a jamais rencontrés, ils sont à un autre niveau que nous, ils ont d'autres principes. Je serais gênée avec eux. Moi, je ne renie pas mon milieu complètement ouvrier. Il y a peut-être des choses qu'on ne connaît pas. Je ne voudrais pas décevoir mon fils, mais je ne jouerais pas à être ce que je ne suis pas. Je n'aimerais pas les déranger... Ils seraient peut-être tout aussi gênés que nous de pas être aussi cools que nous.... Je ferais sans me forcer..." (femme, 46 ans)

Tout ce passe **comme si le pastis démarqué n'était pas "assez bien" pour certaines personnes** dont la **condition sociale est plus élevée** et qui auraient par ailleurs un palais plus raffiné. Cette interlocutrice présente ainsi le milieu ouvrier dont elle est issue comme un **environnement "cool" c'est-à-dire simple, sans manières, où l'on ne se gêne pas parce que l'on est entre soi**. Les gens de ce milieu, héritiers d'une certaine **"culture du pauvre"**⁷ peuvent se permettre de faire certaines choses entre eux qui pourraient en revanche mettre mal à l'aise les gens plus "bourgeois", qui pourraient les choquer. Ainsi, un produit comme **le pastis démarqué** renvoie aux **différences sociales** et à la **difficulté de garder les mêmes codes de comportement, de consommation d'un milieu à l'autre**.

D'autres personnes ne présenteraient **pas de pastis démarqué** à certains de leurs invités car ils craignent que ceux-ci ne se **méfient du contenu de la bouteille** :

"Mes amis c'est surtout du Casanis, peut-être, ou surtout du Ricard et du 51. Avec eux, je ne sors jamais une bouteille de Mic. Ça n'inspire pas confiance, même au niveau des invités. On peut servir du démarqué si c'est très proche de votre entourage. Sur une vingtaine d'amis, il y a sept personnes à qui je servais de la marque par référence ou par habitude." (homme, 38 ans)

Le pastis est une boisson de "l'entre soi", et le pastis démarqué resserre encore davantage le cercle des intimes. On ne présente pas ce produit à des étrangers ni à des amis qui ne seraient pas "intimes". De plus, on ne doit pas forcer un habitué des marques : l'invitant doit s'adapter aux exigences des invités.

c. Les amis qui "réagissent bien"

Le pastis démarqué va de soi dans certains environnement : en banlieue, selon certains, il est normal de le connaître et de le consommer, à moins de ne pas être "du coin" :

⁷ Hoggart, R. *La Culture du Pauvre*, éd. de Minuit, Paris.

"Il n'y a pas de réflexion (quand on présente un pastis Carrefour aux invités). Il y a peut-être des gens qui sont étonnés, parce qu'ils ne savaient pas que Carrefour faisait du pastis, ce sont des gens qui habitent Paris. En banlieue on le sait, c'est pareil pour Continent ou Mammouth." (homme, 37 ans)

Le choix du pastis évoque ici une possibilité d'approvisionnement mais il ne renvoie à aucun imaginaire sur le jeu social. Le pastis démarqué fait partie du paysage et son existence ou sa consommation ne posent pas question.

D'autres interviewés ne considèrent pas que le pastis "va de soi", mais ils repèrent en revanche le **pastis comme un produit courant, banal** qui a **toujours le même goût** et pour lequel **le choix se fait à partir du prix ou du degré d'alcool**, c'est un produit sur lequel on **s'investit peu** :

"Entre le pastis de marque et le pastis sans marque, il n'y a pas de différence de goût. Mes amis ne me font pas de remarque, ils n'ont pas de réactions. Chez mes amis, je bois aussi du distributeur ou du premier prix... Mais j'ai l'impression de boire plus de Ricard que du pastis sans marque. Mes amis, je ne suis pas sûr qu'ils fassent la différence de goût entre les deux. Je pense qu'ils ne remarquent pas la bouteille. Le pastis, c'est un produit banalisé... On fait plus attention à la bouteille de whisky qu'à la bouteille de pastis. Les gens qui boivent du Ricard tous les jours, sont capables de faire la différence, mais pour moi, ça n'a pas d'importance c'est surtout le goût d'anis qui compte. Je regarde le nom des marques, le titre d'alcool et le prix. Les bouteilles ont toutes le même look à peu près." (homme, 40 ans)

Il y a enfin les amis à qui on peut servir sans aucun problème du pastis démarqué car ils en achètent pour leur propre consommation :

"Dans nos amis, il y en a plus de la moitié à qui on sert du pastis démarqué. J'ai une amie qui m'a dit : "t'as raison : je vais essayer". Ou ils essayent ou ils le font déjà." (femme, 46 ans)

La découverte du pastis démarqué se fait ainsi grâce en partie au **réseau d'amis**. La "bonne nouvelle" circule ainsi d'un individu à l'autre et en fin de compte **une partie du groupe fini par être converti à cette nouvelle valeur de consommation**.

d. Les amis qui devraient bien réagir

Pour servir du pastis démarqué aux invités, il faut en quelque sorte avoir des points communs avec eux en matière de consommation. Ainsi entre gens qui ont des **valeurs de consommation similaires** on peut partager ce genre de produit :

"Dans le midi, je ne l'ai pas fait (servir du pastis démarqué). Mais je pense que ça ne poserait pas de problème : eux ils font la démarche de passer la frontière pour aller chercher des choses moins chères en Espagne : ils feraient la même chose que moi." (femme, 46 ans)

L'une de ces **valeurs de consommation** que l'on peut avoir en commun est de **"faire des économies"**, d'avoir des **stratégies pour acheter moins cher**. Entre gens qui "font attention" au prix, il y a moins de gêne pour présenter du pastis démarqué.

3. L'autre pastis ou le "pastis alternatif"

Les consommateurs de pastis ne se divisent cependant pas en deux camps antagonistes. **Entre les adeptes du "démarqué" et ceux de la marque, il existe une "troisième voie"**. En effet, il y a **des gens qui achètent à la fois du pastis de marque et du pastis démarqué**, mais qui ne consomment pas ces produits lors des mêmes occasions.

Ainsi, le pastis de marque est consommé à certains moments, associés à un plaisir particulier, de détente, alors que **le pastis démarqué est davantage "multifonctionnel"** : ses occasions de consommation sont plus souples et plus nombreuses :

"La bouteille de Mic je l'emmène souvent quand je me déplace, du côté de Lyon. J'y vais pour le travail. Je la garde pour la semaine ou pour quelques jours quand je suis en stage, j'en bois le soir principalement, c'est la détente plutôt. Dans la journée on n'a pas le temps. Le soir c'est dans une chambre d'hôtel ou un foyer-cabine. Je le bois sans glaçon, je le bois pur. Ça a un goût un peu plus chatoyant, plus personnalisé, ça a plus de volupté que le Ricard." (homme, 38 ans)

Le pastis démarqué peut ainsi devenir une sorte de **"compagnon" familier** durant les temps de travail. A la maison également, il peut accompagner certaines activités :

"Le Mic, je peux en boire l'après-midi quand je bricole, c'est un peu plus passe-partout. C'est une bouteille qu'on peut avoir à tout moment de la journée, ça agresse moins, je peux en boire plus que le Ricard. On s'accoutume davantage à quelque chose de plus doux. Quand je suis chez moi en province, ou à Paris en bricolant, c'est plutôt le Mic que le Ricard, le Ricard, ça peut-être pendant la lecture ou devant la télévision. Ces anisés un peu sous-marques c'est lié à des circonstances plus bruyantes : on est plus affairés. Le 51, le Ricard, c'est à des moments de détente de plaisir. Les autres c'est dans toutes les circonstances." (homme, 38 ans)

Le Ricard se déguste pendant des temps de "rupture" hors du travail ou du bricolage, alors que **le pastis démarqué se consomme en revanche pendant les temps de pause qui marquent une activité**. Par ailleurs, **le "Mic" n'est pas une boisson d'activités en groupe** : il est consommé à des moments où l'on "s'affaire" et surtout à des moments où l'on est seul, à des moments "d'intimité" maximale.

Le Ricard serait-il une boisson de "luxe" et le démarqué une boisson plus commune ? En réalité, **les images auxquelles sont associés les deux pastis** renvoient ici davantage à une **limite entre le public et le privé qu'à des notions de position sociale** :

"Le Ricard c'est assez agressif, mais c'est peut-être l'image de la tradition, de la rigueur, de l'autorité. Le Ricard c'est associé à une façon de parler assez vulgaire, un comportement assez rustre. Dans l'anis, l'aspect de la bouteille n'est pas très luxueux. L'image du Mic, c'est un personnage plus sympa, plus attachant, moins solitaire. Le démarqué c'est un tiers de ma consommation. Le Mic, ça agresse moins le palais, ça a la même teneur en alcool (que le Ricard). Le Ricard ça reste chez moi (ne l'emmène pas en stage) il est impensable de ne pas avoir de Ricard à la maison." (homme, 38 ans)

Tout se passe **comme si le Ricard** était une boisson associée au **sérieux**, à **l'authenticité** mais aussi à une certaine **virilité** et que la consommation de cette boisson **compensait** en quelque sorte la consommation du **"Mic"**, **plus doux, suave, attachant**, presque plus **"féminin"**, que l'on consomme lorsque on est **seul pour avoir une compagnie** plus que pour la **partager lors d'un moment de convivialité**.

Il y aurait ainsi le **"vrai" pastis** que l'on doit avoir chez soi et que l'on partage entre **amis**, et le **"faux pastis"** ou **"pastis alternatif"** destiné à une consommation complètement **privée**.

Dans **d'autres cas**, le consommateur peut également alterner sa consommation de pastis, non pas en termes d'occasions privées ou publiques, mais en **fonction de ce qui lui est proposé dans les commerces** :

"Pour le pastis ça dépend. Le problème des marques distributeurs c'est que les rayons ne sont pas alimentés, ça part vite. On se rabat alors sur Ricard ou 51. Mais à Carrefour, les rayons sont relativement bien alimentés en général." (homme, 37 ans)

Pour certains consommateurs **l'achat de pastis démarqué va de soi**, il devient en quelque sorte "naturel" et ce n'est que lorsque ce produit vient à manquer dans les magasins que **la marque devient une "roue de secours"**, fait figure d'exceptionnel. Dans ce cas c'est le pastis de marque qui devient le **"pastis alternatif"**.

C. MARQUES CONTRE "NON-MARQUES" : EMERGENCE D'UNE "CONTRE-CULTURE" COMME DISCOURS DE RATIONALISATION

1. Consommateurs de marque, consommateurs de non-marques : deux camps qui s'opposent

Lors de la **table ronde**, les participants ont été invités à faire le **portrait de deux personnages, l'un amateur de pastis de marque, l'autre amateur de pastis démarqué** qui se rencontrent. Les participants avait été divisés en deux groupes, chacun devant faire

un portrait. On notera que **les tenants du pastis démarqué ont fait le portrait du consommateur de démarqué et inversement pour les tenants de la marque.**

Ces deux portraits s'opposent et ont donné lieu lors de la table ronde à une sorte de "bataille" entre les deux groupes. Les interventions du groupe des "tenants de la marque" seront signalées par la lettre "**M**" et les défenseurs du pastis démarqué par la lettre "**D**".

a. Portrait du consommateur de pastis de marque

D :

- "- Il s'appelle Marius*
- Il est du crû (du Sud)*
- Il est monté à Paris en TGV*
- Il a 50 ans, il n'est pas très jeune*
- Il a l'âge de ceux qui ne veulent jamais revenir sur ce qu'ils pensent*
- Il a un marcel (maillot de corps)*
 - Il ne conçoit pas qu'on puisse acheter du pastis premier prix et sortir des grandes institutions*
 - Il a mis des chaussures de couleur avec un bout vernis. Il a un pantalon démodé, il a une cravate mal faite. Il a prit des chaussures grandes pour pas avoir mal aux pieds*
 - Il va aller à Pigalle, il en meurt d'envie depuis longtemps. Il est chauffeur de taxi / fonctionnaire / classe moyenne, il a un petit travail tranquille aux PTT*
 - C'est un gros naïf plein de bon sens."*

M :

- "- Il va à Pigalle, mais c'est pour voir, il regarde de loin, il n'entre pas, il y va pour le plaisir des yeux. Il se paye un peu de bon temps à Paris et il rentre dans le midi pour boire du vrai pastis*
- Vous le décrivez comme le beauf, le ringard ! Je ne pense pas qu'il y ait un problème de génération"*

Le consommateur **de pastis de marque** est ici présenté comme un **méridional, un provincial** d'un **certain âge**, qui est resté figé dans des **comportements très traditionnels, "typiques" mais dépassés**. Les tenants de la marque admettent en quelque sorte que Marius n'a rien d'un parisien et que finalement il retourne **chez lui** retrouver le **pastis authentique**.

Le portrait du consommateur de pastis démarqué se situe à l'opposé.

b. Portrait du consommateur de pastis démarqué

D :

- "- Il s'appelle Rémi*
- Il a 25/30 ans, il vient du Midi mais à migré à Paris pour raisons professionnelles*
- Sa femme est chef caissière à Leader Price*
- Il met son argent ailleurs (que dans le pastis de marque)*
- Il porte des vêtements Célio, Mexx, décontractés. Il fait du sport*
- Il veut aller de l'avant*
- La vie est beaucoup plus chère à Paris que dans le Midi, il comprend que son fils et sa bru fassent des restrictions et gèrent un budget*
- Le vieux doit comprendre que les temps ont changé*
- Il invite son père (Marius) et lui fait déguster un premier prix dans le magasin*
- Finalement le courant passe (il apprécie le démarqué)"*

M :

- "- Non : son pastis c'est son pastis, il lui dit : "t'es fada, c'est de la pisse d'âne !"*
- Ce n'est pas une question de génération mais de mentalité*

- *Le pastis c'est un produit pour lequel on a une grande fidélité, comme on est fidèle à une voiture*
- *Ils (le couple) redescendent chez eux, ils sont déracinés, ils veulent retourner à Perpignan. Même les jeunes sont attachés aux marques"*

Le consommateur de pastis démarqué s'oppose totalement à son père, qui est une sorte **"d'intégriste" du pastis**. **A l'inverse du personnage méridional, il est présenté comme un "jeune dynamique"**, qui doit faire **attention à ses dépenses**, mais qui n'est pas austère pour autant, sportif et décontracté, **il essaye de convaincre son père de consommer du pastis démarqué mais la fin de l'histoire diverge selon les groupes**.

Pour le groupe des consommateurs de démarqué, le père **finit par céder** et se rend aux raisons et au plaisir du "faux pastis". Au contraire, pour l'autre groupe, le père **reste sur ses positions** et le jeune couple lui-même fini par retourner dans le Sud.

c. Deux conceptions antagonistes du pastis

Il y aurait donc **deux genres de consommateurs**, qui s'opposent et finalement sont difficilement réconciliables.

Deux des participants de la table ronde ont exprimé cette opposition dans leurs interventions. Pour le premier **la marque est le signe de l'authenticité et de la qualité** :

"Il y a des brevets de fabrication, c'est une coutume qui se transmet de père en fils. Il y a un secret de fabrication du Ricard. Pour les touristes le pastis doit être allongé, pas tassé. Pour un connaisseur il y a une différence, mais à Paris on ne ferait pas la différence. Un connaisseur ne se trompera pas, mais cela peut tromper un parisien. Le pastis démarqué c'est pour les gens qui n'ont pas l'accent. Le pastis démarqué c'est un sous-goût, une sous-couleur, un sous-tout, c'est une espèce de plagiat. Ça n'a pas d'arrière-goût. Un pastis premier prix vous n'allez pas en reprendre un second." (homme, 50 ans)

Si le **goût** est ici **jugé comme un discriminant** entre les deux pastis, **la marque du pastis est également un support identitaire**, qui rappelle les racines géographiques et culturelles du pastis, qui **permet aux "gens du Sud" de se retrouver autour d'une pratique traditionnelle qui dépasse l'acte de boire**. On peut faire l'hypothèse que pour ces personnes, **la marque "rattache" le produit et le consommateur à un niveau qui touche l'identité** et qu'en même temps elle **"enchante" l'acte de boire** et lui donne une résonance particulière du fait des images qui lui sont associées.

Ceux qui **mettent en doute le lien** qui existe entre la marque du pastis et sa qualité mettent en quelque sorte en doute **la force du sentiment d'appartenance à une culture particulière**, ils mettent en doute **la réalité de cette culture en déclarant qu'un nom en vaut bien un autre**.

A l'inverse, **les consommateurs de pastis démarqué**, qui ne font pas de lien entre **leur position sociale ou leur identité "ethnique"** et le produit pastis, voient surtout en revanche **le rapport qualité-prix** :

"Il n'y a pas que Ricard, Ricard c'est un pastis. Les hard discounters me conviennent beaucoup. J'en ai marre de dépenser autant d'argent (à acheter des marques), je ne fréquente plus les gens qui ne boivent que de ça. Je n'aime pas le sectarisme. Moi je bois du Ricard et autre chose... Être bloqué sur un truc aussi populaire ! C'est populaire, populeux, ringard, franchouillard. Ça n'a pas de prestige, autant casser l'image. Il n'y a pas de 12 ans d'âge dans le pastis, on ne spécule pas sur le pastis. Autant en faire un premier prix. La bouteille à 85 francs va commencer à m'énerver. Il peut y avoir de bons produits libres. En quoi un melon de chez Fauchon est meilleur ?" (homme, 40 ans)

Les produits vendus sous un label prestigieux ne sont pas jugés meilleurs que les autres, en conséquence, le pastis qui a une image perçue comme étant **à l'opposé de toute notion de prestige** a encore **moins de raisons d'afficher un prix qui ne correspond pas à son "statut"**. Pour ces consommateurs, tout se passe comme si certains surestimaient la valeur et la position du pastis, alors qu'eux-mêmes ne voient aucune raison "d'enchanter" la consommation d'un produit qu'ils jugent banal.

2. Les produits démarqués dans la famille : gérer un budget, gérer une "différence"

Nous avons déjà vu que le fait de présenter un pastis démarqué à des invités n'était pas une affaire simple et qu'il fallait parfois prendre des précautions pour éviter des "remarques" désobligeantes ou des phénomènes de rejet. La question du **lien entre le produit et le positionnement social** est soulevée au sein de groupes d'amis, elle peut également l'être au sein même de la famille :

"Mon fils a trouvé que c'était bon. Mon fils est très loin de tout ça (les marques). Sa copine n'est pas comme ça mais ses frères sont très marques. Je détesterais avoir des gens comme ça chez moi. Je sens ma fille un peu basculer. Je ne veux pas que ça prenne une importance pareille. Qu'ils (mes enfants) ne viennent pas chez moi pour me dire "tu dois prendre des marques". Les marques c'est "m'as-tu-vu", c'est une espèce de drogue. Ça n'a pas d'autre valeur que ça. Ce n'est pas une question de budget : si on doit avoir la même chose pour moins cher. L'autre jour je suis allée à Franprix et je suis revenue avec 10 ou 15 produits leader price. Ma fille m'a dit : "tu vas te mettre à acheter des produits comme ça partout ?" Ça la gêne par rapport à ses petits copains qui sont dans le même lycée qu'elle (lycée privé). Elle m'a dit : "c'est moche" je lui ai demandé "c'est par rapport à quoi que c'est moche ?" Elle m'a dit : "Il n'y a que de ça dans la maison"... Je veux attendre pour savoir ce qu'elle a. Elle a une petite gêne par rapport à ses copains. Il y en a déjà certains qui ont fait des réflexions sur l'appartement. J'ai un 83 m² assez clair, meublé avec goût, la chambre de ma fille fait 20 m² et ils lui ont dit : "ta chambre est petite" ou "je te voyais dans un pavillon". Mon petit appartement de 83 m² ça donne de l'espace quand même ! Ma fille pense que ces produits ça va la dévaloriser. Moi, je

ne veux pas lui imposer si ça la dérange, je veux lui expliquer que c'est les mêmes marques mais dix fois plus cher. Je voudrais lui faire bien comprendre que ces marques n'ont pas d'importance, je veux lui dire : "est-ce que c'est vraiment important ?" Lui dire comment elle peut vivre sa différence, si elle a décidé de la vivre, elle peut la vivre bien. Par exemple pour les mouchoirs est-ce qu'elle se dit "je serais plus intéressante, plus belle si j'ai des marques ?". Je n'aimerais pas qu'elle devienne comme ça. Elle a 18 ans et elle fait une petite crise. Pour des choses importantes je dit mon mot." (femme, 46 ans)

Ici le choix de la marque ne pose pas le problème de la qualité des produits, mais celui du **positionnement social des consommateurs**. Que la sous-marque soit bonne ou mauvaise n'a pas vraiment d'importance pour l'adolescente, en revanche **le fait d'être "à la hauteur" du milieu social** qu'elle fréquente est remis en cause par la présence à la maison de produits démarqués qui pourraient être vus par ses camarades.

Ici tout se passe comme si la mère, **tenant compte des contraintes budgétaires**, et aussi **suffisamment "forte" pour défendre son image, son identité**, pouvait **"se permettre" de négliger les marques comme outil social**, considérant qu'elle a d'autres atouts. Alors que **la fille a peur de vivre le rejet ou l'exclusion, la mère entend vivre sa différence**.

Cette différence se cristallise dans le fait que la mère préfère **profiter des économies** qu'elle fait pour s'adonner à certains loisirs plutôt que **de céder à une certaine pression** qui pourrait la faire **pencher du côté des exigences de la mise en scène sociale** :

"Je fais de l'aquarelle depuis deux ans et je veux me mettre à l'huile. C'est 35 F le tout petit godet d'aquarelle. Je me suis installée dans la chambre de mon fils. J'ai souffert pendant des années de ne pas pouvoir faire ce que je veux. Les économies ça me permet d'en faire plus, depuis que je fais ça (achat de produits démarqués). Je fais un gros plein de 1000 F tous les 15 jours et c'est 100 ou 150 francs qui sautent d'économies." (femme, 46 ans)

L'achat de produits démarqués permet une plus grande souplesse au niveau des priorités d'investissement, mais il permet également une certaine souplesse au sein même des pratiques d'achats. **Ainsi le consommateur n'est pas forcément un adepte du "tout démarqué"**, il se laisse plutôt la possibilité de revenir à la marque si celle-ci lui convient mieux, **la possibilité d'alterner** :

"Je prends pas mal de produits libres. Les pâtes à tartes sont très bonnes. Et puis les trucs de base : la farine, quelque fois l'huile d'arachide ou de tournesol. L'huile d'olive est bien chez eux (chez Carrefour). Des pâtes, quand je fais des pâtes simples, je favorise les pâtes fraîches pour avoir le goût des pâtes, quand c'est pour accommoder je prends des produits libres. Je prends mes produits dans des promotions, avec les pâtes Barilla, il y a avait des magnifiques plats à four de 35 francs. Les conserves Carrefour je les achète en pot et que je peux voir à travers. Il faut que je vois. Je favorise le pot. Si ça me plaît à travers le pot j'achète. Ça m'est

arrivé d'acheter du Daucy et de trouver des queues de haricots dedans. J'achète des kleenex sans marques, mais je teste avant, je ne me suis pas forcée. Si je préfère Casino, je prends Casino. Les anciennes marques. C'est des valeurs sûres, et encore, je me dit... J'essaye de tout. J'ai envie d'essayer beaucoup de choses. et je peux revenir à une marque sûre." (femme, 46 ans)

De même, ce consommateur se laisse la possibilité d'acheter du **démarqué pour son usage propre**, et des **produits de marques pour des proches** qui seraient heurtés par **l'absence d'un nom connu et reconnu** :

"Pour la hi-fi, je fais très attention. Je veux acheter une chaîne pour ma fille. On va aller voir chez Darty. Il y a des marques qui ne paient pas de mine mais qui sont vantées par le vendeur. A Interdiscount, j'y suis allée pour acheter des cassettes, mais pas pour des appareils, je ne connais pas le service après-vente. On a vu une Sony pas mal. C'est vraiment très connu comme marque. C'est par rapport à ma fille. Moi, J'ai un magnétoscope AKAI. Pour moi, c'est moins connu. Je me suis laissée aller pour 1000 francs de moins. Je l'ai acheté place de La Madeleine, c'est un truc où ça vaut le coup, c'est des prix très alléchants."(femme, 46 ans)

On peut faire l'hypothèse que dans cette situation **la consommatrice doit choisir entre deux "plaisirs"**, le plaisir de l'adolescente qui veut avoir un produit de marque, un produit reconnu dans le jeu social, et le sien propre qui est de **"faire une économie"** de faire "une bonne affaire" ce qui équivaut presque à **"gagner de l'argent"**.

L'avantage des produits démarqués est ainsi de donner une souplesse budgétaire à des gens qui traversent une situation de crise et qui disposent de moins de ressources financières, mais aussi de permettre à des gens qui ont **des besoins de distinction sociale mais aussi d'enchantement de la réalité qui se positionnent ailleurs que sur les marques**, de profiter des économies qu'ils réalisent **pour investir d'autres domaines dans lesquels ils se réalisent davantage**.

Cependant, **il est difficile de se "passer" totalement des marques**. Même si certains individus privilégient le produit par rapport à la marque, leur entourage (amis, familles) ne les suit pas toujours.

3. La marque n'est pas un outil social pour tous

On peut faire l'hypothèse que certaines catégories de personnes n'ont jamais investi affectivement les marques (au moins pour certains produits) et que les marques n'ont jamais été un outil social de distinction. Pour ces personnes, la distinction et l'enchantement se situent ailleurs. Avant que les produits démarqués existent, elles achetaient les marques non pas pour elles-mêmes, mais parce qu'elles n'avaient en quelque sorte "pas le choix". Aujourd'hui, le fait qu'elles achètent des produits démarqués ne signifie pas un abandon de la marque, mais un choix qui correspond à la façon dont ces

personnes s'investissent dans les produits qu'elles achètent. Ceci ne signifie pas pour autant que leur comportement ne peut pas évoluer, et qu'elles n'investiront jamais une marque comme d'outil de distinction sociale ou d'enchantement du produit.