



HAL
open science

Construire une famille par la consommation : les Pères isolés face aux courses

Mohamad Chour

► **To cite this version:**

Mohamad Chour. Construire une famille par la consommation : les Pères isolés face aux courses. Economies et finances. Université du Droit et de la Santé - Lille II, 2017. Français. NNT : 2017LIL20016 . tel-01694056

HAL Id: tel-01694056

<https://theses.hal.science/tel-01694056>

Submitted on 26 Jan 2018

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

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

L'université n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les thèses : ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

Remerciements

Au terme de ce processus démarré quatre années auparavant, je souhaite remercier toutes les personnes qui ont contribué à l'aboutissement de ce travail qui fut une expérience intellectuelle et humaine passionnante.

Mes premiers remerciements sont réservés à ma directrice de recherche, le Professeur Marie-Hélène Fosse-Gomez. Votre analyse, vos conseils, vos recommandations et nos échanges, m'ont permis d'approfondir mes réflexions sur cette recherche et de la repenser. Ce travail n'aurait jamais abouti sans votre confiance, votre soutien et vos encouragements dans les moments d'épuisement. Je vous remercie pour votre disponibilité, votre générosité de tous les instants, et pour le partage de votre charnelle et profonde connaissance du sujet dont il est question dans cette thèse.

J'adresse également mon éternelle et sincère reconnaissance au Professeur Isabelle Collin-Lachaud pour la transmission de sa passion pour l'enseignement et de son sens de la recherche. Votre indéfectible soutien, vos conseils judicieux et votre accompagnement tout au long de ces années de thèse m'ont permis de franchir les différentes étapes de cette recherche. Votre présidence du jury de cette thèse m'honore.

Je remercie chaleureusement le Professeur Joël Brée ainsi que le Professeur Elisabeth Tissier-Desbordes pour l'honneur qu'ils me font d'être rapporteurs de ce travail. J'en suis très heureux et leur exprime ma sincère gratitude.

Je remercie également le Professeur Denis Darpy et le Professeur Philippe Odou de faire partie de mon jury de thèse. Leur présence m'honore et je leur en suis très reconnaissant.

Je tiens à remercier le Professeur Nil Özçaglar-Toulouse qui m'a encouragé à participer à des conférences internationales, ainsi que l'ensemble des membres du laboratoire de recherche en marketing à l'Université de Lille.

Tout au long de ce processus de thèse, j'ai eu la chance d'échanger avec plusieurs professeurs qui m'ont fait part de leurs commentaires et conseils les plus pertinents. Je tiens à remercier les Professeurs Eric Arnould, Soren Askegaard, Russ Belk, Samuel Bonsu, Fuat Firat, Dannie Kjeldgaard, Jeff Murray, Cele Otness, Marie-Agnès Parmentier et Ekant Veer. Sans nos échanges et le temps que vous m'avez accordé, l'aboutissement de cette recherche n'aurait pas été le même.

Je remercie les deux institutions qui m'ont permis de mener cette recherche dans des conditions optimales : l'Université de Lille 2 et son école doctorale, tout particulièrement, Madame Françoise Vanhulle, le Docteur Sophie Ranchy et le Professeur Serge Dauchy ; et l'IMMD qui m'a accueilli pendant deux années en tant qu'attaché temporaire d'enseignement et de recherche.

Mes remerciements vont à l'EDHEC Business School et à la SKEMA Business School où j'ai eu l'honneur d'intervenir dans leurs programmes d'enseignement. Je remercie tout particulièrement les Professeurs Michael Antioco et Sylvie Jean de l'EDHEC, ainsi que les Professeurs Mélanie Ouvry et Slim Benmimoune de la SKEMA. Merci à vous et à l'ensemble des membres de vos équipes marketing pour votre confiance et votre soutien sans faille.

Je tiens à remercier mes vingt répondants qui ont accepté d'être interviewés et de répondre aux questions les plus indiscretes et dérangeantes : Alexis, Armando, Arnaud, Bertrand, Charles, Emilios, Eric, Gabriel, Georgi, Gilbert, Jean, Jean-Baptiste, Karim, Loïc, Marc, Omar, Paul-Etienne, Philibert, Sylvain et Valentin. Je vous remercie pour votre réactivité, votre confiance et votre ouverture d'esprit. Tous mes remerciements vont également à l'association SOS Papa Nord-Picardie pour son accueil chaleureux.

Enfin, je remercie l'ensemble de mes collègues et amis qui m'ont encouragé et ont été présents à des moments clés de cette thèse. Il me tient à cœur de remercier tout particulièrement : Annie, Anthony, Clément, Cristina, Delphine, Elodie, Emilie et Fabrice.

À Abdel-Karim & Hoda Chour

Table des Matières

Remerciements.....	3
Introduction Générale.....	11
1. Elaboration de la Problématique.....	15
2. Enjeux Théoriques, Méthodologiques et Managériaux	20
3. Plan de la Thèse	23
PREMIERE PARTIE : IDENTITE MASCULINE, ROLE PATERNEL & CONSOMMATION FAMILIALE.....	26
Chapitre I.....	27
Théories du Genre : de la Domination Masculine aux Gender Studies.....	27
Section 1 : Les Fondements Théoriques du concept du Genre	29
Section 2 : Genre et Normes Sociales	62
Synthèse du Chapitre I :	74
Chapitre II.....	76
L'Identité Masculine : Construction, Défis & Tensions	76
Section 1 : De la masculinité hégémonique à la métró-sexualité	79
Section 2 : La Consommation Masculine	105
Synthèse du Chapitre II :	116
Chapitre III	118
Consommation Familiale & Construction du Rôle Paternel.....	118
Section 1 : La Construction du Rôle Parental par la Consommation.....	121
Section 2 : La Consommation familiale une tâche genrée	132
Synthèse du Chapitre III :	146
Chapitre IV	148
Cadre Théorique & Emergence de la Problématique.....	148
Section 1 : Mise en Perspective des Champs Théoriques.....	148
Section 2 : Emergence de la Problématique et des Questions de Recherche.....	154
SECONDE PARTIE :	156
CONTEXTE DE LA RECHERCHE ET METHODOLOGIE.....	156
Chapitre V : Le Contexte de la Recherche.....	157
Section 1 : La Famille, une Entité en Métamorphose.....	159
Section 2 : La Famille Monoparentale dirigée par un Père Isolé en pleine Evolution	164
Chapitre VI : Choix Epistémologiques et Méthodologiques.....	173
Section 1 : Le choix d'un Positionnement Epistémologique Interprétatif	174

Section 2 : Une Méthodologie Phénoménologique et Projective	191
Chapitre VII : La Collecte des Données et la Méthode d'Analyse.....	200
Section 1 : Des Méthodes Qualitatives.....	201
Section 2 : La Démarche de Collecte des Données.....	223
Section 3 : La Méthode d'Analyse des Données.....	235
TROISIEME PARTIE :.....	247
RESULTATS DE LA RECHERCHE	247
Chapitre VIII : Les Pères et la Gestion du Foyer et de la Consommation Familiale	249
Section 1 : Les Pères Résilients.....	251
Section 2 : Les Pères Bricoleurs.....	264
Section 3 : Les Pères Démissionnaires	279
Chapitre IX : La Reconstruction du Rôle Parental	289
Section 1 : Le Sentiment de Dépassement.....	290
Section 2 : La Délégation au Marché.....	292
Section 3 : Les Ressources Féminines	297
Chapitre X : La Reconstruction de l'Identité du Rôle Paternel par la Consommation.....	311
Section 1 : Le Sacrifice et L'Abnégation.....	312
Section 2 : La Consommation Familiale pour un Nouveau Père.....	321
Section 3 : Multiples Masculinités, Multiples Paternités	327
Conclusion Générale : Contributions, Limites et Voies de Recherche.....	339
Section 1 : Contributions Théoriques.....	341
Section 2 : Contributions Méthodologiques.....	349
Section 3 : Contributions Managériales.....	351
Section 4 : Limites et Voies de Recherche	356
BIBLIOGRAPHIE	359

Liste des Tableaux

Tableau 1. Différence entre sexe et genre.....	31
Tableau 2. Les principaux courants féministes (Bristor & Fischer, 1993)	41
Tableau 3. L'inventaire des rôles de genre (Bem, 1974)	59
Tableau 4. L'évolution des familles monoparentales dans les pays occidentaux	166
Tableau 5. Le nombre des ménages français selon la structure familiale (en milliers)	168
Tableau 6. La structure des familles avec enfant(s) de moins de 18 ans (en milliers)	170
Tableau 7. Les différents paradigmes épistémologiques (Girod-Séville & Perret, 1999)	175
Tableau 8. La philosophie de la connaissance et la vision du monde (Hirschman & Holbrook, 1992).....	177
Tableau 9. Les critères d'évaluation d'une recherche interprétativiste.....	181
Tableau 10. Les méthodologies qualitative et quantitative (Gomez, 2009)	202
Tableau 11. Les informations relatives à la séparation des pères isolés interviewés.....	231
Tableau 12. Les entretiens avec nos répondants	232
Tableau 13. Extrait d'une grille de codage d'un entretien	244

Liste des Figures

Figure 1. Plan de la Thèse.....	25
Figure 2. L'idéologie américaine de la masculinité héroïque (Holt & Thompson, 2004)	93
Figure 3. Le rôle des membres du couple par catégories de produits (Davis & Rigaux, 1974)	135
Figure 4. Un cadre d'analyse de la dynamique décisionnelle dans le couple (Divard, 1997)	137
Figure 5. Les statuts des consommateurs et le capital culturel (Coskuner-Balli & Thompson, 2013).....	144
Figure 6. Cadre théorique de la recherche	153
Figure 7. Les critères de recrutement de l'échantillon.....	227
Figure 8. Le processus de mise en place de l'analyse des données	241

« Les hommes et les femmes n'ont jamais été aussi ressemblants. Il n'y a plus rien qui appartienne en propre aux hommes. »

Elizabeth Badinter

Introduction Générale

En février 2013, dans la région nantaise, un homme se perche en haut d'une grue pour protester contre un jugement qui le prive depuis deux ans du droit de voir son petit garçon. Il voulait assumer la garde de l'enfant. Soutenu par un collectif de pères en colère, il sera rejoint quelques heures plus tard par un autre père dont les droits ont été également bafoués.

Au-delà du drame personnel vécu par ces pères, ce fait divers nous dit qu'aujourd'hui, des hommes sont prêts à se battre pour faire valoir leurs droits de père et prendre pleinement part à l'éducation et au soin de leurs enfants. Cependant la nécessité dans laquelle ils se trouvent, de devoir recourir à des voies spectaculaires pour se faire entendre, est étonnante, du moins si l'on s'en tient au registre du droit. Tout d'abord parce que les droits des pères sont garantis par la loi. La loi française affirme l'égalité du droit des parents dans l'exercice de l'autorité parentale (loi du 4 mars 2002) et notamment en cas de séparation ; dans son article 371-4, le Code Civil dispose : « l'enfant a le droit d'entretenir des relations personnelles avec ses ascendants ». Ensuite, ce droit des pères est loin d'être récent – ce qui aurait pu expliquer qu'il soit mal appliqué. Historiquement, la loi française était plutôt favorable au père. Ce n'est qu'en 1970 que la loi française substitue à la puissance paternelle instaurée par le Code Napoléon la notion d'autorité parentale partagée par les parents. Il semble donc que nous soyons passés en moins de 50 ans de la domination du père à sa quasi éviction.

Le déséquilibre que dénoncent ces pères entre les deux parents est de plus à priori surprenant dans une France qui a été la première à affirmer en 1789 le principe de l'égalité des droits entre les citoyens – même si à l'époque les citoyennes ne sont pas concernées. Dans un contexte plus récent, lorsque des inégalités homme-femme sont dénoncées, elles concernent une inégalité en faveur des hommes plutôt qu'à leur détriment : inégalité salariale, discrimination à l'embauche, plafond de verre, etc. Au sein du foyer, la maltraitance conjugale, signe de la domination d'un conjoint sur l'autre, touche essentiellement les femmes, même si une minorité d'homme peut en être victime. Comment donc expliquer que dans ce cas précis, ce sont les hommes qui apparaissent comme discriminés ? C'est qu'il s'agit en l'occurrence non pas de l'homme, représentant du genre masculin, mais du père et du rôle paternel. Et si les deux notions sont étroitement liées, elles sont loin de s'inscrire dans le même registre.

Pour mieux comprendre ce qui se joue lorsqu'un homme s'isole en haut d'une grue et y déploie une bannière réclamant le droit de revoir son fils, il nous faut donc investiguer la notion de paternité. Et le faire dans le contexte de la société française actuelle, régie par ses lois – comme celle qui proclame l'égalité des parents dans l'exercice de l'autorité parentale mais aussi par ses coutumes, notamment la tendance

des juges aux affaires familiales à confier nettement plus souvent l'enfant aux soins de la mère de manière exclusive ou majoritaire. Il nous faut donc quitter le seul terrain juridique et nous intéresser aux mentalités, telles qu'elles sont investiguées par l'anthropologie et la sociologie notamment.

Etre père s'inscrit dans deux registres différents et complémentaires : une dimension biologique, celle du géniteur, et une autre dimension plus éducative, qui concerne la protection et la socialisation. Or toutes deux ont largement évolué au cours des dernières années et méritent d'être analysées de manière approfondie pour mieux comprendre l'enjeu de ces revendications paternelles.

La dimension biologique permet d'établir la filiation. La filiation est un élément structurant dans une société de droit fondée sur la propriété puisqu'elle permet la transmission d'une génération à l'autre d'un patrimoine. Le père romain affirmait sa paternité - et donc la filiation de l'enfant - en élevant l'enfant à bout de bras et en le présentant à la foule (De Singly, 2000). La loi française protège la progéniture, les enfants biologiques ne peuvent être totalement spoliés dans l'héritage. Mais l'on peut être père d'un enfant sans en être le géniteur, grâce à l'adoption, simple ou plénière. L'adoption n'est pas une pratique récente, elle était déjà largement pratiquée à Rome où la citoyenneté romaine, statut hautement enviable, se transmettait de père en fils. La question de la filiation a par ailleurs été profondément complexifiée par les apports récents de la science : il est désormais beaucoup plus facile d'établir une filiation (test ADN par exemple) et en même temps, il est devenu plus facile d'engendrer un enfant sans permettre sa filiation (don anonyme de sperme, ou d'ovocytes dans le cas des mères).

Cependant la filiation n'est pas que juridique, elle est aussi essentielle dans la constitution de l'enfant et dans son intégration sociale. Comme l'écrit l'anthropologue Maurice Godelier (2007), « il faut plus qu'un homme et une femme pour faire un enfant » (p 115). A partir de recherches menées dans diverses sociétés, il montre que si l'accouplement d'un homme et une femme est nécessaire pour faire un enfant, il n'est pas suffisant : il faudra encore que l'enfant reçoive un nom ou des noms pour devenir un enfant au-delà du fœtus, noms qui vont l'inscrire dans une lignée, celle de ses ancêtres paternels et/ou maternels. L'anthropologue va même plus loin : la conception de l'enfant fait l'objet de représentations variables dans les ethnies étudiées. Ces représentations donnent toutes un rôle plus ou moins important aux deux géniteurs dans la constitution du fœtus. L'importance de ce qui est apporté par chacun des partenaires reflète le système de domination dans la communauté. Ainsi, pour les Baruya, le sperme de l'homme produit la chair, le sang et les os de l'embryon, tandis que la femme n'est qu'un contenant. Inversement, chez les habitants des îles Trobriand étudiés par Malinowski, le fœtus se forme dans le ventre de la femme par la rencontre de son sang et de l'esprit d'un défunt qui souhaite revenir à la vie. Le sperme de l'homme ne sert alors qu'à nourrir le fœtus une fois conçu. Or les Baruya forment une société patriarcale dans laquelle les femmes ont bien peu de pouvoir et sont même systématiquement évincées, tandis que la société des îles Trobriand est une société matrilineaire, le fils aîné est confié à l'oncle maternel qui en fera son héritier et les femmes y jouent un rôle important. Il

apparaît donc que des enjeux de pouvoir soient très directement liés à la question de la procréation et à la représentation de la manière dont l'enfant est biologiquement conçu.

Etre père d'un enfant, c'est aussi subvenir à ses divers besoins. Ceux-ci sont tout d'abord matériels : le petit humain naît sans avoir les moyens de prendre soin de lui-même, incapable de trouver sa nourriture ou de se mouvoir, incapable de se protéger du froid ou des prédateurs¹. Il doit donc être accompagné dans les premiers temps de sa vie, et pendant cette période de dépendance, appelée enfance, bénéficier de la protection d'adultes. Mais les besoins humains sont aussi affectifs² ou de réconfort : pour se développer harmonieusement, il a besoin de se sentir aimé et intégré à une dyade, une famille ou un groupe humain. Enfin, son intégration sociale nécessitera un processus de socialisation. Les trois fonctions peuvent être assumées par une seule personne (par exemple, une mère qui élève seule son enfant, subvient à ses besoins matériels, affectifs et l'éduque), par un couple parental (aidé ou non d'institutions comme l'école) ou par toute autre combinaison d'acteurs. Le père est alors l'un des acteurs possibles, qui peut agir seul mais plus souvent conjointement avec la mère et des tiers (gouvernante, éducateur, précepteur, etc.), ou encore avec des institutions (crèche, école, etc.). Traditionnellement, la première fonction, celle de subvenir aux besoins matériels est fortement liée au père. La loi française codifie d'ailleurs cette obligation de subvenir aux besoins matériels de l'enfant et en cas de divorce, le père devra verser une pension alimentaire s'il n'a pas la garde des enfants. Cette fonction peut bien entendu être partagée avec la mère, surtout si cette dernière exerce une activité professionnelle. Néanmoins, ce rôle de « breadwinner » est largement associé au père dans les mentalités.

La troisième fonction, celle de l'éducation est la moins liée à la cellule familiale. L'éducateur n'est pas nécessairement le père ni même un membre de la famille. Certains éducateurs extérieurs à la famille sont restés célèbres comme Aristote, précepteur d'Alexandre ou Sénèque, mentor de Néron. Les institutions religieuses (couvents et abbayes) ou non religieuses (école, lycées) jouent aussi un rôle important en ce domaine. La fonction éducative est particulièrement marquée par le contexte et l'histoire. Philippe Ariès (1960) montre que sous l'Ancien Régime les préoccupations éducatives s'articulent surtout autour de la transmission des connaissances nécessaires à l'exercice des responsabilités dont le fils aîné héritera : gestion des domaines et capacité à tenir son rang pour la noblesse, compétences pour tenir la charge dans la bourgeoisie de robe, ou encore compétences pour entrer dans la corporation chez les artisans. Les préoccupations éducatives s'élargissent notablement avec le siècle des lumières et la nécessité d'éduquer un citoyen capable

¹ Contrairement aux poissons par exemple, qui éclosent autonomes. Au sein des mammifères, l'humain est particulièrement lent à acquérir son autonomie, notamment de déplacement. Le poulain se dresse immédiatement sur ses pattes et effectue ses premiers pas quelques minutes seulement après sa naissance. Il faudra entre 9 et 18 mois au jeune humain pour acquérir la marche.

² Il partage ce besoin avec un certain nombre de mammifères, dont notamment les chimpanzés selon les travaux des Bowlby (1958)

d'exercer ses droits : l'Emile de Rousseau est à cet égard très représentatif des conceptions nouvelles. Le XIX^{ème} siècle débute avec la professionnalisation et la sécularisation des institutions éducatives : le lycée napoléonien doit forger les cadres dont la Grande Armée aura besoin et les futurs administrateurs de l'empire. Il se clôt sur la mise en place de l'école républicaine sous la III^{ème} République. Le mouvement se poursuit tout au long du XX^{ème} siècle et tend vers une institutionnalisation de la fonction éducative : le petit français peut entrer dès l'âge de deux ans à l'école maternelle. A 3 ans, 90% des jeunes français sont scolarisés, alors que cette proportion n'est atteinte qu'à 4 ans au Danemark ou à 6 ans en Allemagne (Eurostat, 2012). Cette fonction est largement encadrée par des textes de loi, notamment en matière d'obligations scolaires.

Reste donc la seconde fonction, la fonction de support affectif. Elle apparaît à la fois comme évidente dans notre société contemporaine (un parent se doit d'aimer son enfant) et peu codifiable : la loi ne peut obliger un parent à aimer son enfant. Nous sommes donc dans le domaine des mentalités. L'histoire tend à montrer que l'affection parentale, et particulièrement paternelle, ne se conçoit ni s'exprime de manière identique à travers les âges (Ariès, 1960 ; Flandrin 1984). Ainsi le « J'ai perdu deux ou trois enfants en nourrice, non sans regret mais sans fâcherie » de Montaigne ne doit pas nécessairement être lu comme de l'indifférence paternelle mais comme une forme d'acceptation d'une fatalité, d'une réalité de la mortalité infantile de l'époque. Badinter (1980) a tenté de faire de cette déclaration un élément de sa démonstration du mythe de l'instinct maternel, mais ses écrits souffrent de trop d'inexactitudes historiques pour être pris en considération (Julia, 1980). Cette dimension affective est cependant largement investiguée par la psychologie et la psychanalyse, qui voient dans les défauts d'accompagnement affectif la source de nombreux problèmes de développement de l'enfant et de l'adolescent. Ces deux disciplines prennent leur essor au XIX^{ème} et trouvent en ce début du XXI^{ème} siècle un retentissement important. C'est autour des questions de l'importance du père ou de la nécessité de la mère que se structurent les débats de société actuels autour de la famille : faut-il, pour l'équilibre de l'enfant un père et une mère identifiés et uniques ? Faut-il qu'ils soient nécessairement de sexe différent ? Psychologie et sociologie se rejoignent alors dans leur tentative pour éclairer ces débats de société et faire évoluer les mentalités et les lois.

1. Elaboration de la Problématique

Ce rapide parcours à travers l'histoire et l'anthropologie nous permet donc de proposer une première ébauche de la formulation de la problématique qui sous-tend ce travail doctoral. Nous allons nous interroger sur ce que peut vouloir dire aujourd'hui, au début du XXIème siècle et dans la société française, être le père d'un enfant, et les enjeux identitaires de la construction du rôle paternel à travers la consommation. Parce qu'être père implique une dimension biologique - être le géniteur, élément plus complexe qu'il n'y paraît de prime abord - mais aussi d'assumer un certain nombre de fonctions, nourricières, affectives et d'éducation. Ces fonctions peuvent être exercées en complémentarité ou en opposition à celles de l'autre membre du couple parental, ou être transférées à des institutions en dehors du foyer, parmi lesquelles le marché. Dès lors, la question doit être posée en termes de rôle, dans la mesure où être père engendre un certain nombre d'attentes sociales. Etre père met également en jeu une dimension de genre, ce qui l'inscrit dans une problématique d'identité. Le genre se définit lui aussi bien souvent dans une logique de complémentarité et d'opposition entre le masculin et le féminin. Il apparaît dès lors souhaitable, pour progresser dans la définition de notre problématique de faire intervenir la question de la femme (identité) et de la mère (rôle). Il est temps de replacer nos pères dans la famille.

La France compte en 2012 plus de 27,8 millions de ménages, dont plus de 7 millions comprenaient au moins un enfant de moins de 18 ans (INED, 2013). Pour l'INED, une famille est la partie d'un ménage comprenant au moins deux personnes et constituée soit d'un couple (formé de deux personnes mariées ou non), avec le cas échéant son ou ses enfant(s) appartenant au même ménage, soit d'un adulte avec son ou ses enfant (s) appartenant au même ménage et formant ainsi une famille monoparentale. Ces chiffres sont relativement stables au cours des 30 dernières années et la France apparaît comme un pays moins touché que ses voisins européens par la baisse de la natalité. L'une des premières conséquences de cette forte natalité relative (2,01 enfant par femme en France en 2015, contre seulement 1,5 en Allemagne ou 1,32 en Espagne) est de rendre le couple sans enfant plus marginal, voire suspect. En termes de mentalités, le statut de père ou de mère apparaît comme un statut « naturel », que l'individu doit connaître dès lors qu'il s'inscrit dans un couple. Inversement, le choix de ne pas avoir d'enfant apparaît comme très minoritaire en France (6,3% des hommes et 4,3 % des femmes selon l'étude FECOND de l'INED de 2010). De la même manière, 95% des français interrogés en 2006 déclaraient qu'ils voulaient avoir des enfants. L'infécondité définitive - être sans enfant à la fin de sa vie féconde - est et reste faible en France : elle ne touche que 13,5% des femmes nées entre 1961 et 1965 et 21% de leurs homologues masculins. En d'autres termes, même s'il y a plus de « non-pères » que de « non-mères » (notamment chez les célibataires), le fait d'être parent s'impose dans la société française comme la situation très largement majoritaire.

Si la famille avec enfant reste la norme en France, cela ne signifie pas pour autant que la structure familiale elle-même ne s'est pas modifiée. On connaît les principales évolutions de la démographie familiale au cours des dernières décennies : diminution du nombre de familles nombreuses (19,3% de familles de 3 enfants et plus en 1990 contre 16,4% en 2012), importance des familles recomposées (11% des enfants vivent dans une famille recomposée en 2011) ou encore montée des familles monoparentales (10% des familles en 1980, 20% en 2005). Un enfant sur cinq (entendu comme un moins de 25 ans vivant au foyer parental) vit dans une famille monoparentale en 2012. Cette approche démographique ne suffit bien sûr pas à épuiser le sujet de la famille : la famille reste l'une des structures de base de la société, particulièrement dans la société française dont la politique nataliste (via notamment le quotient familial ou les allocations familiales) est connue. Mais surtout, loin d'être contestée et considérée comme oppressante comme dans les années 60 et 70, elle apparaît comme un lieu d'épanouissement pour les individus (De Singly, 2000).

Dans les années 60, la théorie fonctionnaliste de Parsons avait donné pour fonctions à la famille d'être le lieu d'éducation du jeune enfant et de l'épanouissement des membres adultes. De Singly (2000), s'inscrivant dans l'approche micro-sociologique (Kellerhals & Montandon, 1985) ne dit pas fondamentalement autre chose à l'aube des années 2000 et approfondit le propos en mettant en évidence la manière dont la famille permet à ses différents membres de se construire comme individu. En particulier, il identifie la manière dont les membres d'un couple peuvent permettre à leur conjoint de révéler et d'épanouir leur personnalité latente, à travers les diverses variantes de la figure de Pygmalion. Il aborde également la question du père et même des « nouveaux pères » ceux qui, à la fin des années 90 se promènent dans la rue en poussant le landau ou le bébé accroché sur le ventre et qui se veulent proches de leurs enfants. Son chapitre « une autre façon d'être père » explore la déconstruction du rôle de père traditionnel (pourvoyeur de revenus et détenteur de l'autorité) qui conduit à de nouvelles postures du père au sein de la famille : plus proche mais moins présent que la mère, faisant le lien entre le foyer et le monde extérieur, et garant de l'unité familiale (De Singly, 2000). Le rôle est alors entendu de manière classique comme un ensemble d'attentes et de normes sociales qui non seulement influencent mais aussi expliquent le comportement des individus (Bergeron & Bloin, 1995). Néanmoins, l'approche adoptée est exclusivement sociologique et fondée sur des entretiens avec des pères, des mères et des adolescents souvent centrés sur l'éducation des enfants. Rien n'est dit sur le quotidien de la consommation de ces familles, la manière dont elles organisent leurs achats ainsi que leur mode de consommation.

Or le champ de la consommation, dans une société dite de consommation est un terrain privilégié pour comprendre les fonctionnements sociaux. La consommation est un phénomène social et culturel complet. C'est du moins ce que la *Consumer Culture Theory* proposée dès 2005 par Arnould et Thompson suggère. Dans cette perspective, la consommation est conçue comme une activité qui peut permettre aux individus de réaliser leur projet identitaire (par exemple : identité ethnique, Arnould

& Askegaard, 2005 ; ou identité de genre, Moisio, Arnould & Gentry, 2013), et notamment d'affirmer leur identité de rôle au sein de la famille (Thompson, 1996). D'une manière plus générale, les travaux en comportement du consommateur vont permettre d'explorer le fonctionnement des familles.

Les premiers travaux en comportement du consommateur centrés sur la famille s'attachent à la question de la prise de décision familiale ; il s'agit de déterminer qui du père ou de la mère détient le pouvoir de décision (Green & Cunningham, 1975, Davis, 1976, Davis & Rigaux, 1974). La recherche menée par Rigaux dans le contexte belge sur 75 familles et 25 décisions est particulièrement éclairante (Rigaux, 1977). Elle met en évidence les fluctuations de l'influence relative des deux époux tout au long du processus de décision et le caractère plutôt expressif du rôle de la femme tandis que le mari endosse un rôle instrumental. Les recherches ultérieures s'attacheront à affiner les connaissances, en intégrant d'autres membres de la famille comme les enfants (e.g. Filiatrault & Richie, 1980 ; Foxman, Tansuhaj & Ekström, 1989) ou en diversifiant les décisions (les travaux de Rudd & Koehler, 1990 s'intéressent par exemple aux décisions de loisirs). Néanmoins, toutes ces recherches s'inscrivent dans un courant qui voit dans la famille un lieu de pouvoir et conçoit la consommation comme un terrain d'expression de ce pouvoir.

La Consumer Research Theory apporte un autre éclairage en faisant de la consommation un élément structurant de la société et qui peut servir de grille d'analyse au fonctionnement social. En d'autres termes, pour comprendre la famille, il faut comprendre sa consommation et la signification qu'elle revêt aux yeux de ses membres. C'est ainsi que la cuisine faite maison ou la consommation associée au « Thanksgiving » peuvent être lues comme un moyen d'unifier et de constituer la famille dans le contexte américain (Moisio, Arnould & Price, 2004 ; Wallendorf & Arnould, 1991). Cette approche de la consommation suggérée par la CCT nous conduit à préciser notre objectif de recherche. Nous nous proposons, dans le présent travail doctoral, d'investiguer le rôle de père à travers l'analyse de la consommation familiale et de la place que ce dernier y tient. Jusqu'ici cependant, la grande majorité des travaux en ce domaine a porté sur la mère. En effet, les tâches domestiques (entretien de la maison, du linge et des courses alimentaires et vestimentaires) sont majoritairement associées à la femme (e.g. Barth & Antéblian, 2011 ; Kaufmann, 1992, 1997) ou à la mère (e.g. Miller, 2005 ; Otnes, Lowrey & Kim, 2003), même s'il existe une certaine répartition des tâches entre les membres du couple. C'est justement l'analyse de cette répartition qui permet de mieux comprendre ce qui se joue au sein d'un couple (Kaufmann, 1992) ou d'une famille (Kaufmann, 2005). Notre projet de recherche reformulé consiste donc à analyser la consommation familiale pour appréhender la manière d'être père dans la société française actuelle. Néanmoins, nous allons préciser notre objet en limitant nos travaux à un type de famille particulier : la famille monoparentale dirigée par un père isolé.

La famille française a, nous l'avons évoqué, évolué et ses modalités sont diversifiées : familles recomposées, familles monoparentales, familles « classiques » soit ni recomposées, ni monoparentales. Nous avons choisi de nous intéresser à un type

particulier de famille : les familles monoparentales dont l'adulte est un homme qui assume la garde partagée ou exclusive de son (ses) enfant (s). Ce type de famille est particulièrement intéressant pour notre recherche puisqu'il exacerbe le rôle de père. En effet, la particularité de ce type de familles réside dans l'absence de la mère. Le rôle de cette dernière est assuré par ces pères dits isolés. Ces pères sont en situation de cumul de rôles (Chour & Fosse-Gomez, 2016). Par ailleurs, il est loin de constituer une proportion négligeable des familles françaises actuelles. Le pourcentage des familles monoparentales en France est passé de 11.9% de la totalité des ménages en 1990 à 22.2% en 2013 (INSEE, 2016). Le nombre de familles monoparentales ayant à leur tête un homme est quant à lui passé de 231.300 en 2008 à 280.000 en 2013 (INSEE, 2016). Nous utiliserons le vocable de « pères isolés » pour désigner ces pères qui se retrouvent seuls à la tête d'une famille comprenant un ou plusieurs enfants, car c'est le terme que retient la Justice française. Les médias préfèrent celui de « papas solos », un terme que nous utiliserons également, comme synonyme.

Depuis 2008, le nombre de pères isolés français augmente de 2000 chaque année (INSEE, 2016). Selon le ministère de la justice (2012), dans 73% de cas de divorce, les enfants sont confiés à leur mère en résidence permanente alors que 17% de ces enfants vivent en garde alternée et 7% sont confiés à leurs pères dans le cadre d'une résidence permanente³. Le nombre des cas de résidence alternée a doublé en moins de dix ans, passant de 12% des décisions des juges aux affaires familiales, à 21% en 2012 selon le ministère de la Justice. Nous limiterons notre recherche aux pères isolés qui ont la garde alternée et permanente de leurs enfants. Nous incluons le cas de la garde alternée, car nous jugeons que le père solo passe suffisamment de temps avec ses enfants, pour que les problématiques de consommation se posent dans le cadre de ce type de garde.

En sociologie, la forte émergence des familles monoparentales est expliquée par diverses causes. Si le veuvage était jusqu'aux années 1960 la principale cause de l'apparition de ce type de famille, la séparation et le divorce des couples sont devenus au cours des dernières décennies l'origine principale de ces familles (Letablier, 2011). Alors que certains chercheurs évoquent une construction conjugale de plus en plus complexe due aux changements socio-économiques, allant jusqu'à parler d'un avenir de ménages unipersonnels ou monoparentaux (e.g. Beaumel & Bellamy, 2014 ; Buisson et al, 2015 ; Chardon et al, 2008), d'autres considèrent que la forte émergence de la famille monoparentale dans les sociétés occidentales est liée aux « exigences grandissantes de qualité conjugale » pour reprendre les termes de Jean-Claude Kaufmann (1992).

Nous cherchons à comprendre comment les pères seuls endossent le rôle de shopper en l'absence de la mère, ainsi que les enjeux identitaires de cet endossement. Nous cherchons à comprendre également, dans quelle mesure, assurer seul la consommation familiale, contribue à la (re)construction de l'identité de ces pères isolés. A ce titre, l'une des principales particularités de notre recherche réside dans la

³ Dans 3% des cas de divorce, les enfants ne sont confiés ni à leur mère, ni leur père.

combinaison de la perspective de l'identité de genre avec celle de l'identité de rôle. En combinant ces deux perspectives, nous nous intéressons aux enjeux identitaires de l'accomplissement de la consommation familiale par un père en l'absence de la figure féminine au sein de sa famille.

Notre présente recherche adopte la vision identitaire de la famille proposée par Epp & Price (2008). A ce titre, cette perspective nous permet de tenir en compte dans notre analyse les particularités des familles monoparentales dirigées par des pères isolés. Dans cette approche, la consommation nous sert d'outil d'analyse nous permettant de mieux comprendre les enjeux de la consommation familiale au sein d'une famille monoparentale dirigée par un père isolé. Cela correspond également aux fondements de la *Consumer Culture Theory* (Arnould & Thompson, 2005) à laquelle nous adhérons dans le cadre de notre recherche.

Notre problématique de recherche peut donc être formulée de la manière suivante :

Quels sont les enjeux de la construction de la parentalité à travers la consommation chez un père isolé ?

A partir de cette problématique principale, découlent trois questions de recherche qui concernent chacun des différents aspects de notre problématique principale. Nous présentons ces trois questions de recherche comme suit :

- **QR1** : Comment un père isolé se sert-il de la consommation pour (re)construire son rôle parental ?
- **QR2** : Quelles sont les stratégies mises en place par les pères isolés afin de faire face à leur situation de rôle ?
- **QR3** : Comment les pères isolés assurent-ils les tâches domestiques traditionnellement perçues comme féminines ?

Après avoir présenté notre problématique et nos questions de recherche principales, nous vous présentons les enjeux théoriques, méthodologiques et managériaux de notre recherche.

2. Enjeux Théoriques, Méthodologiques et Managériaux

2.1. Enjeux Théoriques

A travers notre recherche, nous souhaitons comprendre le comportement de consommation des pères isolés face à la consommation familiale. Nous étudions ainsi les enjeux de la (re)construction de deux concepts : celui de l'identité du genre du père isolé et celui de son identité de rôle. Le premier concept concerne l'identité masculine du père isolé. Nous cherchons ainsi à comprendre comment un père isolé vit-il en tant que homme l'accomplissement des tâches traditionnellement perçues comme féminines, et quelle seraient les influences identitaires de sa situation sur son comportement de consommation. Le deuxième concept se penche plus sur le rôle parental du père isolé. Etant donné que ces « pères solos » sont en situation de cumul de rôles, nous nous intéressons non seulement à étudier le rôle paternel mais aussi le rôle maternel que le père seul est amené à endosser.

Notre problématique fait apparaître des enjeux identitaires de deux types, qui peuvent bien entendu être liés : des enjeux de genre, puisque l'identité de père fait référence à la dimension masculine et des enjeux de rôle, puisqu'un père isolé doit assumer des tâches qui sont traditionnellement attribuées à la femme dans le couple. Elle soulève aussi la question des frontières entre la famille et le marché : le père isolé peut être tenté de remplacer le conjoint absent par le recours au marché et à ses services. Aucune recherche en marketing ne combine l'étude de l'identité du genre et du rôle parental chez les pères isolés. Alors que certains chercheurs se sont focalisés sur le rôle nourricier des pères isolés et ont abandonné leurs identités masculines (Harrison & Gentry, 2007 ; Harrison, Gentry & Commuri, 2012 ; Molander, 2016), d'autres se sont focalisés sur les enjeux identitaires masculins sans tenir en compte la dimension du rôle paternel, comme la recherche de Coskuner-Balli et Thompson (2013) qui porte sur les pères-au-foyer. L'enjeu théorique principal de notre recherche réside dans l'articulation à travers la consommation familiale, de la (re)construction de l'identité de genre et celle de rôle.

En outre, inscrire notre recherche dans la perspective de Epp & Price (2008) qui consiste à conceptualiser la famille dans une nouvelle vision identitaire, nous permet de tenir en compte, dans l'analyse de nos données, les particularités de la famille monoparentale dirigée par un homme seul. Cela nous permet également d'étudier les enjeux de la construction de l'identité de ce type de familles monoparentales lorsque la consommation familiale est assurée par un père seul. L'identité de la famille est également une dimension absente dans la littérature portant sur la consommation familiale dans le cadre de ce type de familles monoparentales. A ce titre, étudier comment le père isolé se sert de la consommation afin de construire sa nouvelle famille monoparentale, est un autre enjeu théorique primordial dans le cadre de notre recherche.

2.2. Enjeux Méthodologiques

Le premier enjeu méthodologique concerne la délicatesse du sujet. En effet, tous les pères que nous avons interviewés sont des pères divorcés qui ont vécu des moments plus ou moins difficiles au niveau de leur vie conjugale. Alors que certains pères ont pu dépasser les difficultés du divorce, d'autres ont très mal vécu leur divorce et n'ont pas parvenu à dépasser ses difficultés. Bien que nous avons recruté des pères isolés qui ont tous été divorcé depuis au moins un an, afin d'éviter des pères qui vivent encore la crise post-divorce, nous avons tout de même été confrontés à des pères qui vivaient encore très mal leur divorce. Face à ces pères, certains moments durant les entretiens n'étaient pas faciles à gérer, car ils étaient assez chargés d'émotions.

Notre second enjeu méthodologique concerne les analyses de nos données. Suite au positionnement théorique de notre recherche expliqué dans les parties précédentes, l'enjeu méthodologique qui y est lié, est de parvenir à atteindre plusieurs niveaux de compréhension du phénomène de consommation étudié dans le cadre de ce type de familles monoparentales. En effet, l'enjeu est de parvenir à analyser les mêmes données à des niveaux différents : un niveau individuel, concernant le père isolé seul, à un niveau familial, en tenant compte des spécificités de ce type de familles monoparentales, ainsi qu'au niveau parental, en prenant en considération les enjeux relationnels entre le père isolé et ces enfants.

2.3. Enjeux Managériaux

Ce dernier point permet de mieux cerner les enjeux managériaux de cette recherche. Comprendre le comportement de consommation des familles monoparentales dirigées par un homme, structure en forte émergence, est un enjeu stratégique et managérial de grande importance pour les enseignes, d'autant plus que les secteurs concernés ne se limitent pas aux secteurs alimentaires et vestimentaires, mais toute sorte de catégories de produits ou de services est concernée. Certaines enseignes commencent à prendre en compte l'émergence de ce type de familles dans leurs publicités, comme c'est le cas de P&G avec la publicité des couches Pampers où des pères isolés sont représentés et valorisés, mais il serait judicieux de ne pas se limiter à la seule communication. L'enjeu pour les enseignes est d'adapter non seulement le contenu du message communiqué, mais surtout l'offre de leurs produits et services. Notre recherche doit permettre d'analyser les défis auxquels sont confrontés les pères isolés dans leur accomplissement des achats familiaux, et de permettre aux enseignes de mieux comprendre les attentes de cette cible, et de contribuer à simplifier les tâches quotidiennes qu'ils sont amenés à assurer seuls.

L'enjeu managérial de notre recherche est également de déceler et d'expliquer les attentes des pères isolés vis-à-vis du marché. Comme nous l'avons souligné précédemment, ce type de famille monoparentale est en forte émergence non seulement en France mais dans la majorité des pays occidentaux. Il s'agit donc d'une cible à tenir de plus en plus en compte dans la stratégie des enseignes. A travers nos

résultats, nous cherchons à expliquer aux enseignes comment elles peuvent jouer un rôle dans l'acculturation de ces pères isolés à la sphère domestique et à des domaines de consommation traditionnellement perçus comme féminins. Ces enjeux ne concernent pas que les pères isolés mais tous les pères qui entrent ces domaines de consommation auxquels ils ne sont pas encore très familiarisés.

Après avoir présenté les enjeux théoriques, méthodologiques et managériaux de notre recherche, nous pouvons procéder à la présentation du plan de la thèse.

3. Plan de la Thèse

Ce travail de thèse est composé de trois parties principales : la revue de littérature qui constitue notre cadre théorique et conceptuel, la méthodologie de notre recherche qui a pour objectif d'exposer nos choix méthodologiques, et les résultats de notre recherche. Ainsi, en respectant cette structure, nous exposons l'évolution de notre réflexion conceptuelle, et argumentons nos choix méthodologiques en cohérence avec les spécificités du contexte de notre recherche, afin de pouvoir ensuite exposer l'articulation des éléments théoriques et méthodologiques donnant lieu aux résultats de notre recherche doctorale.

- La première partie est consacrée à la revue de littérature de notre recherche, et s'articule autour de quatre chapitres :
 - Le chapitre I est dédié aux théories de genre. Dans un premier temps, nous définissons le concept de genre et son évolution selon plusieurs approches, puis dans un second temps nous explorons le caractère identitaire du genre en se focalisant sur la notion de l'identité de genre.
 - Le chapitre II est consacré à la masculinité. Dans ce chapitre, nous présentons les théories qui traitent de l'évolution de l'identité masculine et de ses représentations sociales et publicitaires, ainsi que des caractéristiques de la consommation masculine.
 - Le chapitre III est, quant à lui, dédié à la notion de rôle parental, maternel comme paternel, et des liens avec notre champ théorique d'application, celui de la consommation familiale. Ce chapitre nous permet de mettre en relief le caractère identitaire de la consommation familiale.
 - Le chapitre IV a comme objectif de mettre en perspective des différents champs théoriques mobilisés afin de faire émerger la problématique de notre thèse ainsi que les questions de recherche qui en découlent.
- La seconde partie de la thèse a pour vocation de présenter les particularités de notre contexte, et d'exposer par la suite nos choix méthodologiques.
 - Le chapitre V concerne le contexte de notre recherche. Nous décrivons les enjeux de l'émergence des familles monoparentales dirigées par des pères isolés au niveau mondial mais surtout en France, ainsi que les caractéristiques de ces derniers.
 - Le chapitre VI est dédié à la présentation de notre positionnement épistémologique interprétativiste ainsi que nos choix méthodologiques. Dans ce chapitre, nous argumentons la pertinence de ces choix par rapport à notre problématique et au sujet de notre recherche.
 - Dans le chapitre VII, nous détaillons le déroulement de la phase empirique de notre recherche, notamment la mise en œuvre des

méthodes de collecte de données ainsi que la méthode d'analyse de ces données.

- La troisième partie de la présente thèse est dédiée aux résultats de notre recherche obtenus à travers l'analyse et l'interprétation de nos données. Cette partie est composée de trois chapitres :
 - Le chapitre VIII restitue l'histoire de chacun des pères isolés interviewés sous forme de typologie selon la façon dont ces pères seuls font face à l'absence de la mère au sein de leur foyer, ainsi que leur façon de gérer la consommation familiale.
 - Dans le chapitre IX, nous présentons les différentes stratégies mises en place par les pères isolés afin d'assurer la consommation familiale ainsi que les tâches domestiques. Nous souhaitons plus particulièrement explorer comment les différents profils de pères isolés font face à leur situation de cumul de rôles.
 - Le chapitre X est consacré aux enjeux identitaires de la gestion de la consommation familiale et de la sphère domestique par les pères isolés. Nous nous focalisons plus précisément sur le rôle de la consommation dans la (re)construction de l'identité masculine et de l'identité paternelle du père isolé.

A l'issue des résultats de notre recherche, nous engagerons une discussion qui permettra d'exposer nos contributions théoriques et de les positionner par rapport à la littérature existante en marketing. Nous clôturons ensuite ce travail de thèse en présentant nos apports méthodologiques ainsi que nos implications managériales. Les limites de notre recherche seront ensuite soulignées, et des potentielles voies de recherche seront suggérées.

**CONSTRUIRE UNE FAMILLE PAR LA CONSOMMATION :
LES PERES ISOLES FACE AUX COURSES**

PREMIERE PARTIE :

IDENTITE MASCULINE, ROLE PATERNEL & CONSOMMATION FAMILIALE

Chapitre I. Théories du Genre : de la Domination Masculine aux Gender Studies

Chapitre II. L'Identité Masculine : Construction, Défis & Tensions

Chapitre III. Consommation Familiale & Construction du Rôle Paternel

Chapitre IV. Cadre Théorique & Emergence de la Problématique



SECONDE PARTIE :

CONTEXTE DE LA RECHERCHE ET METHODOLOGIE

Chapitre V. Le Contexte de la Recherche

Chapitre VI. Choix Epistémologiques et Méthodologiques

Chapitre VII. La Collecte des Données et la Méthode d'Analyse



TROISIEME PARTIE :

RESULTATS DE LA RECHERCHE

Chapitre VIII. Les Pères et la Gestion du Foyer et de la Consommation Familiale

Chapitre IX. La Reconstruction du Rôle Parental

Chapitre X. La Reconstruction de l'Identité du Rôle Paternel par la Consommation

Figure 1. Plan de la Thèse

PREMIERE PARTIE : IDENTITE MASCULINE, ROLE PATERNEL & CONSOMMATION FAMILIALE

Chapitre I. Théories du Genre : de la Domination Masculine aux Gender Studies

Chapitre II. L'Identité Masculine : Construction, Défis & Tensions

Chapitre III. Consommation Familiale & Construction du Rôle Paternel

Chapitre IV. Cadre Théorique & Emergence de la Problématique

La revue de littérature de notre recherche est essentiellement constituée de trois champs théoriques auxquels nous accordons un chapitre à chacun. Ces champs théoriques sont : les théories de genre, l'identité masculine et la consommation familiale.

Dans le premier chapitre, nous présentons les fondements des principales théories du genre ainsi que les différents courants soulignant le passage d'une approche de domination masculine à une approche post-moderne, celle des *Gender Studies*. L'objectif de ce premier chapitre est de discuter les théories de genre en mettant en relief l'influence de la question de genre sur les normes sociales ainsi que les stéréotypes identitaires et de rôles qui en résultent.

Le second chapitre est dédié aux enjeux de la construction identitaire masculine face à un contexte de culture de consommation qui a évolué. Nous nous intéressons plus particulièrement aux enjeux identitaires de l'entrée des hommes dans des domaines de consommation traditionnellement considérés comme féminins. Nous présentons les conflits auxquels le consommateur masculin fait face ainsi que les tensions qu'il vit sur le marché.

Le troisième chapitre de notre revue de littérature est consacré à la dimension du rôle parental et celui du père plus spécifiquement. Nous mettons en perspective d'une manière plus particulière le rôle que la consommation familiale joue dans la construction du rôle paternel notamment en l'absence de la figure maternelle comme c'est le cas des pères isolés.

Dans le quatrième chapitre, nous mettons en perspective les trois champs théoriques de notre recherche afin de faire émerger notre problématique et nos questions de recherche.

Chapitre I

Théories du Genre : de la Domination Masculine aux Gender Studies

Pensons à toutes les tâches domestiques et ménagères ainsi que les courses alimentaires quotidiennes qui doivent être accomplies presque tous les jours au sein des ménages. Faire la cuisine, le ménage, la lessive, la vaisselle, le repassage, aller au supermarché pour s'approvisionner, etc. Toutes ces tâches sont souvent assurées à travers un équilibre consenti entre les deux membres du couple (Kaufmann, 1997). Bien que ce consensus peut dans certains cas faire intervenir d'autres membres de la famille voire même d'autres partis tels que le marché en ayant recours aux services, il demeure majoritairement établi entre la mère et le père de la famille en attribuant un rôle à chacun d'entre eux.

L'attribution de ces tâches présente une dimension de genre qui permet d'expliquer à travers les normes et les stéréotypes culturels et sociaux la prise en charge de certaines tâches par la mère plutôt que le père ou l'inverse. En effet, selon Allen et Walker (2000), le genre est le meilleur prédicteur du partage des tâches ménagères au sein d'une famille. De plus, il s'avère que les hommes issus d'une famille monoparentale ont plus tendance à progresser à travers des hiérarchies de genre (Twiggs et al., 1999). La dimension du genre est donc fortement présente dans ce partage de tâches car il rentre dans l'identité du genre de l'individu et fait partie de son rôle attendu par la société (Thompson, 1996). C'est d'ailleurs pour cela que nous tenons à souligner la contextualité de cette dimension qui peut changer d'une société à une autre selon ses normes et ses valeurs voire même au sein de la même société en fonction des valeurs et de la culture de la famille concernée.

En effet, alors que dans certaines cultures la grande majorité des tâches ménagères et du soin des enfants restent traditionnellement attribuée à la mère (Miller, 1998 ; Rémy, 2011), d'autres sociétés sont nettement plus égalitaristes à ce plan tel que dans les pays scandinaves (Ellingsater et Leira, 2006).

Cependant, malgré l'impact important de l'évolution socio-économique et des changements culturels sur le rôle de genre dans la société, la répartition des tâches domestiques demeure d'une manière générale fortement « genrée » (Gentry et McGinnis, 2013). Linda Thompson (1991) insiste sur la prise en considération de la dimension de genre pour expliquer le partage des tâches ménagères surtout que les hommes ont souvent recours à des arguments de genre ou « *gender-specific* » pour reprendre ses termes, afin de justifier leur faible participation aux tâches ménagères ; alors qu'en général, selon elle, les femmes se réfèrent plutôt à des comparaisons intra-genre quand elles s'expriment sur l'équité du partage des tâches au sein de leur

couple. Le genre est donc une approche qui nous semble primordiale dans notre recherche non seulement pour expliquer les nouveaux mécanismes de l'équilibre établi au sein des foyers dirigés par un homme seul afin d'assurer les tâches ménagères et des courses alimentaires mais aussi pour comprendre les enjeux de ce nouvel équilibre au niveau de l'identité et du rôle de genre de l'individu quand la personne concernée est du genre masculin.

Dans ce présent chapitre, nous allons commencer par définir en premier lieu la notion du genre qui a connu une évolution au fur et à mesure du temps pour ensuite présenter les principales théories de genre existantes notamment en marketing et comportement du consommateur, une discipline souvent considérée comme ayant une idéologie très « genrée » (Fischer et Arnold, 1990), en se concentrant sur le courant des « Gender Studies ». Cela nous permettra également d'avoir une approche plus claire et plus concrète des différentes formes de masculinités que nous allons présenter en second lieu.

Section 1 : Les Fondements Théoriques du concept du Genre

1. Définition du concept de Genre :

Si la notion du genre était auparavant une notion fortement liée à la notion du sexe en adoptant la même dichotomie entre le sexe masculin et le sexe féminin, la conception de cette notion a connu une évolution se détachant de la notion de sexe à partir des années soixante avec la montée du féminisme anglo-saxon en adoptant une approche plus culturelle la reconnaissant comme étant socialement construite et non pas une conception rigide comme celle du sexe. L'évolution de la définition de la notion du genre reflète les changements socio-économiques et idéologiques de l'époque post-moderne.

La « *World Health Organization* » définit le genre comme étant « l'ensemble des caractéristiques des hommes et des femmes qui sont socialement construites ». ⁴ Les individus sont nés soit mâle soit femelle mais apprennent à devenir des garçons ou des filles et plus tard des hommes ou des femmes.

Selon Bristor et Fischer (1993) le genre est un concept social qui fait référence à des traits enracinés socialement, culturellement ou même psychologiquement. Il fait référence également à des tendances comportementales, des attitudes ainsi que des croyances qui influencent la conception de soi de l'individu et sa construction identitaire (Moss, 2009).

Le terme « genre » est un terme d'origine grecque qui appartient à la famille du verbe « générer » et qui signifie donc à la base produire (Connell, 2014). Il existe principalement deux genres : le genre masculin et le genre féminin (Lorber, 2000). Certains chercheurs identifient un troisième genre. Il s'agit du genre « neutre » qui concerne des personnes qui n'appartiennent pas à un genre bien défini (Hodge et Kress, 1988), où à des personnes qui sont biologiquement d'un certain sexe mais qui ont le comportement du sexe opposé (Lorber, 2000).

Comme nous le constatons bien à travers cette classification des genres, la notion du genre fait fortement intervenir la notion du sexe d'une manière pas toujours suffisamment claire et qui peut parfois porter à confusion. Il nous semble donc essentiel de clarifier la différence entre ces deux notions. Par exemple, Firat (1994) explique que la masculinité peut avoir une version féminine comme la féminité peut également avoir une version masculine.

La notion du sexe est en effet une notion qui concerne les aspects biologiques de l'individu. Il est donc attribué suite aux différences biologiques telles que l'anatomie, la physiologie et les hormones (West et Zimmerman, 1987). Il s'agit donc d'une

⁴ World Health Organization - 2002

notion rigide et peu malléable. Il existe deux sexes : le sexe masculin et le sexe féminin. Le genre concerne plutôt le comportement de la personne dans une dimension sociale et culturelle (Costa, 1994 ; O'Neil, 1982 ; Pleck, 1981). Le genre renvoie donc à l'ensemble des normes et règles implicites ou explicites régissant les relations entre les femmes et les hommes en les attribuant des valeurs, des responsabilités et des obligations distinctes. En d'autres termes, d'un point de vue biologique le sexe de l'être humain est soit « mâle » soit « femelle ». Alors que d'un point de vue social et culturel, on parle plutôt de masculinité et de féminité qui incluent des caractéristiques culturelles qui diffèrent d'une société à une autre ainsi que d'une époque à une autre.

Le genre est donc une construction sociale et culturelle. Selon Connell (2002) la différence entre les genres n'est pas uniquement due aux différences biologiques et physiologiques entre l'homme et la femme mais aussi celles des normes de la société et des cultures ainsi que les différences comportementaux relevant de la personnalité de l'homme et celle de la femme. Les rôles de genre masculin et féminin sont définis par des stéréotypes culturels imposés par la société (Pleck, 1981). Dans cette même approche et selon O'Neil (1982) l'identité du genre des individus est le résultat d'une pression sociale exercée sur les individus afin qu'ils soient conformes à des stéréotypes qui correspondent à ses normes sociales et culturelles. L'identité du genre est donc le produit d'un processus de socialisation (Brown et al, 1992). Elle comporte de plus les différentes attentes que la société et les individus eux-mêmes ont à l'égard des comportements appropriés des hommes et des femmes.

Contrairement au sexe qui est un concept rigide, les frontières entre les genres masculin et féminin peuvent parfois être floues. La montée du féminisme et la féminisation des mœurs (Fischler, 1993), l'émergence des courants LGBT⁵, le déplacement des modalités de la domination masculine (De Singly, 1993) et bien d'autres raisons ont rendu la distinction entre ces frontières plus complexe. Le tableau ci-dessous permet de mieux illustrer les différences entre le sexe et le genre :

⁵ La LGBT (Lesbiennes, Gays, Bisexuels et Transgenres) est un terme utilisé pour désigner les personnes non-hétérosexuelles ou même des organisations qui s'intéressent aux droits de cette communauté.

Sexe	Genre
Mâle ou Femelle	Masculin ou Féminin
La biologie et la physiologie	La culture et la Société
Concept rigide : Difficile à changer	Concept fluctuante : Possible de changer car il s'agit d'une construction sociale
Représentation physique et corporelle	Stéréotypes, rôle du genre et identité du genre

Tableau 1. Différence entre sexe et genre

Si cette distinction entre le genre et le sexe semble être claire et simple, la notion de « *sex category* » ou la catégorie de sexe développée par West et Zimmerman (1987) rappelle de la complexité de la distinction entre ces deux notions. En effet, la catégorie de sexe n'est que l'ensemble des « affiches identificatoires socialement requises proclament l'appartenance de l'individu ou son adhésion à un certain sexe ».

L'apport principal de cette notion réside dans sa prise en compte de la différence non seulement physiologique entre les garçons et les filles dès leurs naissances mais aussi des différences psychologiques au niveau des traits de personnalité entre les individus de sexe masculin et féminin. Cette théorie à laquelle adhère aussi Wolin (2003) qui l'a détaillée et développée conceptualise, selon ce dernier, l'identité de genre comme une combinaison entre le sexe biologique sans négliger l'impact de la construction sociale et culturelle et des significations attendues voire même parfois imposées par la société à l'égard de la masculinité et la féminité.

Les différences entre les genres sont historiquement considérées comme des différences hiérarchiques concernant la position de l'homme et de la femme dans leurs relations et au sein de la société d'une manière plus générale. C'est ainsi que Kacen (2000) identifie trois niveaux où les différences entre les genres semblent, selon lui, les plus explicites. Outre des relations de pouvoir entre les deux genres et des positions sociales portant sur la dimension sociale du concept du genre, les différences entre les hommes et les femmes existent au niveau des traits de personnalité ce qui relève plus de la dimension psychologique de la notion du genre. Dans leur étude cross-culturelle sur l'identité du genre et sa représentation en marketing, Schertzer et al. (2006) vont dans le même sens que Kacen (2000) en précisant que les traits typiques attribués aux personnalités féminines sont généralement l'intuition et la sensibilité alors que ceux attribués à la masculinité sont plutôt des traits de force et de compétitivité.

Le genre renvoie également à l'ensemble des règles explicites comme implicites qui régissent l'interaction sociale et les relations entre les hommes et les femmes au sein d'une société. Cela contribue à l'attribution à chacun d'eux des valeurs, des travaux, des responsabilités et des obligations différents.

L'ensemble de ces règles est appliqué à trois niveaux différents (Borghino, 1999). La société dans son substrat culturel, c'est-à-dire dans ses normes et ses valeurs. Les institutions notamment la famille qui joue un rôle important dans la construction ainsi que la pratique de l'identité du genre en plus du système d'éducation. Le troisième niveau est celui du processus de socialisation qui fait à nouveau intervenir la famille témoignant du rôle important de cette dernière dans la construction identitaire notamment de l'identité du genre et du rôle attendu de chacun de ses membres.

2. De la Domination Masculine aux « Gender Studies » :

La notion du genre est une notion qui a connu une grande évolution avec le temps. L'évolution de la théorisation de ce concept dans plusieurs disciplines, en sociologie, en psychologie, en anthropologie et même en marketing et comportement du consommateur, reflète les évolutions socio-culturelles connues depuis les années 1970.

Cependant, et malgré cette grande évolution, le genre a toujours été considéré comme une norme sociale ayant un grand impact sur le fonctionnement, les institutions ainsi que les autres normes de la société. Ainsi, Goffman (1975) définit le genre et la division stéréotype des rôles entre les sexes plus particulièrement en plus de la famille, de la hiérarchie des âges, de l'emploi légitime à temps plein, comme l'ensemble de nos institutions fondamentales qui constituent les normes principales de notre société.

En effet, si nous avons à regrouper les différentes théories de genre en partant de la notion de norme, elles seraient regroupées en deux courants principaux. Le premier correspond à une approche biologique qui consiste à considérer le genre comme un sexe naturel et qui s'inscrit souvent dans une logique d'opposition entre le sexe masculin et féminin : « la masculinité est là où la féminité n'est pas » (Hirschman, 1999). Le deuxième courant correspond à une approche qui conceptualise le genre comme une norme sociale : celle du rôle social du sexe (Goffman, 1975).

2.1.La Domination Masculine de Bourdieu :

La théorie de la domination masculine de Bourdieu (1998) consiste en premier lieu à attribuer du pouvoir au genre en tant que norme sociale qui tourne autour des relations de forces et de pouvoir entre les deux genres étant donné que selon lui, l'ordre social adopte la domination masculine sur laquelle il est fondé. En d'autres termes, la norme sociale qui régit le genre est suite à cette théorie la domination du genre masculin sur le genre féminin. La domination masculine est donc un mécanisme produit par l'ordre social qui à travers ses différentes institutions faisant d'elle une norme sociale. Cette domination réside dans le fait que le genre masculin se passe de toute justification vis-à-vis du genre féminin ou même vis-à-vis de la société d'une manière générale. Au-delà de cela, Bourdieu (1998) considère que la domination masculine se manifeste aussi dans le fait que cette vision androcentrique⁶ n'ait pas besoin de s'énoncer dans des discours visant sa légitimation.

Pour Bourdieu (1998) l'ordre social n'est qu'une « immense machine symbolique » dans lequel les genres sont socialement construits dans les limites des autorités des institutions de la doxa⁷ à savoir la famille et l'église destinées à le maintenir. Si Bourdieu insiste sur l'importance du symbolisme à ce niveau-là c'est parce qu'il considère que ces rapports d'opposition ou de domination établis entre les hommes et les femmes sont neutralisés par le monde dans ses symboles qui définissent des règles pour chaque catégorie d'individus, c'est-à-dire, pour les hommes et pour les femmes, concernant des choses à faire ou à ne pas faire, d'autres normales ou anormales, des choses naturelles ou impensables, acceptées ou rejetées. Ces règles sont « tellement accordées à nos attentes et tellement ancrées dans nos inconscients que nous ne les apercevons plus ».

En effet, Bourdieu (1998) voit dans la domination masculine et dans la façon dont elle est imposée et subie par les individus, une « soumission paradoxale » qui provient selon lui de la « violence symbolique » ; une violence qu'il décrit de « douce, insensible, invisible, même pour ses victimes ». Cette violence est exercée à travers des moyens de communication, d'échange et de connaissance purement symboliques. Il s'agit souvent de relations de méconnaissance et de reconnaissance. Cette logique de domination s'exerce à travers un principe symbolique qui est connu et reconnu par le dominant et le dominé. C'est le processus qui fait d'un phénomène historique, une évidence naturelle et qui transforme l'arbitraire culturel en naturel. C'est ainsi que les relations sociales, les moyens de communications et d'expression, le style de vie, et bien d'autres aspects sociaux subissent à la domination comme étant une règle ordinaire.

Bourdieu (1998) fait référence à ce que Woolf (1977) appelle comme « pouvoir hypnotique » de la domination en faisant le lien entre la ségrégation des femmes d'une part et les rituels d'une société archaïque d'autre part. Des termes utilisés par

⁶ Qui place au centre de l'homme et non la femme.

⁷ La doxa est l'ensemble des croyances ou des pratiques sociales qui sont considérées comme normales, comme allant de soi, ne devant pas faire l'objet de remise en question.

Woolf (1977) tels que les « rites mystiques » ou même les « lignes de démarcation mystiques » sont, selon Bourdieu (1998), des manifestations de la dimension symbolique de la domination masculine. C'est parce qu'en analysant la consommation des biens symboliques que nous pouvons comprendre les enjeux de l'asymétrie existante entre les sexes.

L'un des produits de ces rites purement mystiques est la division entre les sexes et l'attribution à chaque sexe d'un rôle conforme aux attentes de la société, à sa définition du genre et aux normes de distinction entre les genres : le rôle social. Il s'agit d'un travail collectif de « socialisation du biologique et de la biologisation du social » qui font apparaître le genre comme un habitus sexué autrement dit « une construction sociale naturalisée ». Ainsi, les différences de performances entre les hommes et les femmes sont des représentations qui nous font croire que « les hommes seraient plus agressifs et les femmes plus craintives ».

Ce processus de socialisation produit donc des rites institutionnels, émanant par exemple de l'église ou de la famille, qui accentuent les différences entre les genres en dessinant des règles de comportement pour chaque sexe. Les normes imposées aux femmes prennent ainsi la forme de règles et de limites comportementales et extérieures (d'apparence) concernant tout ce qui est en rapport avec son corps étant donné qu'il est socialement défini comme sacré.

La violence symbolique s'articule autour de la relation de pouvoir qui se crée entre le dominant et le dominé et plus particulièrement par le fait que le dominé reconnaît cette domination à partir d'une position de soumission. L'un des symboles qui se cachent derrière les objets est le genre. Pour Bourdieu (1998), les objets ont un genre ; pour exprimer l'attribution de certains objets et des activités qui y correspondent à la construction identitaire de genre de l'individu de même que son rôle social. Cela fait partie des rites et des mythes de la société. Le sociologue donne plusieurs exemples de l'incorporation de l'hexis corporel et l'habitus des hommes et des femmes à partir de ses observations au sein des paysans de la Kabylie. Par exemple, à sa naissance, l'enfant masculin est déposé à la droite de sa mère qui représente le côté masculin. Des objets fabriqués à partir du feu qui symbolise le mâle par excellence, font référence à la masculinité tels que le peigne à carder et le couteau sont mis autour de la mère et de son enfant.

La division des tâches et la socialisation des rôles peuvent être remarquées dans le moindre détail de la vie quotidienne de cette communauté. En effet, c'est au père d'effectuer la première coupe de cheveux de l'enfant pour exprimer la coupure avec le monde maternel étant donné que la chevelure représente typiquement le sexe féminin et donc le rapport du garçon avec sa mère et le monde de la féminité. Un autre rituel très important dans la séparation du garçon du monde maternel, est celui du premier passage au marché ; un monde extrêmement masculin qui fait partie du monde extérieur ouvert celui des hommes en opposition avec l'intérieur intime la sphère de la femme. Prendre son fils au marché pour le présenter aux autres

« hommes » et leurs fils fait partie du rôle du père afin de lui permettre de découvrir le « monde de la virilité ».

Si la socialisation des garçons s'effectue à partir des actes comme on l'a vu précédemment, celle des filles passe plutôt par des limites et des restrictions imposées et des obligations. La fille Kabyle apprend, selon Bourdieu, dès ses premières années d'enfance de respecter l'autorité masculine (le père et le frère) et même sa position de « soumise » vis-à-vis de lui. Cela se traduit par de diverses impératifs tels que ne pas écartier les jambes, signes de disponibilité sexuelle, se tenir courbée, les mains croisés sur la poitrine en face d'un homme respectable, regarder vers le sol, ne jamais affronter le regard d'un homme. Bourdieu explique que des traces de ces limites imposées aux femmes demeurent existantes dans les sociétés occidentales tels que les impératifs de baisser sa voix, baisser ses yeux et accepter les interruptions.

Dans ce même sens-là, même l'intuition des femmes est considérée comme un effet de la domination masculine étant donné qu'elles sont considérées comme inférieures et donc inaptes à la parole ce qui les pousse à développer cette intuition. Il s'agit donc d'un effet culturel et non pas une caractéristique biologique spécifique au genre féminin. Les femmes seraient par conséquent obligées de s'exprimer d'une manière plus discrète, affective et non verbale, en ayant recours aux émotions.

Suite à la logique de la théorie de la domination masculine, la femme est réduite à l'état d'un produit ou un objet qui circule dans l'« économie des échanges symboliques » de la part des hommes qui se représentent comme sujets dans cette économie. La femme se transforme donc en instrument symbolique utilisé par la « politique masculine ». La femme, précise-t-il, est perçue par les hommes comme un instrument de production et de reproduction du capital social et symbolique. Le fonctionnement de cette économie consiste à transformer le corps de la femme et d'autres objets qui peuvent être échangés sous les mêmes conditions en dons.

Cela nous ramène à l'idée de la relation radicalement dissymétrique entre les deux genres. Cette dissymétrie émane de la perception de la femme en tant qu'objet d'échange dans une économie où l'homme est un sujet qui gère et préside la production et la reproduction, alors que la femme est perçue comme le produit transformé de l'échange. Cette relation dissymétrique de domination se traduit dans la division sexuelle par la dévalorisation des œuvres de la femme face à l'héroïsation des œuvres de l'homme. Par exemple, la gestation et l'allaitement effectués par les femmes sont vite dévalorisés dans une logique de domination face à l'acte de fécondation réalisé par l'homme.

Cette logique s'applique sur toute autre tâche répartie entre les hommes et les femmes comme le « travail d'entretiens du capital social et du capital symbolique » ou toute autre activité de production. En effet, l'homme s'investit primordialement dans les « jeux » de la société : ces jeux sociaux qui représentent les relations sociales

et les rapports de force et de pouvoir qui se cachent derrière elles. Ce sont des jeux qui deviennent des lieux de croisement entre les investissements sociaux des hommes d'une part et les qualités des femmes d'autre part constituant un habitus social fondé sur une division radicale.

Les fondements de ce jeu consistent à ce que les hommes veillent à la préserver le capital symbolique ou même à l'augmenter. Ainsi, ils excluent les femmes des lieux extérieurs ou publics étant donné que ce sont des lieux « sérieux » et importants dans la construction et l'existence sociale. Ces jeux « sérieux » sont réservés aux hommes tandis que « les femmes sont vouées aux enfants et à l'enfantillage » ce qui contribue à faire oublier que « l'homme est aussi un enfant qui joue à l'homme » (Bourdieu, 1998).

L'homme résiste à l' « effet d'imposition symbolique » provenant de certains objets ou certaines fonctions « impensables ou non-naturelles » pour le genre masculin en position de dominant étant fortement liés au monde des dominées, les femmes. Ainsi, plusieurs recherches en marketing et en comportement du consommateur ont expliqué l'évitement des tâches ménagères et des courses de la part de certains hommes même dans au sein des couples les plus « modernes » ou les plus égalitaires, par cette logique d'opposition culturelle existante entre le genre masculin et féminin et tout ce qui dérive de leurs mondes séparés dans une perspective de genre, en plus du fait que les courses alimentaires et les tâches ménagères soient des tâches évitées par le membre ayant la position de pouvoir au sein du couple, en occurrence l'homme suivant la logique de la théorie de domination masculine (e.g : Ferree, 1990 ; Campbell, 1997).

Continuons dans cette même logique de domination masculine et de son concept de violence symbolique, la résistance des hommes aux tâches perçues comme féminines s'inscrit dans un évitement de sentiment d'humiliation étant donné que selon Bourdieu (1998) « la pire humiliation qu'un homme peut avoir c'est d'être transformé en femme ». La violence symbolique s'articule dans ce cas-là donc en attribuant une tâche douce et féminine au dominant qui est censé être viril.

La virilité est d'ailleurs « une notion éminemment relationnelle, construite devant et pour les autres hommes et contre la féminité, dans une sorte de peur du féminin, et d'abord en soi-même » Bourdieu (1998, p. 59). Elle représente pour les hommes « leur capacité reproductive, sexuelle et sociale » (p.57). Elle est donc l'une des facettes de la violence symbolique. La virilité consisté également à se sentir en position de force, de dominant et c'est à la femme de lui faire sentir ce sentiment en le respectant et le glorifiant. Cependant, « la virilité doit être validée (aussi) par les autres hommes, dans sa vérité de violence actuelle et potentielle, et certifiée par la reconnaissance de l'appartenance au groupe des vrais hommes » (p.58).

Plusieurs chercheurs se sont basés sur la théorie de la domination masculine de Bourdieu (1998) pour analyser la répartition des tâches au sein des couples ou même

pour étudier certains types de familles. La même notion de la domination masculine est retrouvée dans d'autres recherches qui, malgré qu'elles s'inscrivent dans de différents cadres théoriques, considèrent les masculinités traditionnelles comme « encapsulant des traits saillants, historiquement et activement renforçant la supériorité des hommes telles que la violence affichée et un comportement de domination envers les femmes » (Littlefield, 2010). La recherche de Coskuner-Balli et Thomspson (2013) sur les pères-au-foyer fait l'objet d'une analyse majoritairement culturelle, et est en effet également basée sur la théorie du capital culturel de Bourdieu (1986) afin d'expliquer les enjeux identitaires d'une telle situation sur le quotidien de ces pères ainsi que le comportement de consommation d'une manière plus générale. Le capital culturel a été dissocié par Bourdieu (1986) en trois capitaux : le capital culturel qui représente les connaissances et les compétences de l'individu ; le capital social qui constitue les connections sociaux de la personne ainsi que son statut social ; et le capital symbolique qui fait référence à la reconnaissance sociale, le prestige et l'autorité de l'individu. Selon eux, les pères d'une famille ordinaire s'investissent dans un positionnement identitaire où la masculinité est culturellement dominante, plus particulièrement au sein des familles où les pères sont considérés comme les « sauveurs » ou les « protecteurs » de la famille. De ce fait, certains pères-au-foyer vivent des crises identitaires étant donné qu'ils ne se trouvent plus dans cette position de dominants. Certains d'entre eux se sentent même dominés à force de devoir justifier leur situation d'inversement de rôles vis-à-vis de leurs épouses et de la société ce qui transforme les maîtres du jeu de la violence symbolique en victimes.

2.2.L'approche Féministe

Le terme féminisme est un terme qui a commencé à être utilisé au 19^{ème} siècle pour décrire une femme ayant des traits masculins ou pour exprimer la féminisation d'un corps masculin. Aux Etats-Unis le terme « *feminism* » d'origine française a été utilisé en début du 20^{ème} siècle pour désigner un groupe de femmes qui « affirmaient le caractère unique de la femme, l'expérience mystique de la maternité ainsi que la pureté particulière du genre féminin » (Jaggar, 1983). La signification du terme s'est rapidement détournée pour désigner un positionnement politique qui vise à changer la position sociale des femmes.

Depuis lors, le terme a pris le sens d'un courant de pensée qui adhère à l'idée que les femmes sont assujetties en raison de leur sexe et qui réclame une égalité du moins formelle au niveau de la loi. Ensuite, ce terme a été utilisé pour désigner les premiers écrivains et penseurs comme « féministe » en reconnaissance des liens entre leurs arguments et ceux du féminisme moderne.

Le fondement de la pensée féministe repose sur la volonté d'imaginer un monde où les femmes sont capables de réaliser leurs potentiels en tant qu'individus surtout dans le temps où les femmes n'avaient pas encore une identité légale reconnue (Bryson, 1999). Cela a encouragé le féminisme moderne à faire de la légitimation de leurs idées une priorité en répandant leur message à un niveau international et en invitant le plus grand nombre possible de femmes à réagir et à collaborer avec ce mouvement comme l'explique Bryson (2003) quelques années plus tard dans sa « théorie politique féministe » (Feminist Political Theory).

Dans les années 1980, et malgré l'existence de plusieurs sous-courants féministes, l'engagement fondamental de mettre fin à l'oppression des femmes était partagé par la plus grande majorité des références féministes bien que de diverses approches philosophiques ou politiques soient mobilisées afin de résoudre cette problématique (Donovan, 1992). Les féministes considèrent donc que les femmes souffrent d'une discrimination sociale et d'une inégalité matérielle et symbolique simplement en raison de leur identité biologique ; une cause qu'elles s'engagent à contester.

Dans son ouvrage « *Gender Trouble : Feminism and the Politics of Subversion* », Judith Butler (1990) développe la notion de « Gender Trouble » (Trouble du genre) sous un angle identitaire mettant en avant les confusions et profusions de l'identité du genre. En partant de cette perspective identitaire, et inspirée de la fameuse formule, « On ne naît pas une femme, on le devient », de Simone De Beauvoir (1949), Butler (1990) a pu défendre l'idée que le genre est une construction identitaire qu'elle appelle à repenser « à partir des marges ». En effet, De Beauvoir (1949) avait considéré le genre comme étant le résultat d'un apprentissage et selon elle, « la femme « féminine » est un trait qui se développe en elle dès ses premières années. Cependant, il est faux de prétendre que c'est une donnée biologique ; en vérité, c'est un destin qui lui est imposé par ses éducateurs et par la société » (De Beauvoir, 1949).

Ainsi, Butler (1990) continue les recherches de Michel Foucault sur les rapports entre les genres, la sexualité ainsi que la notion du pouvoir. Butler (1990) précise que son étude vise à « contester les présupposés sur les limites et les bons usages du genre, dans la mesure où ceux-ci limitent les significations du genre à des idées reçues sur la masculinité et la féminité ». Selon elle, l'un des objectifs de sa recherches c'est aussi d'étudier la hiérarchie du genre afin de comprendre comment cela produit et consolide le concept du genre. Elle a cherché également à dévoiler comment « nos façons même de penser les « genres de vie » possibles sont forcloses par des présupposés répandus et violents ».

Suite à cela, Butler (1990) invite à une critique radicale non seulement de l'hétéro-normativité qui impose un ordre sexuel fondé sur la même perspective de partage entre les hommes et les femmes, mais aussi cette même normativité qui trace le partage entre l'hétérosexualité et l'homosexualité (Fassin, 2005). L'importance de cette recherche réside principalement dans le bouleversement des approches et des idées reçues sur le genre en s'éloignant du mode binaire à travers lequel il était perçu

vers une approche moins homogène considérant le genre comme étant une identité flexible construite tout au long de la vie des individus qui peuvent la réinventer ou même la changer à travers leurs pratiques. Ainsi, Butler (1990) rejoint Foucault (1984) en affirmant que l'identité du genre d'un individu ne se définit pas par son sexe ou sa sexualité.

Judith Butler (1990) ne se contente pas de proposer la déstructuration du genre en tant que concept et la remise en cause des normes du genre, mais elle invite aussi à la prise en compte des formes de discours qui en découlent. En effet, elle donne l'exemple du port de voile qui peut être vécu par certaines femmes dans les sociétés orientales comme étant un affranchissement vis-à-vis de la domination masculine et non pas comme une soumission aux hommes contrairement à ce qu'on en dit dans les sociétés occidentales. D'où son appel à la « nécessité d'une traduction des actes de résistance des unes dans l'univers sémantique des autres » (De La Vega, 2005).

L'une des implications les plus fondamentales de l'étude de Butler (1990) est aussi de considérer que les ontologies du genre opèrent comme « des injonctions normatives dans des contextes établis » ce qui fait qu'il n'existe pas d'ontologie du genre sur laquelle construire une politique (Kraus, 2005). De plus, « les configurations culturelles du sexe et du genre pourraient se multiplier ou plutôt la manière dont elles le font déjà pourrait pénétrer les discours qui structurent culturellement la vie intelligible ».

Le féminisme libéral qui s'appuie sur la diversité de la pensée libérale dominante dans les sociétés occidentales depuis l'Ere des Lumières, affirme que la position sociale subalterne des femmes peut être traitée par des processus politiques existant dans le système démocratique. Par exemple, Mary Wollstonecraft (2003)⁸, l'une des premières fondatrices de la philosophie féministe, affirme que si les hommes et les femmes sont éduqués d'une manière équitable, cela signifie qu'ils ont le droit à un « accès égale » à la société. Cela signifie également que la démocratie est naturellement adaptable à l'égalité des deux sexes. De ce fait, les féministes libérales auraient plutôt tendance à accepter à certaines limites, l'idée que les hommes et les femmes soient adaptés à des sphères séparées entre la gestion domestique et le marché de travail. Elles réclament tout simplement une meilleure reconnaissance et valorisation du travail domestique. La pensée féministe a donc permis de percevoir le travail domestique comme un véritable travail en réclamant sa reconnaissance en tant que travail de la part de la société.

Depuis, plusieurs pensées féministes ont apparu tel que le féminisme marxiste ou socialiste résultant de la révolution industrielle qui s'intéressait plutôt aux conditions des femmes en vue de la montée du capitalisme (Welehan, 1995). La renaissance du mouvement féministe notamment dans les pays occidentaux dans les années 70, a

⁸ Mary Wollstonecraft 2003, p. 139, *The Collected Letters* ; Emily Sunstein 1975, p. 154

abouti à une meilleure concentration sur le travail domestique en affirmant son caractère de travail.

La présentation des différents courants féministes nous permet de constater la forte influence non seulement des sciences sociales mais aussi de la philosophie depuis la naissance de ce mouvement dès les années 1950 ce qui a conduit à des transformations considérables dans la pensée féministe. Bristor et Fischer (1993) distinguent entre trois courants féministes majeurs tous issus du mouvement féministe principal ou le « féminisme classique » tel qu'ils le nomment. Ces trois courants sont : le féminisme libéral, le féminisme social et le féminisme post-moderne. Le tableau 2 ci-dessous résume les fondements de chacun de ses courants tel que présenté par Bristor et Fischer (1993).

Avec l'arrivée de la femme sur le marché de travail « extérieure », le mouvement féministe contemporain se soucie des « double-journées » des femmes qui travaillent et qui s'occupaient seules des tâches ménagères au sein de leurs foyers, chose que le mouvement féministe veille à dénoncer fermement. Cela a contribué à la légitimation non seulement de la problématique du travail des femmes mais aussi des autres problématiques qui en découlent particulièrement le partage du travail ménager (Delphy, 2015).

Cependant, Delphy (2015) considère que de nouvelles questions féministes doivent être prise en considération face au partage inégal des tâches ménagères et du travail domestique d'une manière plus large entre les hommes et les femmes dans les couples hétérosexuels car selon elle, le progrès demeure « infinitésimal » et qu'une nouvelle popularisation des réflexions de la part des féministes sur le sujet du partage du travail domestique lui semble primordiale.

Courant	Féminisme Libéral	Féminisme Social	Féminisme Post-moderne
Fondement théorique	Libéralisme politique	Marxisme	Post-modernisme
Expérience	L'objectivité de la connaissance : L'expérience permet aux hommes comme aux femmes d'acquérir la même connaissance.	La subjectivité de la connaissance : En raison des expériences différentes, les connaissances diffèrent elles aussi entre les hommes et les femmes.	Le discours dominant médiatise la totalité des expériences. Les connaissances peuvent par conséquent être révisées et critiquées.
Conceptualisation du sexe et du genre	Les hommes et les femmes sont rationnellement identiques. Les différences observées sont dues à la socialisation ou à l'accès aux opportunités.	Les différences fondamentales entre les hommes et les femmes sont liés au sexe biologique et social. Le sexe psychologique peut être différent du sexe biologique.	L'opposition entre la masculinité et la féminité est omniprésente dans les discours dominants. Les différences entre les hommes et les femmes sont prises pour acquies. La déconstruction des discours dominants permet la remise en cause de ces acquies.
Stratégies et Objectifs de changement	Réformer et renforcer les lois afin de garantir aux femmes un accès aux opportunités égal. S'efforcer à supprimer les différences liées aux sexes dans les comportements quotidiens.	Montrer qu'une femme et les caractéristiques féminines ne sont pas inférieures. Arriver à un état où les différents sexes et genres sont traités et valorisés d'une manière égale.	Remettre en cause l'hégémonie des discours dominants qui rabaisent systématiquement les femmes ainsi que les autres groupes marginalisés. Chercher à développer l'ouverture de la société afin d'offrir des perspectives valorisées de façon égale.

Tableau 2. Les principaux courants féministes (Bristol & Fischer, 1993)

La domination de l'idéologie masculine en marketing ainsi qu'au niveau de la « connaissance du consommateur »⁹ (*Consumer Knowledge*) (Bristor et Fischer 1994 ; Penaloza, 1994 ; Woodruffe, 1996) a fait l'objet de plusieurs recherches s'inscrivant dans l'« épistémologie féministe » (Harding, 1987 ; Longino, 1991). L'épistémologie féministe est une branche politique de l'épistémologie naturalisée (Quine 1969) concernée principalement par les critiques de constructions de genre, les normes de genre et les intérêts « genrés » au sein de la production de connaissances (Anderson, 1995) ainsi que la théorisation et la légitimation des pratiques de la production de la connaissance féministe (Harding 1987).

Ainsi, Bettany (2006) a complété d'autres travaux sur les idéologies dominantes en marketing et comportement du consommateur d'autant au niveau des valeurs que des pratiques (Bristor et Fischer, 1993 ; Hirschman, 1993 ; Stern, 1993). En mobilisant les notions de la « masculinité culturelle » dans les disciplines universitaires développées par Wagner (1994), Bettany (2006) montre la richesse apportée à travers l'adoption de l'épistémologie féministe (Bettany et Woodruffe-Burton, 2005) et des différentes approches féministes. Un moyen qui selon elle, peut aboutir à la production de la « connaissance féminine » dans des disciplines tels que le marketing où l'idéologie masculine prédomine.

Suite à des critiques au mouvement féministe sur la question du genre et du partage des tâches ménagères entre les hommes et les femmes, l'intervention du post-féminisme, du post-modernisme et du post-structuralisme ont contribué à l'enrichissement des pensées sur la conception de la féminité et du féminisme voire même sur la définition de la femme en vue de la problématisation de certaines questions qui la concernent générant ainsi un débat dans le discours social. A travers ce débat, le féminisme a pu contribuer à l'ordre social et exercer une influence sur la prise des décisions socio-politiques surtout sur la question de l'égalité entre les genres.

2.2.1. *Le Mystique Féminin*

En 1957, et lors d'une recherche qui lui a été confiée auprès des femmes, Betty Friedan (1963) s'est rendu compte « d'un problème qui n'a pas de nom » tels qu'elle le décrit dans l'introduction de son ouvrage « *The Feminine Mystique* » (*La Mystique Féminine*). Le problème soulevé par Friedan (1963) est le « mécontentement largement répandu » des femmes américaines à l'égard de leurs vies de « housewives » (femmes au foyer) entre les années 1950 et 1960.

⁹ La connaissance du consommateur comme culture épistémique du marketing et du comportement du consommateur.

Dans cet ouvrage largement considéré comme étant l'un des livres les plus influents du vingtième siècle et est reconnu pour avoir déclenché la deuxième vague féministe aux Etats-Unis (Schuessler, 2013), Friedan (1963) souligne la persistance de la tendance généralisée des femmes « malheureuses » tout au long des années 1950 malgré le taux de natalité en hausse durant cette période, et malgré que la « culture américaine insistait que l'épanouissement des femmes provenait essentiellement de leur vie familiale et dans leur rôle de housewives ». Ainsi, Friedan déclare que la société américaine ne pouvait plus ignorer cette voix féminine qui réclamait plus que le mariage, des enfants et un foyer pour l'accomplissement de leur identités et pour leur épanouissement.

Friedan (1963) évoque les représentations de la femme dans les magazines féminins qui, selon elle, sont souvent réalisés par des hommes et qui montraient les femmes comme soit étant heureuses dans leur vie familiale et dans le soin de leurs enfants et la gestion de leurs foyers, soit malheureuse dans leurs vies professionnelles. L'utilisation du terme « mystique » provient donc de la considération de la femme comme étant un être « naturellement dévouée » pour être des femmes au foyer et des mères qui sacrifient leurs vies personnelles ou professionnelles (Coontz, 2011). Friedan (1963) note ensuite que cela est en contraste avec les années 1930, l'époque à laquelle les magazines féminins américains sélectionnaient souvent des héroïnes confiantes et surtout indépendantes, dont nombreuses d'entre elles mettaient en avant leur investissement dans leurs carrières.

D'après elle, bien que les théoriciens apprêtent toute leur attention à la façon dont les hommes ont besoin d'accomplir leur identité, les femmes sont censées être autonomes. Comme si les théoriciens de la féminité considéraient l'anatomie comme le destin de la femme et que son identité est déterminée par sa « biologie ». Face à cela, Friedan (1963) considère que les femmes ont besoin de « mûrir » afin qu'elles puissent trouver leur « identité humaine ». « Dans un sens qui va au-delà de la vie de n'importe quelle femme, je pense qu'il s'agit d'une crise des femmes qui sont entrain de murir, un point tournant de l'immatunité appelée la féminité à l'identité humaine complète » affirme-t-elle.

Diplômée en psychologie, et dans ce même sens-là, Friedan (1963) a critiqué Sigmund Freud dont les idées étaient considérablement influentes aux Etats-Unis au moment de la publication de son ouvrage « The Feminine Mystique ». Elle lui reproche son regard envers la femme comme étant un être « enfantin » destiné à devenir une épouse et une femme au foyer. Elle critique plus particulièrement les propos suivants de Freud: « Je crois que toutes les mesures de réforme de la loi et de l'éducation échoueront face au fait que bien avant le temps où l'homme pouvait disposer d'une position dans la société, la nature a déterminé le destin de la femme à travers son charme, sa beauté et sa douceur. Même si la tradition et la loi ont beaucoup de droits à fournir aux femmes, des droits dont elles étaient privées, la position de la femme va

sûrement être ce qu'il est : une chérie adorée dans sa jeunesse, et une épouse aimée dans ses années de maturité ».

D'autre part, Friedan (1963) souligne que le concept de « Penis Envy »¹⁰ (Envie de Penis) de Freud a été développé pour étiqueter les femmes qui souhaitaient avoir une carrière comme névrotique, et que la popularité de l'œuvre et les idées de Freud ont transformé le « mystique féminin » sur l'épanouissement des femmes dans les tâches ménagères en une sorte de « religion scientifique » que la plupart des femmes n'étaient pas assez instruites pour critiquer.

Friedan (1963) discute également dans son ouvrage du combat mené par les féministes américaines contre le fait de considérer que le rôle de la femme se limite uniquement à son rôle d'épouse et de mère et que ses fonctions s'arrêtent à la gestion domestique tels que la cuisine, les tâches ménagères et les courses, et au soin et l'éducation des enfants. Elle est reconnaissante à ce combat, grâce auquel des droits importants pour la femme ont été obtenus tels que le droit au vote, le droit à l'éducation ainsi que le droit de poursuivre une carrière professionnelle.

Le sixième chapitre de l'ouvrage est consacré à la critique du fonctionnalisme qui a essayé, d'après Friedan, de rendre les sciences sociales plus crédibles en étudiant les différentes institutions de la société comme si elles faisaient partie d'un même corps social, comme en biologie à titre d'exemple. Les institutions ont été étudiées du point de vue de leurs fonctions au sein de la société de la même façon que les femmes ont été confinées dans leurs rôles biologiques et sexuels en tant que mères et femmes au foyer et de faire convaincre la société et plus particulièrement les femmes que faire autrement romprait l'ordre social (Bourdieu, 1998) ou l'équilibre social. Friedan affirme que cela n'a pas été prouvé et donne l'exemple de Margaret Mead, une fonctionnaliste de premier plan, qui a eu une carrière florissante en tant qu'anthropologue (Horowitz, 1996).

Friedan (1963) discute également du changement au niveau de l'éducation des femmes à partir des années 1940 jusqu'au début des années 1960, une période durant laquelle de nombreuses écoles de femmes se concentraient essentiellement sur des cours considérés comme appropriés à la vie des femmes tels que le mariage, la famille et les activités de la gestion domestique. D'après elle, cela est dû à l'influence des éducateurs par le fonctionnalisme qui estimaient que « trop d'éducation » aurait gâché la féminité des femmes et leur capacité à l'épanouissement sexuel. Friedan

¹⁰ « L'envie de pénis » est un complexe vécu par les fillettes quand elles se rendent compte qu'elles ne possèdent pas de pénis et que leurs propres sexes sont tronqués. Selon Freud, ce concept correspond au pendant féminin du complexe de castration masculin. Cette découverte, d'après Freud, serait vécu comme une frustration voire même une privation. « L'envie du pénis » est donc, d'après Freud, le fantasme féminin de récupération du pénis manquant. Cette découverte serait un des moments constitutifs de la personnalité féminine. (Spivak G. (2009), « En d'autres mondes, en d'autres mots », Paris, 2009, p. 157, cité par Claire Galien dans Recensé : Gayatri Chakravorty Spivak, En d'autres mondes, en d'autres mots. Essais de politique culturelle, traduit de l'anglais (États-Unis) par Françoise Bouillot. Paris, Payot, 2009. 512 p., In Other Worlds, 1987

affirme que ce changement dans l'éducation arrêta à un jeune âge le développement affectif des filles étant donné qu'elles n'avaient jamais à faire face à une crise identitaire douloureuse, et la maturation subséquente qui est souvent le résultat de nombreux défis d'adultes.

Friedan (1963) note que les incertitudes et la crainte vécues par les Américains durant la deuxième guerre mondiale ont rendu la vie domestique « idéalisée » comme source de sécurité et d'intimité. Cette vision idéalisée consistait fondamentalement à une répartition radicale des rôles au sein du foyer entre le père et son rôle de « breadwinner », soutien financier du ménage, et la mère et son rôle de « housewife », responsable principale du travail domestique. Selon elle, la discrimination, le licenciement et l'hostilité rencontrés par la grande majorité des femmes qui ont occupé des emplois précédemment occupés par des hommes, lorsque ces derniers sont revenus, ont contribué à cette répartition radicale, en plus des éducateurs qui blâmaient les femmes sur-éduquées, concentrées sur leurs carrières professionnelles, pour l'inadaptation des soldats de la seconde guerre mondiale.

De plus, elle montre comment les publicitaires et les annonceurs essayaient d'encourager les femmes au foyer à se considérer comme des professionnels ayant besoin de produits adaptés et spécialisés afin qu'elles puissent effectuer leur « travail » d'une manière réussie. Ces femmes-là étaient souvent découragées à mener une carrière professionnelle réelle car cela signifiait pour les marketeurs qu'elles ne s'investiraient pas suffisamment dans les tâches domestiques et n'auraient donc pas tendance à acheter plus de produits ménagers ce qui réduit les revenus des annonceurs.

Ce qui a marqué Friedan (1963) le plus en interviewant les femmes au foyer, c'est que malgré que ces dernières n'exprimaient pas leur épanouissement dans la gestion ménagère, elles paraissaient toutes fortement occupées et pleinement investies dans l'accomplissement de leurs tâches domestiques. De ce fait, Friedan postule que ces femmes étendent inconsciemment leurs tâches à la maison afin qu'elles remplissent leur temps, étant donné que la mystique féminine enseignait à ces femmes-là que leur rôle consistait à assurer ces tâches-là, et que si jamais ces tâches se terminent cela signifierait qu'elles sont « inutiles ».

Par ailleurs, l'un des effets secondaires de la mystique féminine serait aussi, selon Friedan, un manque émotionnel vécu par certains enfants, dû au manque de l'épanouissement de leurs mères. Lorsque la mère manque de « soi » et d'accomplissement de soi, elle essaie de vivre à travers son enfant qui lui aussi à son tour perdrait le « sens de soi » et de l'identité de soi en tant qu'être séparé ayant sa propre vie indépendamment de celle de sa mère.

En appliquant la pyramide des besoins de Maslow, Friedan (1963) note que les femmes ont été « piégées », pour reprendre ses propos, au niveau des besoins basiques physiologiques, car elles sont censées trouver leur identité à travers leur

rôle sexuel. Pour Friedan, les femmes ont besoin tout comme les hommes de professions significatives afin qu'elles puissent atteindre l'auto-actualisation, le plus haut niveau de la hiérarchie des besoins.

A la fin de son ouvrage, Friedan (1963) insiste sur le fait que le meilleur point de démarrage pour aller à l'encontre de la mystique féminine est de ne plus considérer le ménage comme une carrière, et que les femmes ne cherchent plus à accomplir leur épanouissement et leur identité de soi exclusivement à travers leur mariage et leur identité maternelle mais plutôt à travers un travail qui leur permet d'utiliser leurs capacités mentales et intellectuelles. Ce « voyage » vers l'auto-actualisation de soi sera, d'après elle, sera jonché d'obstacles notamment les résistances des hommes et même leurs propres craintes. La solution la plus efficace, selon elle, est l'éducation qu'elle a promue dans le dernier chapitre de son ouvrage afin que les femmes Américaines ne soient plus piégées dans la mystique féminine appelant ainsi à une nouvelle réflexion sur la signification de la féminité et du rapport du monde domestique dans la construction identitaire de la femme.

Malgré son grand succès et sa vaste réputation, cet ouvrage n'a pas été épargné de quelques critiques qui ont noté que plusieurs magazines de l'époque n'ont pas reflété que l'image de la femme au foyer mais tel que présenté dans cet ouvrage, mais ont aussi discuté des métiers et des travaux à temps partiel ou plein occupés par les femmes même si ces articles et magazines ont mis en relief l'importance du rôle traditionnel de la mère et de garder l'image traditionnelle de la féminité qui se construit autour de ce rôle (Meyerowitz, 1993).

En outre, Friedan (1963) a été critiquée de s'être intéressé uniquement au « sort » des femmes blanches de classe moyenne et de ne pas donner assez d'importance à la diversité des situations rencontrées par les femmes appartenant à d'autres groupes ethniques ou d'autres classes sociales faisant face à des situations économiques moins stables (McGuire & Wheeler, 2013). Par exemple, malgré que l'ouvrage soit écrit pendant la période de la montée du mouvement des droits civiques¹¹ aux Etats-Unis, le discours de Friedan mentionne à peine les femmes afro-américaines. Elle a été également critiquée pour des préjugés contre l'homosexualité.

2.3. L'approche Post-moderne

Plusieurs définitions parfois divergentes ont fait l'objet de l'intérêt de certains théoriciens au post-modernisme, créant ainsi un « flou artistique » pour reprendre les propos de Magnan et Morin (1997) ce qui a poussé certains d'entre eux à considérer qu'« il n'y a pas un mais des post-modernismes » (Gontard, 1998). Malgré ces divergences, le post-modernisme peut être définie comme une théorie de culture, de société et d'histoire formant un ensemble de concepts et d'idées concernant les

¹¹ La nouvelle phase dans laquelle est entrée la lutte pour les droits civiques aux Etats-Unis, notamment le vote des Civil Rights Act en 1964 qui interdit toute forme de discrimination raciale.

sociétés industrialisées de la dernière partie du vingtième siècle. Le post-modernisme vise essentiellement à décrire et analyser des traits distinctifs de ces sociétés et de théoriser les ramifications de ces caractéristiques pour les relations entre les groupes sociaux, les individus ainsi que les identités individuelles et pour les statuts et les formes de la connaissance, de la science et de la culture. Si le post-modernisme et le post-structuralisme en tant que concepts semblent être utilisés d'une manière interchangeable dans certaines recherches, les deux courants présentent plusieurs différences au plan pragmatique. En effet, le post-structuralisme est plutôt considéré comme une théorie de connaissance et de langue, tandis que le post-modernisme est définie comme étant essentiellement une théorie de société, de culture et d'histoire comme nous l'avons souligné précédemment (McLuhan & Marshall, 1994).

Baudrillard (1990) considère que les principales caractéristiques des sociétés développées dans la période postmoderne sont la désorganisation, l'insécurité, l'incertitude et la pluralité des représentations culturelles et des formes de la connaissance accompagnée d'une reconnaissance plus importante des différences et de la diversité. Cela s'applique clairement sur la logique adoptée par le courant postmoderne dans les théories du genre. En effet, l'une des plus importantes conséquences du défi postmoderne à l'héritage de la pensée des Lumières a été la déstabilisation des catégories dichotomiques entre les genres et la reconnaissance accrue des différences au sein de ceux ou celles appartenant à la même catégorie de femmes ou d'hommes (Hekman, 1990).

Dans le même ordre, le postmodernisme assure une sorte de démarquage des théories qui visent à expliquer d'une manière causale les relations entre les genres dans un sens universaliste comme le patriarcat à titre d'exemple (Butler, 1999). Le démarquage de ces théories se fait principalement dans la considération d'une approche qui se base sur l'analyse du discours dans la construction du genre. Ainsi, le postmodernisme a pu influencer quelques courants de pensées féministes qui ont adopté la pluralité et la diversité des représentations du genre donnant naissance à un nouveau courant féministe : le post-féminisme (Brooks, 1997). Pour Felski (2000), le féminisme peut rencontrer le postmodernisme en tant que concept sur les questions de diversité des catégories voire même des sous-catégories au sein des hommes et des femmes, mais doit tout de même garder quelques préoccupations modernes notamment en ce qui concerne l'inégalité entre les genres. Selon lui, l'analyse féministe « doit réaliser que le pouvoir et l'inégalité ne résident pas que dans le discours, même si nous ne pouvons les donner du sens qu'à travers le discours » (Felski, 2009).

Si Lyotard (1979) fait de la fin des métarécits la marque essentielle de la postmodernité, pour Zarka (2011), la postmodernité marque des changements principalement survenus à trois niveaux : premièrement la révolution des mœurs qui se traduit par une polyvalence de la sexualité, ainsi qu'une recomposition des vies familiales qui sont selon lui les effets des biotechnologies sur la parenté. Cela trace le

déclin d'une morale sociale homogène vers une révolution de mœurs sociales plus hétérogènes. Le deuxième niveau, est celui de l'informatisation de la société qui implique de nouvelles règles dans la communication et les rapports humains, les échanges interpersonnels et sociaux, accompagné du déploiement de nouveaux modes d'accès aux savoirs. La politique est le troisième niveau le plus marqué par les changements de l'ère post-moderne, qui se caractérisent par la domination des marchés économiques et financiers sur la politique, la montée des conflits culturels, ainsi que la naissance de pouvoirs transnationaux non étatiques.

Ces transformations majeures se traduisent par la remise en cause des grandes idéologies totalisantes telle que le patriarcat, la famille, la science, la religion et même la sexualité devenues des normes voire même implicitement des lois. Ainsi, la postmodernité consiste à la déconstruction de normes et « lois » de la modernité en les remettant en question et en proposant des modèles plus hétérogènes.

Sur la question du genre et de la sexualité, les mouvements féministes et d'autres tels que le mouvement LGBT luttent contre la hiérarchie des genres caractérisée par la domination du genre masculin sur le genre féminin, et pour une nouvelle conception du sexe et du genre. C'est dans ce même ordre que Michel Foucault (1984) a montré que la sexualité n'était qu'une invention socioculturelle et historique. Ainsi, les individus n'ont pas une sexualité mais plutôt des pratiques sexuelles. Une idée qui rejoint la distinction entre le genre et le sexe effectuée par plusieurs chercheurs qui ont montré que le sexe de l'individu est indépendant de son genre et qu'il s'agit de deux appréhensions différentes. C'est dans cette perspective, que le courant des Gender Studies est né. Une approche que nous allons étudier en détails dans la partie suivante.

2.3.1. Les Gender Studies

Après avoir présenté le genre dans son approche d'opposition notamment celle de Bourdieu (1998) qui met en relief une relation de domination entre le genre masculin et le genre féminin, fortement basée sur des attributs biologiques, nous allons présenter dans cette partie le genre sous un angle de « gender studies », un courant qui se base sur la considération du genre comme étant un concept qui se réfère à la classification sociale entre masculin et féminin, aux rôles sociaux attribués aux hommes et aux femmes, ainsi qu'aux rapports sociaux de sexe (Dortier, 2008). Le genre est donc considéré comme une représentation sociale (Moscovici, 1994), « une forme de connaissance socialement élaborée, construite et partagée, qui concourt à la construction d'une réalité commune à un ensemble social précis » (Emond, 2009). Dans cette approche, le genre, tout comme l'identité, est également considéré un « bricolage » (Merla, 2010).

Cette approche consiste particulièrement à la contestation du déterminisme biologique et de la considération des rapports de pouvoir entre les genres. Elle

propose de l'étudier sous un angle socio-culturel : le rôle social. En effet, après la deuxième vague des courants féministes qui ont émergé dans les pays occidentaux entre les années 1960 et 1970. Alors que la première vague des mouvements féministes était centrée sur la réclamation de l'égalité juridique entre le sexe féminin et le sexe masculin, les mouvements de la deuxième vague féministe et notamment les courants post-féministes et post-modernes ont préparé le terrain pour l'institutionnalisation de l'égalité entre les genres ou en d'autres termes l'intégration de cette cause dans les institutions politiques, éducatives et sociales des états selon des temporalités et des degrés qui ont certainement varié d'un état occidental à un autre (Bereni et al., 2008).

Ce processus d'institutionnalisation a été plus précoce et plus abouti que dans la plupart des pays européens y compris la France. Initialement, on ne parlait pas d'études de genre mais plutôt d'études sur les femmes (women's studies) ou d'études féministes (feminist studies). A partir des années 1980, le terme « gender studies » a été diffusé aux Etats-Unis pour faire référence aux recherches effectuées sur le genre dans des différentes disciplines après l'institutionnalisation de ces études dans les universités américaines.

En revanche, et avant de prendre en considération la distinction entre le sexe et le genre comme deux catégories analytiques distinctes, la plupart des études menées sur le genre ne considéraient que l'aspect du sexe biologique, qui ne révélaient que des différences entre les hommes et les femmes en terme d'apparence physique ou d'emplois. Dans certaines disciplines, certaines études évitaient même d'aborder des aspects comparatifs entre les genres afin d'adopter une position « politiquement correcte » ce qui était le cas en psychologie en Allemagne, qui malgré son fort développement dans les années 1920-1930, la grande majorité des chercheurs ont préféré d'éviter toute comparaison entre les sexes (McGuinness, 1990). Il a donc fallu attendre quelques dizaines d'années avant de voir la psychologie s'intéresser aux différences comportementales entre les garçons et les filles (Moscovici, 1994).

En sociologie, les premières études qui avaient comme objectif d'étudier le « genre » et non pas le « sexe » ont apparu aux Etats-Unis dans les années 1970. Ce sont, en effet, des études féministes qui ont adopté la distinction entre la notion de « sexe » et celle du « genre » : le sexe comme étant défini comme « l'ensemble des caractères qui permettent de distinguer chez la plupart des êtres vivants le genre mâle du genre femelle »¹². Un terme également attribué pour désigner tout ou une partie des organes génitaux, le pénis chez l'homme et la vulve et le vagin chez la femme.

Suite à cette distinction, ces études ont donc considéré que le genre est le fruit d'une construction sociale et ont par conséquent reconnu le rôle du genre comme un des éléments constructifs de l'identité. Cela a donc abouti à une considération du genre et non plus le sexe comme un outil d'analyse, à un caractère fortement symbolique, pour de différents phénomènes sociétaux. Rebaptisées par la suite « gender studies »,

¹² Définition du Larousse, 2007.

ces études se sont attachées à des domaines variés tels que la politique, le droit ou encore la littérature (Bereni et al., 2008).

Le genre a donc depuis quitté le seul champ de la grammaire pour investir les discours, voire les discours sur les discours comme outil critique d'analyse. En effet, le genre est devenu un concept « opérant un incessant va-et-vient entre la théorie et la praxis, telle qu'une pierre d'achoppement des rapports sociaux de sexes, qu'ils prennent la forme d'un balancement entre inclusion et exclusion, sphère publique et sphère privée, ou qu'ils fassent du sexe féminin, au propre comme au figuré, un point aveugle, sinon un élément perturbateur qui menace à la fois l'ordre symbolique et la cité » pour reprendre les termes de Nicole Albert (2009).

Même si le genre est souvent considéré comme étant un concept émanant du « développement du comportement humain » (*Development of Human Behavior*), qui met l'accent sur le processus de socialisation de l'enfant qui adopte un ensemble de gestes qui définissent son comportement lui permettant de se définir comme étant un garçon ou une fille, le genre peut être aussi défini en fonction de caractéristiques qui vont au-delà de la dimension comportementale et qui proviennent des aspects psychologiques, sociales, physiques et culturels socialement associés aux hommes et aux femmes (Gamble & Gamble, 2003).

Dans cette optique-là, Margaret Mead (1949 ; 1955) fut l'une des premières chercheuses à mettre en avant les différences entre genre plutôt qu'entre sexes en étudiant les tribus des Mundugumor, Chambuli et Arapeshs en Océanie au sein desquelles elle a pu constater que certains traits de caractères considérés comme féminins dans la société américaine, étaient attribués aux hommes au sein de la tribu des Arapeshs. De plus, elle a considéré d'après ses observations que l'attribution des traits de caractères féminins ou masculins d'une manière systématiquement liée au sexe est aussi superficielle, selon elle, que le sont les vêtements.

En comparant le comportement « typique » de l'homme ou de la femme Arapesh à celui de l'homme ou de la femme Munundugumor, Mead (1955) s'est rendue compte de l'évidence de l'impact culturel et contextuel sur un comportement qui s'avère avant tout le résultat d'un conditionnement social comme l'affirme Mead (1955). Elle a pu ainsi montrer que les attributs de chaque sexe variaient d'un contexte culturel à un autre et en déduire qu'il serait plus pertinent d'étudier le genre plutôt que le sexe étant donné que même si le sexe biologique ne change pas, l'identité et le rôle construit autour du sexe biologique peuvent varier d'un individu à un autre comme d'un contexte culturel à un autre.

C'est en adoptant cette même vision-là que Eagly (1987) a pu proposer un modèle psychosociologique qui met en évidence le fait qu'un ensemble d'attentes consensuelles constituent le rôle attribué à chaque sexe et que ces attentes fonctionnent comme une norme dans le sens où elles exercent une influence considérable sur le comportement des membres du groupe concerné. Alice Eagly a pu à travers plusieurs études ultérieures développer la notion de rôle social attendu

sous un angle de genre en montrant que certains aspects du comportement social, de personnalité et de capacités diffèrent entre les hommes et les femmes (Eagly, 1995 ; Eagly & Wood, 1999).

Dans une étude assez semblable à celle de Mead (1955) et qui retrouve presque les mêmes constats bien que effectuée dans d'autres contextes et après quelques dizaines d'années mais qui mets aussi en lien le genre avec la notion du rôle social (Eagly, 1987 ; 1995), Héritier (1996) observe les liens de parenté chez les Samo, ethnies du Burkina Fasso, qui fut son premier terrain de recherche, et par la suite auprès des Inuits¹³ où le genre ou « le sexe social » comme le décrit-elle et l'identité sont dissociés du sexe biologique. La grande importance des recherches d'Héritier (1996) réside dans la mise en relief du lien entre les systèmes de parenté qu'elle a étudié auprès de différentes tribus d'une part, et le genre ainsi que des notions qui y sont associées telle que le rôle social d'autre part.

C'est en effet en tant qu'anthropologue de la parenté que Héritier (1996) a poursuivi la réflexion des grands anthropologues sur les systèmes terminologiques parentaux, ou en d'autres termes, la manière dont les enfants appellent leurs parents dans une certaine société. Selon elle, ces appellations définissent le cercle des consanguins et celui des alliés. Cela lui a permis de mieux comprendre en quoi, au-delà de leur diversité, les systèmes de parenté sont des « inventions culturelles qui brodent à partir d'un donné biologique élémentaire » (Fine, 1998). Le principe des « inventions culturelles » s'applique sur des « rapports naturels » tels que les rapports masculin/féminin.

Suite à cela et grâce à l'exploration de ses multiples observations au sein des sociétés qu'elle a pu étudier, Françoise Héritier rejette l'idée de la symétrie entre les sexes. Plutôt que de parler de domination masculine (Bourdieu, 1998), elle utilise l'expression de la « valence différentielle » des sexes qui se caractérise par l'asymétrie dans les rapports entre les personnes de sexes différents avec les relations entre deux germains fille et garçon. Selon elle, la relation frère/sœur est différente de la relation sœur/frère (Fine, 1998).

Héritier (1996) considère que toute pensée de différenciation crée une classification hiérarchique. En appliquant ce principe sur son concept de « valence différentielle », les hommes et les femmes partagent des catégories « orientées » pour penser le monde. Cela nous renvoie encore une fois à la théorie de la « domination masculine » de Bourdieu (1998) qui illustre cette relation de domination par défiance envers un structuralisme qui lui semble négliger les agents sociaux et particulièrement l'histoire. Le point commun entre ces deux théories est l'intériorisation inconsciente et partagée par les femmes du rapport de domination des hommes (Fine, 1998). En revanche, et comme expliqué précédemment¹⁴,

¹³ Les Inuits sont un ensemble de tribus de peuples autochtones partageant des similarités culturelles et provenant d'une origine ethnique commune vivant dans les régions arctiques de l'Amérique du Nord.

¹⁴ Cf. Partie 2.1. La Domination Masculine

Bourdieu (1998) considère que les structures de domination sont « le produit d'un travail incessant (donc historique) de reproduction auquel contribuent des agents singuliers (dont les hommes avec des armes comme la violence physique et la violence symbolique) et des institutions, familles, Église, État, École » (Bourdieu, 1998).

Héritier (1996) souligne tout de même l'influence des acteurs sociaux sur les structures. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle elle exprime à la fin de son ouvrage l'amélioration des conditions de la femme dans les sociétés occidentales au cours du XXe siècle. En revanche, elle reste sceptique sur la possibilité d'une véritable égalité entre les hommes et les femmes. En effet, et à titre d'exemple, les tâches ménagères et malgré l'évolution vers un partage plus égalitaire entre les hommes et les femmes, restent des tâches « sexuellement réparties » entre les membres du couple. Pour elle, les sociétés sont construites ainsi, et ne peuvent être construites autrement que sur « cet ensemble d'armatures étroitement soudées les unes aux autres que sont la prohibition de l'inceste, la répartition sexuelle des tâches, une forme légale ou reconnue d'union stable et la valence différentielle des sexes ».

L'importance théorique de ces études réside fondamentalement dans la distinction entre le sexe biologique et le « sexe sociale » (Héritier, 1996) ou le genre qui, comme nous avons pu le souligner précédemment, a fait l'objet de la critique des féministes vis-à-vis de la théorie de la domination masculine (Bourdieu, 1998). Cela a constitué la rupture et le point de départ nécessaires pour le développement des gender studies. En effet, dans un premier temps, la notion de genre était fortement liée à la notion du « sexe social ». Comme nous l'avons déjà noté, dès les années 1930, l'anthropologue Américaine Margaret Mead a associé le concept du genre à la notion de « rôle sexuel » dont elle était l'une des premières à en parler dans son ouvrage « Mœurs et Sexualité en Océanie ».

Le genre a été ensuite défini comme étant le rapport social hiérarchique qui divise l'humanité entre deux moitiés « sensiblement égales ». Cette approche nous emmène à une redéfinition du sexe comme une réalité physique ou physiologique indépendante de toute pratique sociale. A partir d'une telle présentation, nous pouvons constater que la sexualité n'est pas complètement dépendant du genre surtout qu'historiquement les frontières entre ces deux notions n'ont jamais été tout à fait claires. De plus, cela nous montre que la « socialisation primaire des individus repose sur un traitement sexué des enfants ce qui contribue à leur sexuation » (Bereni et al., 2008).

Au-delà de la distinction entre le sexe et le genre, cette nouvelle approche des gender studies repose principalement sur la prise en compte de l'aspect constructif du genre d'un point de vue identitaire et culturel. En effet, le genre est définie comme référant aux « attitudes, émotions et comportements qu'une certaine culture associe au sexe biologique des individus » (American Psychological Association, 2008). Le comportement qui est considéré comme compatible avec les attentes culturelles sont les normes du genre (« *gender normative* ») tandis que toute incompatibilité à ces

attentes constitue la non-conformité de genre (« *gender non-conformity* ») (Gainor, 2000).

Si cette définition adoptée par les *gender studies* met en avant l'importance du caractère culturel dans la conception de la notion du genre, la notion de l'identité du genre, que les *gender studies* mobilisent, souligne l'aspect identitaire fortement présent dans leur conception du genre. Une notion à laquelle nous allons consacrer une partie de notre premier chapitre et qui est définie comme le « sentiment de l'individu vis-à-vis de lui-même en tant qu'homme, femme ou transgenre » (American Psychological Association, 2006). Quand l'identité de genre et le sexe biologique d'un individu ne sont pas conformes, l'individu s'identifierait en tant que transsexuel ou toute autre catégorie transgenre (Gainor, 2000).

Quant à l'orientation sexuelle, les *gender studies* adoptent une définition assez claire mais qui reste en même temps ouverte. L'orientation sexuelle est en effet définie comme faisant référence au sexe de ceux ou celles par lesquels (lesquelles) un individu est sexuellement et sentimentalement attiré (Klein, 1993). Suite à cette définition, trois catégories d'orientation sexuelle sont possibles : les hétérosexuels, ou les personnes attirées par le sexe opposé au leur ; les homosexuels (les gays et les lesbiennes) attirés par les personnes du même sexe ; et les bisexuels attirés par les deux sexes. Alors que cette catégorisation continue à être majoritairement répandue, certains chercheurs qui s'inscrivent dans les *gender studies* considèrent que l'orientation sexuelle ne peut pas se « figer » dans une catégorisation limitée et systématiquement définie mais constitue plutôt un continuum (Klein, 1993 ; Klein, Sepekoff, & Wolff, 1985). En effet, certaines recherches montrent que l'orientation sexuelle des individus notamment les femmes est fluide (Diamond 2007 ; Peplau & Fingerhut, 2004).

Les *gender studies* ont donc continué les réflexions sur les sujets de « bataille » des féministes et apportent même des connaissances surtout concernant l'inégalité entre les hommes et les femmes. Par exemple, en philosophie politique, la perspective de genre débouche sur la remise en cause de la séparation entre la sphère publique et la sphère privée, bien qu'elle soit présentée comme l'un des principaux piliers de la démocratie moderne. Il s'agit donc de la remise en cause d'une séparation qui ne s'avère pas tant neutre que cela, mais qui s'adosse à une hiérarchisation d'une part des activités féminines traditionnellement associées à la sphère privée et qui tourne souvent autour du foyer et de la famille telles que la prise en charge des tâches domestiques et le soin des enfants, et d'autre part des activités masculines historiquement associées à la sphère publique, qui se traduit par la gestion de l'extérieur principalement à travers le travail (Bereni et al., 2012). En sciences politiques, les *gender studies* établissent que l'univers politique s'est traditionnellement construit en s'adossant à une division sexuée des rôles des hommes et des femmes en centrant les études sur les mécanismes de reproduction des inégalités entre les hommes et les femmes au sein des entités politiques.

La hiérarchisation qui se cache derrière cette séparation est non seulement dénoncée dans l'approche des gender studies mais aussi analysée et déstructurée avec le genre comme outils d'une analyse et sous un angle culturel et identitaire. En sociologie, les travaux des gender studies rejoignent les travaux dans les domaines philosophique et politique, en remettant en cause la conception ainsi que le partage traditionnel du travail à partir la mise en relief du « travail domestique » et rejoignent les études féministes sur les problématiques de l'inégalité au travail entre les hommes et les femmes notamment en termes des responsabilités confiées et de salaires, mais dans une approche plus riche et dynamique (Bereni et al., 2008). Ainsi les gender studies permettent de renouveler la réflexion sur l'évolution du monde du travail en montrant que les organisations productives ne reflètent pas seulement les inégalités entre les hommes et les femmes dans la société et son contexte culturel, mais sont aussi des lieux de production de ces inégalités.

La distinction entre le genre et le sexe a fait l'objet de certaines recherches bien avant l'apparition du courant des gender studies comme nous avons pu le souligner précédemment (e.g. Mead, 1955). Néanmoins, les recherches en gender studies ont mis en évidence, au-delà des différences sociales entre les hommes et les femmes, que l'originalité du genre ne provient pas uniquement d'une différence sociale, mais plutôt qu'il nous permet de d'« appréhender le social comme un domaine autonome doté d'une causalité irréductible à des lois biologiques » (Bereni et al., 2008). L'importance non seulement conceptuelle mais aussi empirique et analytique de cet apport des gender studies à la conceptualisation du genre réside dans sa considération comme étant un concept qui autorise la dénaturalisation de la subordination sociale, économique voire même politique des femmes.

En effet, le fait de considérer que les inégalités entre les hommes et les femmes soient plutôt les produits de l'histoire ou de la culture et qu'elles ne relèvent pas obligatoirement des différences physiologiques entre les deux sexes, donne à ces inégalités un caractère « arbitraire » notamment aux yeux de ceux ou celles qui les subissent. La reconnaissance du caractère arbitraire des inégalités entre les hommes et mes femmes à un niveau macrosocial rend leur dénonciation ainsi que leur remise en cause publiquement.

Les gender studies s'inscrivent principalement dans deux approches fortement influencées par les différents courants féministes qui les ont traversées. La première approche est une approche différenciatrice qui consiste à la considération des traits de caractères masculins et féminins dans une logique de différenciation comme son nom l'indique. La deuxième approche est une approche comportementale issue des sciences sociales notamment la sociologie, fruit de l'influence de la pensée post-moderne sur le mouvement féministe. Cette approche consiste à se baser plutôt sur l'observation du comportement en prenant en compte des éléments sociologiques voire même parfois psychologiques dans la considération de l'identité de genre contrairement à l'approche différenciatrice.

Plus concrètement, ces deux approches représentent en quelque sorte deux approches des principaux courants féministes à savoir le féminisme social ou marxiste d'une part, et le féminisme libéral ainsi que le féminisme post-moderne également appelé post-féminisme d'autre part¹⁵ (Bristol & Fischer, 1993). Cette distinction provient du fait que malgré que le féminisme social prenne en considération la part sociale du genre, sa définition demeure considérablement basée sur les différences naturelles et biologiques ce qui explique, selon cette approche, des différences presque innées entre le masculin et le féminin et ce qui, par conséquent, crée une domination de la masculinité sur la féminité, un phénomène social que le féminisme social cherche à combattre dans une vision marxiste.

D'autre part, la deuxième approche, celle du féminisme libéral et post-moderne, correspond plus à la pensée des gender studies qui abandonnent complètement la considération biologique et adopte une approche uniquement sociale dans la différenciation entre le masculin et le féminin. Comme nous avons pu le souligner précédemment, c'est la pensée postmoderne dans sa richesse et sa dynamique et le courant féministe post-moderne plus particulièrement qui ont influencé le plus les gender studies.

Tout comme dans les différents courants féministes, les gender studies incluent deux approches que nous pouvons considérer comme parallèles aux deux approches des courants féministes. Une approche qui se base sur une différenciation biologique et une autre approche sociale basée sur une différenciation comportementale qui étudie les pratiques sociales du genre et remet donc en cause toute relation de domination d'un genre sur un autre. Le symbole est une dimension assez présente dans l'approche sociale des gender studies étant donné que le genre est considéré comme « un ensemble intégré de pratiques sociales et de représentations symboliques de ces pratiques » (Héritier, 1996).

Les gender studies, qui visent principalement à étudier la construction du genre et de l'identité et le rôle social qui s'y associent dans un certain contexte culture, constituent un domaine de recherche assez vaste car elles s'interrogent sur de multiples thèmes variés et sont traversées par un grand nombre de « controverses théoriques » (Bereni et al., 2012).

Les pratiques sociales étudiées par les gender studies afin d'approfondir la compréhension de la construction du genre permettent de s'interroger sur des thématiques variées et qui touchent à différents domaines d'études et disciplines allant de la sociologie en s'intéressant par exemple à la vie conjugale et des pratiques qui font référence à la notion du rôle social (e.g. De Singly (2007) ; Foucault (1976) ; Kaufmann (1992, 1997, 2007) ; Pheterson, 2001) en passant par la déconstruction de la socialisation du genre (e.g. Baudelot & Establet (1992) ; Belotti (1973) ; Cromer et al. (2010) ; Dafflon-Novelle (2006) ; Davisse & Louveau (1998) ; Eckert & Faure (2007) ; Lemel & Roudet (1999), Mennesson (2000 ; 2004 ; 2005 ; 2006)) jusqu'à étudier les rapports entre le genre et les classes sociales en prenant en compte des dimensions

¹⁵ C.f Tableau 2

ethniques (e.g. Chauncey (2003) ; Davis (2007) ; Dorlin (2008) ; Jaunait & Chauvin (2012) ; Guillaumin (2008) ; Wallace(1999)). D'autres études sont à l'intersection avec la politique (e.g. Achin & Lévêque (2006) ; Marques-Perreira (2003) ; Pionchon & Derville (2004)) ou même la gestion des ressources humaines (e.g. Battagliola (2004) ; Maruani (1998, 2006)). Toutes ces recherches s'ajoutent à celles qui se sont focalisées sur la différenciation entre le concept du sexe et celui du genre (e.g. Delphy (1998) ; Ehrhardt & Money (1974) ; Fausto-Sterling (2000) ; Foucault (1976) ; Héritier (1996) ; Mead (1963, 2006) ; Moore (1988) ; Wittig (1980)).

Suite à ces deux approches (l'approche biologique et l'approche sociale) des gender studies et aux différents domaines auxquels elles touchent, il nous semble important de préciser que nous adoptons l'approche sociale au sein de notre étude ce qui nous permet de comprendre d'une manière plus pertinente la construction identitaire des pères isolés voire même de la « nouvelle paternité » plus généralement ainsi que leur comportement en prenant en compte le rôle social en tant que père associé à leur identité de genre en tant que homme, des notions fortement liées à la conception du genre et qui portent une dimension symbolique prédominante (Pleck, 1981 ; O'Neil, 1982). C'est, en effet, la raison pour laquelle les deux prochaines sections de ce chapitre seront consacrées à l'étude de la notion d'identité de genre et celle du rôle social par la suite.

3. Identité de Genre et Stéréotypes :

Dans la grande majorité des représentations de notre vie quotidienne, il ne fait aucun doute que les dichotomies garçon/fille, homme/femme, masculin/féminin sont omniprésentes et ceci pendant plusieurs siècles. Depuis l'enfance, les deux sexes sont souvent socialisés d'une manière différente bien que similaire et égalitaire. La socialisation de ces identités se fait à travers les différentes institutions responsables de la prise en charge des enfants telles que la famille, les crèches, les espaces de vie enfantines, et certainement les établissements scolaires (Le Renard, 2011). Les moyens de cette socialisation sont des objets ou des activités que ces enfants « consomment » tels que les vêtements, les jouets, et les activités sportives et d'autres supports qui renforcent ces représentations sexuées dans le monde des enfants comme la publicité, l'art et même la littérature enfantine (Goguikian-Ractliff, 2002).

La différenciation entre les traits masculins et féminins commence par une distinction biologique, anatomique et finit par établir des stéréotypes sur les « idéaux » des individus masculins et féminins portant plus sur une dimension sociale et culturelle allant jusqu'à définir des rôles sociaux associés à ces identités de genre. L'identité de genre est donc définie par rapport à ces représentations et à ces idéaux de genre tels que représentés dans la société (Rouyer, 2007). En d'autres termes, l'identité de genre est « la partie de la conception de soi qui découle des représentations collectives du masculin et du féminin » (Chatard, 2005). Il s'agit donc du positionnement de soi et

la construction de son identité par rapport aux représentations collectives de genre (Chiland, 1995). En psychologie comme en sociologie, l'identité de genre fait également référence au processus de construction et aux différentes étapes à travers lesquelles passe un individu pour se construire une identité en tant que garçon ou fille, et homme ou femme par la suite, dans son contexte socioculturel (Hurtig, 1982 ; Le Camus, Labrelle & Zaouche-Gaudron, 1997 ; Le Maner, 1997). Il ne s'agit en aucun cas d'un apprentissage simple (Golombok & Fivush, 1994) mais d'un processus complexe qui ne cesse d'évoluer avec l'expérience de l'individu tout au long de sa vie (Connell, 2002).

La complexité de la notion de l'identité du genre et de son processus de construction réside dans sa dimension comportementale émanant des influences sociales et culturelles (Costa, 1994 ; O'Neil, 1982 ; Pleck, 1981). Le genre est donc socialement et culturellement construit. Par conséquent, la différence entre les genres dépend non seulement de la différence biologique entre les hommes et les femmes mais aussi des normes sociales et culturelles ainsi que la différence entre la personnalité de l'homme et celle de la femme (Connell, 2002). Cela explique que malgré la dichotomie radicale entre le masculin et le féminin qui fait qu'on considère principalement deux genres : le genre masculin et le genre féminin (Lorber, 2001), selon certains chercheurs un troisième genre existe. Il s'agit d'un genre « neutre » qui concerne des personnes qui n'appartiennent pas à un genre bien défini (Hodge & Kress, 1988) ou même à des individus qui sont biologiquement d'un certain sexe mais qui ont un comportement ou qui se définissent comme étant du genre opposé (Lorber, 2001).

Par ailleurs, d'autres personnes n'appartenant pas obligatoirement à ce « genre neutre » (Lorber, 2001) peuvent avoir plusieurs facettes de leur identité de genre même en se définissant comme appartenant à un genre bien déterminé. Ainsi, la masculinité peut avoir une version féminine comme la féminité peut avoir une version masculine tel que nous l'explique Firat (1994).

La différenciation entre le masculin et le féminin crée des stéréotypes de personnalités et de comportement formés par des caractéristiques et des adjectifs qui décrivent un comportement ou un caractère « idéal » d'un homme ou d'une femme (William et Bennett, 1975). Les rôles des genres masculin et féminin sont donc définis par ces stéréotypes culturels imposés par la société (Pleck, 1981). C'est dans cette même perspective que O'Neil (1982) a considéré que l'identité de genre est le « résultat d'une pression sociale exercée par la société sur les individus afin qu'ils soient « conformes » à ses normes culturelles ». La société exerce même de la pression, principalement vis les médias, sur les hommes et les femmes afin qu'ils soient conformes ou qu'ils consomment d'une manière qui correspond aux normes de la société (Östberg, 2010).

Ces stéréotypes jouent un rôle primordial dans la construction de la personnalité de l'individu dès son enfance, et influencent aussi sa façon de voir le monde (Maccoby, 1990). En effet, il est important de souligner que le sexe et l'âge sont les deux

premières catégories sociales utilisées par les individus pour comprendre et analyser le monde qui les entoure (Lewis & Feiring, 1979). Par exemple, Kohlberg (1966) montre que pour un enfant, être garçon ou fille est en fonction des critères socio-culturels. Dans son étude, Kohlberg (1966) a divisé le processus de construction de l'identité de genre en trois étapes. Au premier stade, les enfants âgés de 2 ans environ sont capables d'indiquer d'une manière consistante le sexe des individus de leur entourage en se basant sur des éléments d'apparence comme la coiffure et les vêtements. Au cours du deuxième stade, alors que les enfants sont âgés de 3 ou 4 ans, ils comprennent que le sexe est une donnée stable chez les individus et que les filles deviendront des femmes et les garçons deviendront des hommes. A cet âge-là, face à un homme en robe, les enfants estimeront qu'il s'agit d'une femme. Mais face au même homme en tenue vestimentaire masculine, les enfants estimeront qu'il s'agit d'un homme. Ce n'est que durant le troisième stade, vers 5-7 ans, que les enfants comprennent que l'on est soit un garçon soit une fille en fonction d'un critère biologique stable, l'appareil génital, et que le sexe est une donnée immuable à la fois au cours du temps et indépendamment des situations (Kohlberg, 1966).

Ces stéréotypes sont des traits et des adjectifs qui peuvent être physiques comme comportementaux et qui sont associés à l'image que la société attribue aux genres masculin et féminin. Ainsi, à une certaine époque, la domination, la force physique, et la virilité font partie des caractères indispensables pour un homme afin qu'il soit considéré par la société en tant que homme (Bem, 1981). Or, la tendresse, la sensibilité, l'écoute et la soumission sont des traits qui définissent le genre féminin (Knibiehler et Fouquet, 1977).

Plusieurs chercheurs se sont intéressés à ces stéréotypes, dont Bem (1974) qui a cité dans son « *Sex Role Inventory* » (Inventaire des Rôles de Genre) des adjectifs correspondants à l'image stéréotype d'un homme et d'une femme ainsi que d'autres caractéristiques neutres qui peuvent correspondre aux deux genres, ainsi que William et Bennett (1975) qui ont identifié une liste des adjectifs associés à chaque genre, la ACL (*Adjective Check List*).

Adjectifs Masculins	Adjectifs Féminins	Adjectifs Neutres
Leader	Affectueuse	Flexible
Agressif	Joyeuse	Vanité
Ambitieux	Puérile	Conscientieux
Analytique	Compassion	Conventionnel
Energique	Polie	Amical
Athlétique	Apaisante	Joie
Compétitif	Féminine	Serviable
Défend ses convictions	Sensible à la flatterie	Inefficace
Dominant	Gentille	Jalousie
Energique	Crédule	Aimable
Compétences de Leadership	Aime les enfants	Déprime
Indépendant	Loyale	Digne de confiance
Individualiste	Sensible aux besoins des autres	Secret
Prends facilement des décisions	Timide	Sincérité
Autonome	Sympathique	Avoir du tact
Autosuffisant	Tendresse	Théâtrale
Forte personnalité	Compréhensive	Franchise
Prêt à prendre position	Chaleureuse	Imprévisible
Prêt à prendre des risques	Accommodante	Variable

Tableau 3. L'inventaire des rôles de genre (Bem, 1974)

Plusieurs théories traitent de la construction de l'identité de genre et tentent d'approfondir la connaissance sur les rôles socialement dévolus à chaque sexe. Certaines de ces théories adoptent une approche cognitive (e.g. Bem, 1981 ; Kohlberg, 1966 ; Martin & Halverson, 1981). D'autres adoptent plutôt une approche sociale qui se focalise sur l'apprentissage social (e.g. Bandura, 1971 ; Belotti, 1973 ; Mischel,

1966). Par ailleurs, une approche psychanalytique est adoptée par certaines théories (e.g. Goguikian-Ratcliff, 2002).

L'approche cognitive des théories de genre consiste à considérer que l'individu perçoit le monde et l'organise d'une manière rationnelle selon le sexe en tenant compte de certains aspects particuliers de l'environnement d'une façon sélective. Par exemple, Kohlberg (1966) considère que l'individu et depuis son enfance a tendance à avoir des contacts avec des personnes du même sexe et s'intéresse plus à acquérir des connaissances relatives à des objets ou des activités socialement ou culturellement « stéréotypés » comme étant faisant partie du monde de leur genre (le monde masculin ou féminin). Cela explique son implication presque « innée » dans des activités typiques de son sexe. D'autres recherches plus récentes rejoignent les mêmes constats de l'étude de Kohlberg (1966) et confirment que les individus, même à un âge très jeune, utilisent le genre comme moyen d'appréhender et d'organiser leur environnement et leur monde (Golombok & Fivush, 1994).

Les théories du « schème du genre » (Bem, 1981 ; Martin & Halverson, 1981) adoptent elles aussi l'approche cognitive et considèrent que les individus cherchent d'une manière continue à s'approprier un comportement dévolu à leur genre en apprenant toutes les variétés de ce comportement qui correspond aux représentations normatives de la société. Cela contribue au renforcement des attitudes stéréotypées (Muller & Goldberg, 1980).

Les théories qui adoptent une approche sociale (Bandura, 1971 ; Mischel, 1966) reposent sur deux processus. Le premier est celui du renforcement social qui met en évidence l'influence de l'entourage comme les membres de la famille, les collègues, les et les amis sur sa perception de sa propre identité de genre. Le deuxième processus est celui de la prise d'exemple et correspond à la volonté de l'individu d'observer son entourage et de prendre des comportements de genre « exemplaires ».

Face à ces deux approches, et quelques années plus tard, Bandura a développé sa théorie sociale en collaboration avec Bussey (Bussey & Bandura, 1999) en prenant en compte l'approche cognitive et créant ainsi la théorie socio-cognitive. Cette théorie se base sur le concept de la performance de soi et vise à explorer davantage les représentations des genres en lien avec le concept du sexe. Selon cette approche socio-cognitive, les identités de genre ainsi que les rôles qui y sont dévolus sont les fruits des influences issues du réseau social d'une manière interdépendante au sein de sous-systèmes sociaux variés. Cette théorie n'abandonne pas l'influence exercée par les structures ainsi que les éléments biologiques qui jouent un rôle sur le positionnement de l'individu de son identité de genre par rapport aux normes et aux stéréotypes de la société.

Les théories sociales et socio-cognitives mettent l'accent sur la construction de l'identité de genre qui se réalise principalement à partir l'apprentissage social qui leur permet d'acquérir un rôle de genre qui correspond aux normes et qui consiste à

une sorte d'attribution de genre à certains objets voire même certains lieux et professions (Brugeilles et al., 2002 ; Thiébaud, 2004). Le processus d'apprentissage social est explicite dans les cas des tâches ménagères où même si les parents se partagent ces tâches d'une manière relativement égalitaire, les femmes restent plus souvent représentées dans les tâches domestiques que les hommes (Dafflon-Nouvelle, 2006). Cela explique qu'une grande majorité de ces enfants vont « étiqueter » ces activités comme typiquement féminines (Baerlocher, 2006).

L'étude de Poulin-Dubois et al. (2002) présente également des résultats qui vont dans le même sens que les études détaillées précédemment. En effet, cette étude montre que la connaissance des stéréotypes de genre autour des activités ménagères traditionnellement perçues comme féminines ou masculines peut être démontrée auprès des enfants âgés de deux ans. Cela a été démontré à travers deux expérimentations qui présentaient des activités neuf activités féminines, masculines ou neutres, à des 63 enfants âgés de deux ans et plus. La première expérimentation a démontré que seules les filles ont fait preuve de connaissance des tâches féminines et masculines et pas les garçons à l'âge de deux ans. La deuxième expérimentation montre que les garçons acquièrent les stéréotypes des tâches ménagères à partir de l'âge de 31 mois.

Néanmoins, la socialisation de l'identité de genre peut parfois ne pas correspondre aux normes créant ainsi des cas de « socialisation inversées » comme l'indique Robert Stoller¹⁶ dans ses recherches sur la transsexualité. Cela a comme effet « la transgression du genre et le renversement du stigmaté » (Menesson, 2004 ; 2005). Une transgression qui peut aboutir au renversement de la stigmatisation de la conception du genre (Clair, 2010) mais aussi le subvertir (Butler, 2006). En effet, certains chercheurs montrent que des individus rencontrent des difficultés identitaires quand ils se retrouvent dans des situations où ils doivent accomplir un rôle ou certaines tâches qui ne correspondent pas aux stéréotypes de genre dans leurs sociétés (Merla, 2010 ; Coskuner-Balli & Thompson, 2013). Le rôle social ou le rôle de genre (*Gender Role*) est donc fondamentalement indissociable de la notion de l'identité de genre. Nos prochaines sections sont consacrées aux relations sociales et le genre, ainsi que les rôles sociaux et leur évolution.

¹⁶ Dans Colette Chiland, *Robert Jesse Stoller*, PUF, Paris, 2003.

Section 2 : Genre et Normes Sociales

1. Les Relations Sociales et le Genre

Comme expliqué dans le paragraphe précédent, le genre fait partie des règles qui régissent l'interaction sociale et les relations entre les hommes et les femmes plus particulièrement. Il est considéré comme une modalité des relations sociales (Théry et Bonnemère, 2008). Les relations de genre sont définies comme étant « les attitudes et les comportements des hommes et des femmes dans les relations entre eux et les moyens dans lesquels les rôles de genre façonnent les relations sociales » (Ridgeway, 2009).

Les relations sociales incluent les échanges et les relations interpersonnelles que les individus engagent au sein et entre les familles, les relations amicales ainsi que les « groupes d'affiliation » (Antonucci, 1994). Les relations sociales peuvent comprendre les besoins de l'individu d'affection, d'estime, d'appartenance, de sécurité et d'identité reconnus par les autres (Kaplan et al., 1977). Le concept des relations sociales couvre de multiples constructions, bien que la proposition simple par House et Kahn (1985) pour différencier la structure et la fonction qu'ils considèrent ses deux composantes essentielles, soit à la fois parcimonieuse et adéquate. La structure des rapports sociaux se compose des caractéristiques les plus objectives du «réseau social», à savoir sa taille, sa composition relative en termes de genre et d'équilibre entre la famille et les amis, la densité du réseau, la fréquence des contacts, l'état matrimonial, etc. La fonction des relations sociales, souvent appelée soutien sociale, fait référence au type réel ou perçu de soutien reçues, communiquées ou échangées.

Walby (1997) explique que la transformation dans la conception du genre commence par des évolutions au niveau de l'emploi, des institutions d'éducation, ainsi qu'au niveau de la famille ce qui reflète un changement et une évolution au niveau de la société. Cela peut être constaté d'une manière plus conceptualisée à travers les deux théories déjà présentées auparavant sur la différence entre les genres c'est-à-dire la théorie biologique et la théorie psycho-sociale.

Dès les premières années de leur enfance, et tout au long de leur vie, les individus adoptent un comportement qui incarne un rôle de genre en essayant de répondre aux attentes de la société et de l'entourage vis-à-vis d'eux en tant que hommes, femmes, pères ou mères (e.g. Commuri & Gentry, 2000 ; Thompson, 1996).

Le genre fait, en effet, référence aux rôles sociaux que les hommes et les femmes adoptent dans un certain contexte social et culturel. C'est la notion du « rôle de genre » que nous allons développer ultérieurement. Par exemple, Foucault (1978) considère que la réalité corporelle du corps est moulée d'une manière directe par les forces sociales et culturelles et accorde par conséquent une importance non-

négligeable à l'impact des normes et des valeurs de la société sur la conception du genre au sein de la société. Ainsi, le genre était l'un des principaux angles sous lesquels Foucault (1978) a expliqué les relations de pouvoir entre les individus et les institutions. Cela s'oppose à la théorie poststructuraliste qui ne tient pas spécifiquement compte de la représentation matérielle du corps dans sa conception du genre et adopte ainsi une distinction plus catégorique entre le sexe et le genre minimisant l'impact de la culture et du contexte social dans la construction de l'identité du genre.

Par ailleurs, la pensée foucauldienne a contribué à la conception féministe du genre qui a exploré la relation entre le « pouvoir social » d'une part, et la différenciation sexuelle des corps d'autre part (Grosz, 1994). Dans ce sens-là, l'influence des féministes par la pensée foucauldienne ne s'arrête pas là. En effet, les féministes considèrent que les relations de pouvoir entre les hommes et les femmes se manifestent au niveau micro-politique afin de « déterminer les possibilités concrètes de résistance et de changement social » (Sawicki, 1988). En étudiant la notion du pouvoir et sa relation avec le corps et la sexualité, Foucault a pu fournir de différents outils conceptuels aux théoriciens féministes qui leur ont été utiles dans l'analyse et la compréhension de la construction sociale du genre et de la sexualité.

Dans l'une des premières études sur la nouvelle conception du genre, Ann Oakley (1972) met l'accent dans « *Sex, Gender and Society* » (Sexe, Genre et Société) sur la différenciation entre les genres dans les sociétés occidentales et considère que l'« efficacité sociale » de nos rôles de genre tournait autour de l'attribution du rôle de la mère et des femmes-au-foyer aux femmes. L'impact du genre sur les relations sociales peut prendre plusieurs formes. Ainsi, Crompton (1997) s'est intéressé à la question du genre dans le monde de travail qu'il considère une « institution genrée ». Il considère que le genre est à la base de plusieurs différences voire parfois discriminations dans le monde de travail. Selon lui, on attribue souvent le travail à mi-temps aux femmes et le travail à temps complet aux hommes. De même, certains métiers sont attribués dans la « conscience de la société » à un certain genre plutôt qu'un autre en donnant l'exemple du métier d'infirmier qui est souvent considéré comme un métier féminin et le domaine de la construction qui est plutôt attribué aux hommes.

Adkins (1995) a étudié la construction de l'identité de genre dans le monde de travail et plus particulièrement dans le domaine de l'hôtellerie et des loisirs. Selon elle, la pratique de ces métiers renforce la distinction entre les hommes et les femmes étant donné qu'on s'attendait voire même exigeait parfois aux femmes et aux hommes de se comporter d'une manière différente. L'étude montre que les entreprises dans ce domaine étaient nettement plus exigeantes sur l'apparence physique de leur personnel féminin que de celui masculin. Cette étude montre ainsi que le marché de travail est un marché « genré » qui contribue à la construction de l'identité de genre

de l'individu ainsi que le renforcement des stéréotypes et des rôles de genre (voir aussi. Adkins, 2005).

Connell (1987) qui adhère à la théorie sociale du genre considère que la relation entre le corps et le genre est centrale dans la conception du genre et sa théorisation. Selon lui, le genre est l'ensemble des définitions et interprétations qui tournent autour les capacités sexuelles et reproductives du corps humain. Dans son analyse, il considère le genre comme étant une « création récurrente de l'action humaine » qui agit à un niveau structurel, social et institutionnel afin de contraindre l'agence individuelle. Pour Connell (2005), les différentes formes de féminités et de masculinités constituent les multiples effets d'interprétations et de définitions ayant un impact important sur le corps et une grande influence sur les personnalités des individus, la culture de la société en plus de ses institutions (Connell, 2002).

Pierre Bourdieu (1998) montre d'une manière plus concrète et de son positionnement de sociologue les enjeux de la question du genre dans les relations sociales en étudiant la société kabyle qu'il considère un exemple typique de la société qui tourne autour de la domination masculine présentée comme tout à fait naturelle dans les différentes institutions et à différents niveaux de la société kabyle. La domination masculine est tellement incarnée dans la société kabyle qu'elle semble être vécue comme un phénomène parfaitement naturel qui régit les fondements du partage des tâches, de la division de travail, de l'attribution des rôles allant même jusqu'à la conception de l'espace et du temps au sein de cette société. Il s'agit d'un ensemble de règles basées sur une opposition entre tout ce qui concerne le genre masculin et le genre féminin dans plusieurs aspects de la vie quotidienne : l'extérieur et l'intérieur, le sacré et le naturel, le sec et l'humide, le haut et le bas, etc. La dimension symbolique, selon Bourdieu (1998), est fortement présente et permet de comprendre d'une manière plus réelle les fondements des interactions sociales entre les hommes et les femmes et par conséquent entre tous les membres de la société d'une manière plus générale. Il s'agit encore une fois d'un effet de genre. En effet, quelle que soit la position des femmes dans l'« espace social », elles sont distinguées des hommes par un « coefficient symbolique » négatif suite à cette théorie de domination masculine. Ce coefficient symbolique est un outil de stigmatisation qui peut correspondre à tout signe d'appartenance à un groupe stigmatisé tel que la couleur de peau ou tout autre signe de stigmatisation. De ce fait, l'« ordre social fonctionne comme une immense machine symbolique tendant à ratifier la domination masculine sur laquelle il est fondé » (Bourdieu, 1998).

D'autre part, Marshall (1994) trouve que le genre permet de comprendre les relations entre les individus et plus particulièrement à travers la question de l'égalité des genres qu'il considère une structure sociale. Selon lui, l'ordre de genre fournit un mode d'interprétation à travers lequel les individus construisent leur identité sociale et trouve leur place distinguée dans la société. Marshall (1994) rejoint Foucault (1978) sur le rôle du genre dans la configuration des relations de pouvoir entre les agents

sociaux et les différentes institutions de la société et plus spécifiquement dans la participation à la légitimation des conditions qui reproduisent leurs positions.

Cependant, plusieurs critiques ont eu lieu face à la généralisation des rôles sociaux et des frontières de l'impact de la question de genre sur ces rôles. Par exemple, en analysant l'évolution de l'identité, de la conscience et de la culture des femmes lesbiennes entre les années 1970 et 1990, passant d'une identité construite autour des « scènes des bars » à une construction plus structurée construite autour d'une éventuelle famille alternative, Stein (1997) constate que le rôle social peut avoir une signification différente chez les hommes que de celui chez les femmes et d'une communauté à une autre au sein du même genre. De même cela peut varier d'un contexte social à un autre (Clarke, 1983).

La problématique du genre dans le processus de socialisation a fait l'objet d'un très grand nombre de recherches dans divers disciplines constituant un corps de recherches assez développé. L'égalité entre les hommes et les femmes ont souvent été considéré comme l'un des éléments d'analyse les plus important qui permet de comprendre les enjeux de la construction socio-culturelle du genre dans un certain contexte social. Plusieurs chercheurs se sont intéressés au « gap de genre » notamment dans le cadre du travail comme déjà mentionné préalablement plus particulièrement au niveau des différences existant entre la rémunération des hommes et des femmes ainsi que les postes de cadres et de direction occupés le plus souvent dans une logique de comparaison entre des sociétés patriarcales et d'autres plus égalitaires.

Gneezy et al. (2009) constatent que malgré les évolutions socio-économiques dans les sociétés occidentales, le gap de genre demeure presque le même que celui des sociétés moins égalitaires au niveau des salaires et du travail d'une manière plus générale. En effet, si les différences entre les sexes en matière de compétitivité peuvent être dues à des raisons pas toujours contrôlables par l'homme comme démontré dans plusieurs études en biologie évolutive et en sociobiologie (Flynn, 2007), d'autres études en économie ont tenté de corréliser des différences de genre dans des différents types de comportement économique par des facteurs biologiques.

Contrairement à l'idée que l'évolution ou la nature soient à l'origine des différences entre les sexes même au niveau des salaires et des postes occupés dans un certain contexte culturel ou social, un considérable corps de recherche en sociologie comme en psychologie a mis en avant la construction socio-culturelle des rôles de genre et de sexe comme un facteur essentiel derrière les différences entre les sexes et leurs comportements dans le milieu professionnel (Diekman & Eagly, 2000).

Par ailleurs, la construction identitaire est une dimension fortement présente derrière la dimension sociale du genre, et qui nous emmène souvent à la notion du rôle social ou le rôle de genre ainsi qu'aux stéréotypes dessinés autour du genre, des concepts que nous allons développer ultérieurement dans les paragraphes suivants. En effet,

dans son ouvrage « *The Gender of the Gift* » (Le Genre du Don), l'anthropologue Marilyn Strathern (1988), a évoqué le terme du « sexe social » pour marquer la participation de la société et son influence sur la construction de l'identité de genre des individus ainsi que sa contribution aux normes des relations entre eux. Le « sexe social » est considéré comme un « attribut intrinsèque » des personnes ou en d'autres termes une composante identitaire de l'individu.

En parallèle avec cette considération intrinsèque, le genre contribue d'autre part à la formation des attentes divergentes vis-à-vis les hommes et les femmes. Ces attentes qui sont transmises d'une génération à une autre, forment les règles du « comportement social » qui ne s'arrêtent pas à la sphère publique ou extérieure pour régir les relations entre les hommes et les femmes mais touchent aussi à la sphère la plus intime tel que le partage des responsabilités et des tâches au sein du couple.

2. Rôles de Genre et Stéréotypes

Dans la plus grande majorité des sociétés, l'intérieur face à l'extérieur est une dichotomie qui a pris une place omniprésente dans presque tous les détails de la vie quotidienne des individus notamment les rôles qui leur sont attribués. La dichotomie intérieur/extérieur qui repose fondamentalement sur la dichotomie masculin/féminin est le plus explicitement observable au sein du couple. En effet, les femmes, et suite à leur fort lien affectif avec leurs enfants dû au processus d'accouchement d'une part, et en raison de certains aspects physiques d'autre part, leur ont été traditionnellement attribuées des rôles à l'intérieur du foyer dans la sphère intime (Allen & Walker, 2000). L'homme, quant à lui, lui a été attribué le rôle extérieur que ce soit un rôle d'approvisionnement, ou celui du responsable d'assurer les ressources financières pour sa famille en travaillant à l'extérieur, la « sphère publique » (Bourdieu, 1998). Ainsi, la tradition fait en sorte que le rôle du père soit un rôle instrumental et celui de la mère soit plutôt affectif, nourricier et de soutien pour toute la famille (Gentry & McGinnis, 2003).

Le rôle social ou le rôle de genre est défini comme étant « les attentes de la société vis-à-vis des comportements appropriés des hommes ou des femmes » (Eagly, 2013). Le rôle de genre est donc différent de l'identité de genre qui fait plutôt référence au « sens subjectif qu'un individu donne à sa masculinité ou sa féminité » (Johnson & Wassersug, 2010). Elle est considérée comme étant le spectre de croyances et d'émotions loin de la dichotomie traditionnelle mâle/femelle qui influence les stéréotypes des rôles sociaux (Kerr & Multon, 2015).

Comme nous le constatons à travers les différentes études présentées sur l'évolution de la notion du genre et de sa conceptualisation dans la société moderne et post-moderne, les plus récentes recherches remettent en question la dichotomie masculin/féminin dans sa logique d'opposition. Le même constat peut être fait sur

les recherches qui ont traité des rôles de genre ainsi que la division des responsabilités au sein du foyer. Par exemple, certains chercheurs se sont demandés sur les attentes de la société du rôle de la mère dans le cas des foyers où la mère est la responsable principale de l'assurance des ressources financières pour sa famille. Restent-elles tout de même considérées comme responsable de l'accomplissement du rôle nourricier selon la vision traditionnelle des rôles de genre ? (e.g. Twiggs et al., 1999).

Les réponses à ce type de problématiques apportées par des différentes recherches en sociologie et en comportement du consommateur ont enrichi les réflexions sur l'évolution des rôles de genre surtout après le changement des statuts de travail de la femme dans les années 1970 qui brise les règles de la dichotomie intérieur/extérieur, ainsi que l'évolution de la conception de la famille avec le temps et l'émergence de multiples nouvelles formes d'union et de familles comme le pacs, les familles homoparentales et monoparentales (Harrison & Gentry, 2007).

Comme nous avons pu le souligner plusieurs fois tout au long de ce chapitre, le genre, la féminité et la masculinité ne peuvent en aucun cas être conceptualisés ou définis d'une manière fixe et claire (e.g. Butler, 1990 ; Connell, 2005 ; Firat, 1994 ; Scharff, 2011). Cela a toujours été le cas : « Le genre est toujours une question de faire. Mais pas par un sujet qui pourrait être dit à préexister l'acte »¹⁷ (Butler, 1990). C'est donc la performance du genre qui fait évoluer la conception du genre selon le contexte social et culturel, le cycle de vie, les rôles, la situation et les statuts (Gregersdötter & Hallén, 2013 ; Rosa, 2003). En effet, les recherches montrent une évolution du rôle de genre du père et de la mère suite aux changements socio-culturels sans constater aucun changement radical par rapport à la division traditionnelle des rôles (Commuri & Gentry, 2000). L'évolution culturelle de la masculinité et de la féminité d'une part, et de la paternité et maternité d'autre part (Williams, 2008) a également contribué à l'évolution des rôles de genre. Le changement et l'évolution des rôles des hommes et des femmes ainsi que de leurs statuts se traduisent par « une négociation des rôles entre les sexes » (Gregersdötter & Hallén, 2013). Ainsi, les hommes d'aujourd'hui ont plus de « facilité culturelle » à passer de leur rôle traditionnel, dominant et parfois violent, à une activité nourricière en prenant soin de leurs enfants (Littlefield & Ozanne, 2011) ce qui prouve encore une fois que « les frontières sociales stables traditionnellement établies ont commencé à se déconstruire » (Lamont & Molnar, 2002).

2.1. La Famille et le Genre :

La relation entre la famille et le genre est une relation assez forte mais assez complexe en même temps. En effet, en plus du fait que, comme expliqué dans le

¹⁷ « *Gender is always a doing, though not a doing by a subject who might be said to pre-exist the deed* » (Butler, 1990 : 25).

paragraphe précédent, la famille soit l'une des principales institutions où l'ensemble des règles qui régissent les relations entre l'homme et la femme sont appliquées (Borghino, 1999), la famille est également le premier espace de construction et d'expression de soi notamment de l'identité du genre et donc de l'expression de cette identité par ce que Holt et Thompson (2004) ont appelé la performance « genrée » (Thompson, 1996).

L'importance de la famille comme objet d'analyse des études de genre a surtout augmenté avec la montée et le développement de la connaissance féministe dans les années 1970. La famille était le champ de pratique de la dichotomie intérieur/extérieur considérée comme l'une des formes les plus excessives de l'oppression des femmes qui étaient « à la merci des pères ou des maris, où la loi du patriarcat a tenu l'une de ses formes les plus primitives » comme l'expliquent Michèle Barrett et Mary McIntosh (1982) dans leur critique socio-féministe de la famille.

De plus, pour de nombreux chercheurs, le genre représente la « lentille économique » du patriarcat. Or, cela ignore le fait que le patriarcat soit aussi un modèle social et culturel de domination qui nécessite une négociation permanente des rôles entre les genres. En se basant sur la théorie des « arrangements des genres »¹⁸ de Goffman (1977), Macé (2015) souligne qu'en Europe, la transformation de la famille et de l'emploi, la consommation individualiste ainsi que les tentatives visant à réduire les inégalités entre les genres, se traduisent par de nouvelles formes de « post-patriarcat ». La dissection du patriarcat de cette manière, permet de saisir la logique d'action et de mieux comprendre les contradictions internes de chaque type d'arrangement en identifiant leurs particularités et leurs singularités sans les placer obligatoirement dans des « axes de progrès » hiérarchisé. En outre, cette approche d'analyse permet également de comparer les différents types d'arrangements de genres en fonction de leur relation avec le principe de patriarcat.

Une approche intersectionnelle des relations de genre au sein de la famille implique donc son exploration à travers plus qu'une seule dimension. Ces dimensions pourraient être l'âge, l'origine ethnique, la culture professionnelle, la religion, la classe sociale ou même le « post-patriarcat » (Macé, 2015). Selon Gopaldas et DeRoy (2015), l'intersectionnalité contribue non seulement à construire des représentations plus inclusives des relations de genres et de la négociation des rôles de genre au sein de la famille, mais aussi contribue à réduire le risque d'attribuer un rôle disproportionné par rapport à une seule variable.

¹⁸ Les « arrangements des genres » représentent selon Goffman (1977) l'ensemble de dispositifs employés inconsciemment par les hommes afin de dominer les femmes. Cette théorie s'inscrit dans la thèse que Goffman défend dans son ouvrage « *Theory and Society* » sur le fait que « les classes sexuelles » opposées entre hommes et femmes ne sont pas une création de la nature mais plutôt celle de la société. Ces différences entre les « classes sexuelles » sont inscrites dans les institutions sociales afin de garantir le bien-fondé d'une caution par le sexe de nos « arrangements sociaux ».

Le rôle primordial de la famille dans la construction de l'identité du genre allant jusqu'à la considérer comme « l'usine des genres » (Risman, 1998) réside également dans le fait qu'elle soit le premier pilier de la structure du genre de chaque société. L'expression « structure du genre » est utilisée par Risman (1986) qui confirme que chaque société possède sa propre structure de genre de la même manière que chaque société a sa propre structure institutionnelle, sociale et politique.

Ainsi, la famille reflète la « politique sexuelle » ou la « politique de genre » à travers les égalités hommes/femmes ou ce que l'on appelle le « *gender gap* »¹⁹ (la différence entre les genres) qui est le plus souvent mesuré au sein de la famille ou au travail. D'autre part, l'idéologie de la famille qui se caractérise par ses normes à travers les représentations des modèles de mères et de pères influencent la construction des « idéaux » de féminité et de masculinité dans un certain contexte culturel et social.

La forte relation entre la famille et le genre se manifeste donc également dans le lien indissociable existant entre l'identité du genre et la performance du genre exercée au sein de chaque famille (Christopher, 2012). Cela fait en effet intervenir les rôles de la mère et du père pratiqués au sein de la famille faisant ainsi partie de l'identité de la famille (Epp & Price, 2008). Par exemple, Christopher (2012) considère que la maternité joue un rôle prééminent dans la performance du genre chez les femmes.

Le lien entre la famille et le genre passe aussi par la consommation dans ses différentes pratiques souvent « genrées » au sein de la famille (Twiggs et al., 1999) que ce soit à travers des activités et des produits et services symboliques qui permet aux individus d'adopter ou d'exprimer leurs identités de genre (Thompson, 1996 ; Hogg, Curasi & Maclaran 2006) et le rôle du marché dans la construction et l'accomplissement de l'identité du genre au sein de la famille (O'Donohoe, Hogg, MacLaran, Martens & Stevens, 2013), ou à travers la socialisation des enfants aux rôles de genre dès leur naissance dans leurs vêtements, leurs activités, les représentations dans les médias ou même à l'école comme nous avons pu le montrer précédemment.

La forme de la famille se pose à ce niveau-là étant donné que le processus et les formes de socialisation des enfants ainsi que les attentes liés au rôle du père et de la mère diffèrent entre les formes de familles traditionnelles et les autres types de familles tels que les familles monoparentales dirigées par une mère ou un père isolés (e.g. Shirahase, 2013 ; Merla, 2010 ; Casper & Bianchi, 2002). Ainsi, Gross (2005) montre que les pères ont généralement tendance à élever et se comporter avec leurs enfants d'une manière plus « genrée ».

De plus, l'idéologie de genre de toute société est reflétée à travers « les dimensions de la signification dans le partage et l'organisation des tâches domestiques et ménagères au sein de la famille » (Twiggs et al., 1999). Plusieurs travaux ont dévoilé l'évidence

¹⁹ Le « *Gender Gap* » fait référence aux différences entre les hommes et les femmes telles que reflétées dans les attitudes et les réalisations au niveau social, politique, intellectuel, économique et culturel.

du partage « genré » des tâches ménagères entre les membres du couple (e.g. Maani & Cruickshank, 2010 ; Blair & Lichter, 1991). Cela se manifeste plus clairement à travers des études qui ont été effectuées dans plusieurs contextes et pays tels que la France, les Etats-Unis, l'Angleterre, le Canada et le Danemark, et qui ont montré que, malgré que le « gender gap » ait diminué dans la dernière trentaine d'années dans un grand nombre de pays notamment des pays occidentaux, les femmes continuent à passer un temps significativement supérieur à celui passé par les hommes en s'occupant des tâches ménagères et des courses (e.g. Delphy, 2014 ; Rémy, 2007 en France ; Burda et al., 2007 ; Blau et al., 2002 aux Etats-Unis et l'UE ; Zuckewich, 2003 dans le contexte canadien ; Bryan & Sevilla-Sanz, 2007 en Angleterre ; et Bonke et al. (2005) au Danemark). Le travail domestique au sein de la famille reste donc « culturellement genré » (Gentry & McGinnis, 2013).

2.2. Consommer le genre

Le genre constitue une lentille d'analyse de plus en plus importante pour les recherches en marketing et comportement du consommateur (e.g. Östberg, 2005 ; 2010 ; Wolin, 2003 ; Darley & Smith, 1995). La logique de cette discipline, tout comme celle du marché, est une logique « genrée » (Fischer et Arnold, 1990) étant donné que la consommation constitue un signe primordial du genre qui contribue à la construction identitaire des consommateurs notamment leur identité de genre (Zukin & Maguire, 2004). En effet, à un niveau micro-individuel, les recherches sur le genre se sont principalement penchées sur les différents liens entre la construction de l'identité du consommateur d'une manière générale et de son orientation sexuelle en particulier d'une part, et la conceptualisation de la féminité ainsi que celle de la masculinité d'autre part (e.g. Scharff, 2011 ; Visconti, 2008 ; Holt & Thompson, 2004 ; Kates, 2002 ; 2004 ; Fung, 2002 ; Joy & Vankatesh, 1994).

Ensuite, à un niveau macro-social, alors que certains chercheurs en comportement du consommateur se sont intéressés aux modèles culturels de genre et la contribution du marketing à la création et/ou le reflet des « idéaux de genre » à travers la mode et la publicité (e.g. Evans, Riley & Shankar, 2010 ; Martin, Schouten & McAlexander, 2006 ; Schroeder & Zwick, 2004 ; Thompson & Holt, 2004), d'autres ont étudié les implications socio-politiques du genre tels que dans les recherches féministes et post-féministes (e.g. Östberg, 2010 ; Catterall, Maclaran & Stevens, 2005 ; Penalosa, 1996 ; Fischer & Bristor, 1994 ; Hirschman, 1993). Ainsi, Östberg (2010) considère que le marketing peut être critiqué pour avoir été le serviteur d'un objet politique qui vise à cimenter, stabiliser voire même parfois accentuer les stéréotypes de genre tels que le stéréotype de l'homme blanc et hétérosexuel. De même, selon lui, le marketing donne des normes de masculinité pour pouvoir identifier les caractéristiques du « vrai » homme. Ces normes ont pour fonctions de reproduire un système politique dans lequel les catégories de genre demeurent stables et « ne posent pas de

problèmes » (Östberg, 2010). Quant à la relation entre le genre, le marché et les pratiques marketing, elle a été mise en évidence par de nombreuses recherches (e.g. Keating & McLoughlin, 2005 ; Wolin, 2003 ; Stern, 1999 ; Schroeder & Borgerson, 1998 ; Penaloza, 1994).

La recherche en marketing a donc toujours souligné le rôle de la consommation dans la construction du genre et de l'identité du genre des consommateurs notamment dans une approche CCT (*Consumer Culture Theory*) qui défend l'idée que le genre ne peut être pris en considération que d'une manière qui tient en compte le contexte social, culturel et économique. Ainsi, les *Gender Studies* se sont appuyées sur l'influence des rôles sociaux et des égalités entre les genres au travail comme dans les pratiques sociales de tous les jours sur la domination masculine.

De plus, face à un consommateur post-moderne et suite aux changements de ses caractéristiques ainsi que de son comportement, Bauman (2005) considère que le genre doit être désormais considéré dans un monde qui change et évolue, où « la fragmentation des identités et la liquidité de la vie engendre la fragmentation des identités de genre ce qui se croise avec d'autres aspects socio-culturels tels que l'ethnicité, les classes sociales et les religions. Ainsi, et suite à la fluidité des identités de genre, la masculinité est remplacée par des masculinités (Connell, 2005) et de même la féminité est remplacée par des féminités (Froidevaux-Metterie, 2015 ; Scharff, 2011) exprimant différentes façons d'être un homme ou une femme. Non seulement ces différentes masculinités et féminités peuvent faire partie de la femme ou de l'homme, mais aussi l'homme peut avoir une version féminine de son identité de genre masculine comme la femme peut avoir une version masculine (Firat, 1994). Les frontières entre les deux identités sont donc de plus en plus floues (Butler, 1990).

D'un point de vue marketing opérationnel, le genre demeure largement considéré comme une variable de segmentation étant donné qu'il porte plusieurs avantages aux marketeurs. En effet, selon Darley et Smith (1995), les segments basés sur le genre sont « facilement identifiables, accessibles et suffisamment larges pour être profitables ». De plus, les segments de genre ont l'avantage d'être mesurables et sensibles aux éléments du marketing mix (Wolin, 2003).

Le rôle du marketing dans la construction des stéréotypes de genre est le plus souvent observable dans la publicité. Etant donné que l'intérêt et les connaissances associées aux rôles sociaux « genrés » influencent fortement le jugement des consommateurs, la publicité fait souvent appel au genre afin de convaincre son public de la manière la plus efficace (Meyers-Levy & Sternthal, 1991). En effet, selon le contexte de la consommation, les individus « consomment de la féminité et de la masculinité » (Östberg, 2010). Ainsi, le marketing contribue à la pression exercée par la société sur les hommes et les femmes pour qu'ils se conforment aux stéréotypes de genre et à ses normes. Cela se fait principalement à travers le « bombardement des publicités » (Östberg, 2010).

En outre, puisque le genre ne se limite pas à des critères biologiques mais comprend des associations et du sens attribués aux comportements, il peut donc avoir un rôle large en marketing (Kacen, 2000). Le genre constitue aussi un moyen de trouver de nouvelles cibles face à des marchés de plus en plus saturés et matures comme l'expliquent Brynjolfsson, Hu et Smith (2006). Le genre s'intègre donc dans une simple stratégie de ciblage de nouveaux consommateurs potentiels ce qui accentue les stéréotypes de genre traditionnels tel que nous le prouve l'étude de Wolin (2003) qui donne un aperçu sur la question du genre dans la publicité, en tenant compte de plusieurs recherches sur le genre dans la publicité et en étudiant l'effet des marques « genrées » sur les habitudes d'achat des consommateurs ainsi que l'influence du genre sur les effets de la publicité sur le comportement des consommateurs. Le lancement récent du nouveau dentifrice pour hommes par « Signal » ou même des stylos « Bic » pour femmes en sont des bons exemples.

Au-delà de la contribution des marques à l'accentuation des stéréotypes correspondants aux rôles sociaux traditionnels à travers l'adoption d'une différenciation sexuée entre les genres, certaines marques peuvent créer de nouvelles façons de différenciation entre les genres. En effet, l'actuelle distinction entre les genres à travers les couleurs est relativement récente (Paoletti, 2012). Par exemple, dans les débuts du XX^{ème} siècle, les bébés s'habillaient en blanc mais la catégorisation des produits par le marketing a créé des rayons et des produits bleus pour les garçons et roses pour les filles. Ainsi, le marketing contribue à la construction du genre et de ses stéréotypes.

Le terme « Gender Marketing » est un terme qui fait référence au marketing qui s'intéresse aux manières différentes d'utilisation des produits entre les femmes et les hommes, à la façon que chaque genre préfère qu'on s'y adresse, au processus de décision d'achat de chaque genre, à leurs canaux de distribution préférés ainsi que la perception de chaque genre du rapport qualité/prix (Moss, 2009). La question la plus problématique de « Gender Marketing » demeure la communication. En effet, Moss (2009) montre que dans la majorité des entreprises, les hommes sont ceux qui décident de la communication comme de la stratégie marketing. Le message transmis est souvent en décalage avec les consommateurs du genre féminin surtout que celles-ci ont une influence sur les décisions d'achats de leurs ami(e)s et familles significativement plus importante que celle des hommes. De plus, cette étude montre que 80% de la totalité des décisions d'achats de la famille, toute catégorie confondue, demeurent prises par des femmes (p.21).

L'attribution d'un genre à un produit ou une marque peut être effectuée à travers quelques modifications dans les caractéristiques physiques du produit, tels que son packaging, ou le logo de la marque et son nom. Le genre de la marque se communique principalement à travers la publicité. En effet, les recherches montrent que les femmes préfèrent une perspective lâche, des couleurs plus chaudes et pastels, des lignes franches, des surfaces molles, des motifs mélangés ou naturels, et des

lignes et des structures arrondies. En revanche, les préférences des hommes comprennent une perspective nette, des lignes verticales, les couleurs denses et profondes, des surfaces rugueuses, des motifs solides ou géométriques et des formes droites ou présentant des angles (Alreck, 1994 ; Moss, 2009).

Le « Gender Marketing » peut être appliqué de trois différentes manières. Premièrement, un produit peut être de genre neutre car il peut correspondre aux deux genres. Par exemple, un sèche-cheveux peut être commercialisé pour les hommes et les femmes en même temps. Deuxièmement, certains produits « genrés » peuvent être commercialisés au genre correspondant. Et troisièmement, un produit qui est à l'origine adressé à un genre, peut être commercialisé à l'autre genre. C'est le cas de certains produits de maquillage ou de soin de la peau tels que « Nivea for men » ou L'Oréal Men Expert ».

En raison de l'évolution des rôles de genre, le « Gender marketing » ne se focalise plus aux rôles de genre traditionnels mais plutôt sur des attributs basiques de la psychologie de genre : « la force pour les hommes et la gentillesse pour les femmes ». La représentation de l'image traditionnelle des femmes leurs rôles de « housewives » (femmes au foyer) pourrait avoir un effet controversé auprès des femmes modernes qui travaillent (Alreck, 1994). Ainsi, l'évolution du rôle de la femme a incité les marketeurs à concevoir de nouveaux produits, tels que les fours à micro-ondes, les plats préparés micro-ondables ou même les produits surgelés, ainsi que de nouveaux services tels que les systèmes de gardes des enfants et le prolongement des horaires d'ouverture des magasins alimentaires comme l'indiquent Tissier-Debordes et Kimmel (2002). Ces produits répondent aux nouveaux besoins de la femme moderne et à son mode de vie créant ainsi de nouvelles opportunités pour les entreprises (Tissier-Debordes & Kimmel, 2002).

De son côté, Wolin (2003) montre que, même si les femmes préfèrent des marques féminines, elles sont prêtes à accepter des marques masculines ou des produits qui semblent adressés à un public plutôt masculin dans leur commercialisation. Cependant, les hommes en général ont plutôt tendance à rejeter les marques féminines ou les produits adressés à un public féminin ou commercialisés d'une « manière féminine ».

Synthèse du Chapitre I :

Dans ce premier chapitre de notre cadre théorique, nous avons effectué un aperçu général des différentes théories de genre ainsi que de l'évolution de ces théories avec le temps. Cela nous a permis de présenter les différentes manières de construction des normes de genre dans un certain contexte social et culturel, ainsi que l'influence de ces normes sur la création des stéréotypes de genre qui sont à l'origine de l'attribution de fonctions et de rôles à chaque genre au sein de la société.

En effet, il existe principalement deux approches théoriques qui traitent des relations entre les genres. La première est une approche d'opposition qui considère le genre en se basant uniquement sur les caractéristiques biologiques. Suite à cette approche, le genre est tout simplement le résultat de la nature. Ainsi, l'identité et le rôle de genre de chaque sexe sont définis par rapport au sexe opposé d'où la logique d'opposition qui implique une relation d'hiérarchisation entre les genres. Cette hiérarchie s'est souvent traduite par la domination du genre masculin par rapport au genre féminin comme le détaille la théorie de la domination masculine (Bourdieu, 1998). La dichotomie masculin/féminin implique plusieurs dichotomies sous-jacentes telles que : privé/public, intérieur/extérieur (Allen & Walker, 2000). Ces dichotomies traditionnelles régissent les relations entre les genres à différents niveaux (familial, social et professionnel), et tracent donc les stéréotypes des rôles sociaux (Kerr & Multon, 2015). Ainsi, la tradition fait en sorte que le rôle du père soit un rôle instrumental émanant de la sphère publique, et que celui de la mère soit plutôt affectif, nourricier et de soutien pour toute la famille, émanant de la sphère intime (Gentry & McGinnis, 2003). De même, en appliquant cette logique d'opposition au niveau des couples, les tâches ménagères et domestiques seraient des tâches évitées par le membre qui a le plus de pouvoir (l'homme) car il s'agit de tâches dévalorisées par la société (Campbell, 1997 ; Ferre, 1990).

D'autre part, le courant des « gender studies » a apporté une nouvelle approche conceptuelle du genre. La conceptualisation du genre selon cette approche est fondée sur la distinction entre le sexe et le genre comme deux concepts différents. Alors que le sexe correspond aux caractéristiques biologiques de l'individu, ce qui fait qu'il existe deux sexes masculin et féminin, le genre est, quant à lui, une construction identitaire et culturelle résultant d'un processus influencé par le vécu de l'individu ainsi que l'environnement socio-culturel dans lequel il existe (Eagly, 2013). C'est la raison pour laquelle le genre est considéré comme le « sexe social » (Héritier, 1996 ; Strathern, 1988).

Malgré leur détachement de l'approche qui oppose les genres, les « gender studies » ont été critiquées pour avoir rétabli à nouveau des stéréotypes de genre qui présentent les frontières entre les deux genres comme des frontières fixes et rigides. Des travaux qui s'inscrivent dans une approche post-moderne des « gender studies » ont donc proposé de conceptualiser le genre comme non seulement une construction

identitaire mais aussi un bricolage identitaire en s'inspirant ainsi de la définition de l'identité en tant que telle comme un processus de bricolage dans son approche post-moderne (Merla, 2010).

Ainsi, la masculinité devient des masculinités pour montrer les différentes formes possibles d'être un homme (Connell, 2005), à l'instar de la féminité qui est remplacée par des féminités (Froidevaux-Metterie, 2015 ; Scharff, 2011). Les frontières entre les genres sont donc de plus en plus floues (Butler, 1990). En effet, Firat (1994) montre que la masculinité peut avoir une version féminine tout comme la féminité peut avoir une version masculine.

Malgré l'évolution de la conception du genre vers des frontières plus flexibles entre les genres, certaines activités tout comme certains domaines de consommation restent fortement « genrés » ou prisonniers des stéréotypes traditionnels. En effet, en ce qui concerne les tâches domestiques et les courses régulières de la famille, le genre reste le meilleur prédicteur du partage de ces tâches au sein d'une famille (Allen & Walker, 2000 ; Gentry & McGinnis, 2013). Ces tâches sont toujours perçues comme faisant partie du rôle de la mère même si cette dernière est très impliquée dans une activité professionnelle (Delphy, 2015 ; Miller, 1998 ; Rémy, 2011). La répartition de ses tâches reste avant tout une question d'équilibre consenti entre les deux membres du couple (Kauffman, 1997).

D'autre part, les recherches montrent que parfois, lorsqu'un individu dépasse les frontières de son territoire de consommation, pour expérimenter de nouveaux territoires qui ne sont pas traditionnellement attribués à son rôle de genre, cela peut être considéré comme une transgression des normes sociales et de genre, voire même engendrer des difficultés identitaires comme nous le montre l'étude réalisée par Coskuner-Balli et Thompson (2013) sur les pères-au-foyer. Mais pourquoi considérer que tous les hommes qui dépassent leurs territoires de consommation pour une raison ou une autre vont-ils vivre des crises identitaires ? Et si c'est le cas lorsqu'il s'agit d'une inversion des rôles traditionnels entre le père et la mère, est-il forcément le cas lorsque l'on est dans un cadre de cumul de rôles ? Et si les tâches de la gestion domestique et des courses familiales sont un partage émanant d'une négociation des rôles de genre (Gregersdötter & Hallén, 2013), comment le père négocie-t-il son rôle en absence de la mère ?

Toutes ces questions relèvent, en plus de la problématique de genre que nous avons pu traiter tout au long de notre premier chapitre, des aspects identitaires de la masculinité ainsi que les rôles parentaux, paternel comme maternel. Nos prochains chapitres y seront respectivement consacrés.

Chapitre II

L'Identité Masculine : Construction, Défis & Tensions

Dans un temps où les concepts et les valeurs de la société postmoderne sont en changement rapide et permanent, pour ne pas dire en agitation, la conception de notions auparavant considérées comme assez basiques et stables, telles que la masculinité et la féminité au niveau de l'identité du genre, semble être bien plus complexe qu'elle l'était il y a quelques décennies (Firat, 1992) comme nous avons pu constater tout au long du premier chapitre qui s'est consacré à la conception du genre et de son évolution. Dans un temps, où l'on remet tout en question, non seulement la féminité est remise en question, mais la masculinité elle aussi vit un changement parfois décrit comme radical, au niveau de l'identité des hommes, de leur rôle, leur statut, ainsi que leur image (Aarseth, 2009 ; Aarseth & Olsen, 2008 ; Ourahmoune, 2009). En effet, suite à la fluidité des identités de notre ère, où l'identité, y compris celle du genre, devient un processus de bricolage (Merla, 2010), la masculinité est remplacée par des masculinités (Connell, 2005) à l'instar de la féminité qui est remplacée par des féminités (Froidevaux-Metterie, 2015 ; Scharff, 2011).

Ainsi, la crise de masculinité, que de nombreux sociologues et anthropologues ont évoquée à travers diverses recherches, se reflète dans la culture de consommation contemporaine par des tensions identitaires vécues par les hommes sur le marché et dans certaines pratiques de consommation notamment celles effectuées dans des domaines traditionnellement féminins tels que les cosmétiques et les produits de ménages (Coskuner, 2006). Le marché devient donc l'un des territoires où les hommes négocient leurs identités et vivent des tensions. Ces tensions proviennent essentiellement du fait que de telles pratiques de consommation soient relativement récentes dans notre système de valeurs ce qui mène à des sortes de « peurs sociales », des tabous voire une sorte d'anxiété au sein des consommateurs masculins (Ourahmoune, 2009). Les tensions vécues par ces consommateurs ont fait l'objet de différentes recherches en comportement du consommateur et en marketing (Elliott & Elliott, 2005 ; Holt & Thompson, 2004 ; Kimmel & Tissiers-Desbordes, 2000 ; Littlefield, 2010 ; Otnes & McGrath, 2001 ; Rinallo, 2007 ; Tuncay & Otnes, 2006).

Il existe plusieurs définitions de la masculinité. Si certaines définitions se penchent sur l'aspect biologique ou sexuel de la masculinité, d'autres l'abordent d'un point de vue psychologique. L'un des points communs majeurs entre ces deux approches demeure l'aspect social de la masculinité. L'une des définitions les plus communément admises de la masculinité mais aussi les plus généralistes peut se présenter comme suit : « La masculinité est l'ensemble des comportements considérés comme caractéristiques du sexe masculin ». Le terme « comportement » met l'accent sur l'aspect social de la masculinité. Cette dernière est donc une notion

qui va bien au-delà des caractéristiques biologiques et psychologiques. La masculinité, surtout celle d'aujourd'hui, est une image socialement construite (Barthes, 1975 ; Coskuner, 2006 ; Kimmel, 1992).

Face à la multitude d'identités de genre et à des changements rapides dans les « codes masculins » (Szabo, 2012 ; 2013), les hommes d'aujourd'hui vivent des tensions entre se conformer aux attentes sociales concernant la façon d'être un homme d'une part, et leur désir de se détacher des contraintes de la masculinité traditionnelle hégémonique (Levant, 1992 ; Levant et al., 1992) d'autre part, et essayent de trouver une « zone de sécurité » (*safety zone*) comme le montre, par exemple, l'étude de Rinallo (2007) effectuée sur la consommation des produits de modes par les hommes italiens.

L'importante implication des hommes d'aujourd'hui dans des pratiques de consommation traditionnellement féminines non seulement engendre des anxiétés et des crises identitaires auprès de certains d'entre eux (Coskuner-Balli & Thompson, 2013), mais aussi contribue à la redéfinition des rôles du genre et de la construction identitaire dans la société dans un sens plus général, ainsi qu'à la modification des frontières sociales entre les genres (Johnston & Baumann, 2010). L'une des facettes de l'évolution des pratiques de consommation des hommes, se manifeste dans la tendance « branchée » de la culture « foodie » qui a permis aux hommes d'exprimer leur identité masculine à travers la cuisine domestique, traditionnellement perçue comme une activité féminine (DeVault, 1991 ; Inness, 2001), et de légitimer ces pratiques dans le territoire masculin, comme le montre la recherche de Klasson et Ulver (2015).

Dans ces pratiques de consommation, les chercheurs voient une masculinité bien différente des stéréotypes et de ses représentations extrêmes (Belk & Costa, 1998 ; Schouten & McAlexander, 1995). Une perspective que Littlefield (2010) a décrite comme « hyper-masculine » et qui, en effet, correspond à la masculinité hégémonique, où l'homme est symbole de force physique, de virilité voire même d'agressivité (Belk & Costa, 1998 ; David & Brannon, 1976 ; Franklin, 1984 ; Levant et al., 1992). Cependant, de nombreux chercheurs en comportement du consommateur ont souligné le besoin de réévaluer les formes de masculinités et de la prise en considération de l'ambiguïté et de la malléabilité qui les caractérisent notamment dans les pratiques de consommation quotidiennes des hommes d'aujourd'hui, contrairement à ce qui est véhiculé dans la perspective de l'hyper-masculinité (Gentry, Commuri, & Jun, 2003 ; Littlefield, 2010). D'autres chercheurs ont de même souligné le besoin d'examiner les pratiques les plus ordinaires et communes afin de mieux comprendre et conceptualiser la socialisation des masculinités de nos jours (Brownlie & Hewer, 2007 ; Schroeder & Zwick, 2004).

Dans ce deuxième chapitre, nous allons en premier lieu présenter un bref historique sur l'image de la masculinité, pour définir par la suite les différentes catégories de la masculinité, de sa construction sociale, et de ses représentations sociales et

médiatiques. Nous allons par la suite se focaliser sur la nouvelle masculinité, sa signification et des différentes pratiques de consommation qui la régissent, pour se focaliser à la fin du chapitre sur la masculinité au foyer et sur la manière dont les hommes pratiquent des activités traditionnellement perçues comme féminines telles que les courses, la mode et la cuisine. Parce qu'entre la virilité et l'uber-sexualité, la masculinité a une belle histoire à nous raconter !

Section 1 : De la masculinité hégémonique à la métró-sexualité

1. Un bref historique de l'image de la masculinité :

L'image de la masculinité ainsi que sa perception dans la société a beaucoup évolué à travers le temps. Bien que cette image change d'un contexte culturel à un autre, chaque époque représente plusieurs images de la masculinité qui coexistaient ensemble dans le même contexte culturel (Tosh, 2005). L'image de la masculinité correspond donc à l'ensemble des éléments socialement reconnus comme devant être le propre des hommes à une époque et dans un contexte social donnés. Il ne s'agit donc pas d'une notion universelle, elle est socialement et historiquement située comme le souligne à plusieurs reprises l'historien John Tosh (2005) dans son ouvrage « *Manliness and Masculinities in Nineteenth-Century Britain* ». L'un des principaux points communs entre les différentes époques et contextes culturels, est que la perception de la masculinité ainsi que son image, sont fortement liées à la faible ou forte présence de la féminité dans une certaine société ou pendant une certaine époque. Dans ce présent paragraphe, nous traçons les tendances générales de l'évolution de l'image masculine, mais il est important de souligner que d'autres modèles masculins moins dominants auraient pu exister durant la même période.

L'un des premiers courants de changement dans l'image traditionnelle de la masculinité dans l'histoire contemporaine est celui du dandysme. Ce courant de mode qui a apparu dans la société anglaise vers la fin du XVIII^{ème} siècle, a représenté l'homme d'une manière en rupture complète avec l'image habituelle en termes d'habillement et de comportement. Le style de l'homme dandy est basé sur l'élégance et la finesse, des principes, alors, plutôt accordés aux femmes, contradictoires avec la virilité et l'image de l'homme qui ne prenait pas très soin de son apparence. Selon Baudelaire²⁰, « *le dandy doit aspirer à être sublime sans interruption ; il doit vivre et dormir devant un miroir* ». Bien évidemment, ce courant a été exporté dans d'autres sociétés et a évolué dans le temps mais l'homme dandy demeure perçu comme un homme élégant et d'apparence extrêmement soignée. Le dandysme n'a constitué qu'un courant opposé à l'image dominante de la masculinité hégémonique qui était fortement liée à la virilité et à la force physique sans aucune préoccupation esthétique.

La révolution française avait renforcé la dominance de la masculinité en donnant aux hommes une image virile et révolutionnaire souvent rattachée à leur force physique et sexuelle. L'image de domination masculine assure sa continuité en favorisant la catégorisation des êtres humains entre hommes virils, solides et dominants, et femmes faibles, passives et dominées (Bourdieu 1984). Cette catégorisation purement basée sur le genre voire même la sexualité a progressivement fait partie de ses normes et son système de valeurs (Barthes, 1975 ; Bourdieu, 1984 ; Coskuner, 2006 ;

²⁰ Baudelaire, « Mon Cœur mis à Nu »

Mulvey, 1975). C'est ainsi, qu'avec la révolution industrielle, le rôle du père était celui de responsabilités liés au pouvoir matériel : le père travaillait seul pour assurer les moyens financiers des membres de sa famille. C'est le père qui est donc à la tête de la famille. D'autre part, la mère avait plutôt un rôle lié à des responsabilités affectives. La féminité était donc de savoir gérer la sphère domestique. Etre une femme, signifiait être une bonne mère et vice versa. La féminité prenait tout son sens dans le rôle de la mère qui ne s'accomplissait que dans la sphère intérieure, au foyer. (Fouquet 1977, Kaufmann 1992).

Avec la montée puissante de la bourgeoisie au XIXème siècle, cette vision qui consistait à donner à la masculinité une image dominante et d'y lier la notion du pouvoir, ainsi que de mettre en avant sa supériorité physique, s'est renforcée, allant jusqu'à valoriser l'agressivité et la violence. La nouvelle organisation institutionnelle ainsi que politique, à cette époque, a permis de renforcer cette vision, en plus des catégories professionnelles apparues telles que le service militaire obligatoire à tous les jeunes hommes généralisé au niveau mondial à cette époque-là. Cela a certainement contribué à l'imposition de l'image du pouvoir masculin et de domination fortement liée à une perception sexuelle et symbolique.

Dans la première moitié du XXème siècle, l'image de la masculinité change peu. Etre un homme, c'est toujours être actif, viril, travailleur, responsable de sa famille et surtout dominant voire même parfois violent. Mais les changements au niveau de l'éducation et de la politique, ont eu leurs effets sur le comportement et le discours masculin qui reste dominant mais qui devient moins violent, plus maîtrisé, et moins méprisant envers les femmes. C'est là, que l'on commence à voir le recul du triomphe de la virilité du XIXème siècle, laissant la place à la raison et à plus d'égalité envers les femmes.

Jusqu'aux années 60-70, où les femmes s'imposent de plus en plus sur le marché de travail et « les sismographes démographiques commencent à s'affoler » (Kellerhas & Roussel 1987). L'accentuation de la présence des femmes sur le marché de travail, le passage d'une société de production à une société de consommation, ainsi que la montée des courants féministes réclamants l'égalité entre les genres, ont modifié la perception de la masculinité et de son rôle dans la famille et la société française.

2. Les Catégories de la Masculinité :

2.1. La masculinité hégémonique :

L'évolution de la masculinité est reflétée dans sa catégorisation dans la littérature. La masculinité a traditionnellement été rattachée à la virilité («*manliness*») qui faisait référence à un comportement normatif impliquant des dispositions morales mais aussi à des aspects physiques. Ces attributs comportementaux et physiques formaient l'image idéalisée et normative des hommes et de la masculinité. Une image à laquelle tous les hommes doivent se référer sans avoir d'autres modèles de masculinité dominants dans la société (Tosh, 2005).

David et Brannon (1976) ont identifié le rôle traditionnel du genre masculin dans la société américaine par quatre composants principaux. (1) Un « vrai » homme ne ressemble jamais à une femme. Il doit donc éviter de faire les tâches qui sont traditionnellement rattachées aux femmes comme les tâches domestiques et ménagères ou le soin des enfants (David et Brannon 1976). Il évite aussi toutes les « manières » féminines pour ne pas être jugé comme « efféminé » (Barthel 1988 ; David et Brannon 1976). Prendre soin de son apparence, s'intéresser à la mode et utiliser des produits cosmétiques remettent sa masculinité en question. De même, un « vrai homme » n'exprime pas ses émotions et a une sorte d'homophobie quelque part dans son comportement (David et Brannon 1976). Alors que la beauté est l'un des critères principaux pour évaluer la féminité de la femme, la beauté de l'homme contiendrait une connotation à l'homosexualité. (2) Le deuxième composant selon David et Brannon (1976) est celui du « *Big Wheel* » (la grande roue) qui met l'accent sur le sens de compétition chez les hommes, ainsi que la volonté du succès. Le critère de la masculinité de l'homme est plutôt son succès au niveau professionnel et parfois matériel, ainsi que d'autres réalisations de sa vie quotidienne comme dans quelques activités sportives. (3) Le « *Sturdy Oak* » (La chêne robuste) qui représente l'homme comme très confiant et physiquement endurant. Cette idée rejoint celle de Franklin (1984) concernant la confiance en soi chez l'homme, qu'il a évoquée dans une logique d'opposition par rapport au genre féminin, ou encore la notion de virilité telle que expliquée par Tosh (2005), qui constitue selon lui une source de fierté et le fruit de ses efforts. (4) Le « *Give em hell* » (Donnez-leur l'enfer !) exprime le côté dominant de l'homme, qui agit d'une manière agressive et très énergique (David et Brannon 1976).

Quelques années plus tard, Brannon (1985) a identifié sept types de masculinité dans la société américaine. (1) le « *Football Player* » qui a un très fort sens de compétition et qui cherche le succès ; (2) le « *Jet-set playboy* » passionné par les voitures rapides ainsi que les belles femmes ; (3) le « *Blue-collar brawler* » qui est un spectateur capricieux des activités sportives ; (4) le « *Don Juan* » qui a un beau physique et qui est irrésistible pour les femmes ; (5) le « *Big-shot businessman* » qui représente

l'homme d'affaires ayant un comportement d'un leader ; (6) le « *Great leader* » , l'homme très intelligent et exemple de la réussite ; (7) et le « *working man* » qui est un homme simple et honnête, responsable de sa famille.

Si le concept de la masculinité hégémonique a apparu pour la première fois au début des années 1980 en Australie, il a été formalisé théoriquement dans une recherche réalisée par Carrigan, Connell et Lee publiée en 1985. A travers cette recherche, les chercheurs essayaient de proposer une nouvelle approche de la masculinité d'un point de vue sociologique mais aussi anthropologique voire même idéologique dans certains de ses aspects. De différents facteurs expliquent la remise en question de la masculinité et de ses normes dans la société australienne partagés dans d'autres sociétés notamment à l'occident.

Reawyn Connell, sociologue australienne, qui s'est beaucoup intéressée au développement du concept de la masculinité hégémonique, revient sur ces facteurs qui expliquent la remise en question de la masculinité et de ses représentations extrêmes dans la société, qui ne correspondaient aucunement à la réalité des hommes dans les années 1980 (Connell, 1995). L'un des principaux facteurs, selon elle, était le questionnement de la masculinité hétérosexuelle de la part de la masculinité homosexuelle. « Les sciences sociales féministes remettaient en cause la « *naturalité* » des formes dominantes de masculinité » affirme-t-elle. « Un certain nombre d'avancées féministes ayant été obtenues à travers des alliances avec des hommes au sein du Parti Travailleurs et des bureaucraties d'État, la question de la participation des hommes à des changements positifs dans les rapports de genre gagnait aussi en visibilité » (Connell, 1995).

Connell (1995) va même jusqu'à la distinction entre les hommes et les masculinités car « les masculinités ne sont pas un équivalent des hommes. Elles concernent la position des hommes dans un ordre genré ». Suite à cela, Connell (1995) définit la masculinité hégémonique comme étant « l'expression hégémonique de la masculinité dans un contexte précis : elle est la stratégie qui permet à un moment donné et en un lieu donné aux hommes et aux institutions qu'ils représentent d'asseoir leur domination. Parfois, ses fondements sont remis en cause, par exemple suite à l'effondrement d'un système politique ou économique, mais elle ne disparaît pas, simplement remplacée par de nouvelles formes d'hégémonie reprenant à nouveaux frais les mêmes ressorts de pouvoir ». Il s'agit en effet de la forme la honorée et la plus désirée de la masculinité dans un contexte culturel et temporel spécifique (Connell, 2005). Selon elle, « ce concept vise à analyser les processus de hiérarchisation, de normalisation et de marginalisation des masculinités, par lesquels certaines catégories d'hommes imposent, à travers un travail sur eux-mêmes et sur les autres, leur domination aux femmes, mais également à d'autres catégories d'hommes ». La masculinité hégémonique s'aligne donc avec la masculinité traditionnelle notamment dans ses caractéristiques d'être fort, capable, fiable, de contrôler et de réussir. Etre un homme au pouvoir, un homme avec du pouvoir, et un

homme de pouvoir (Kimmel, 1994). Cependant, d'après Connell (1995 ; 2005) il s'agit d'un idéal atteint par une minorité mais désiré et conservé par la majorité des hommes. Cette forme de masculinité s'oppose à et évite toute activité perçue comme féminine telle que le maternage qui est totalement entrelacé avec le «faire du genre» (*doing gender*) (West & Zimmerman, 1987).

Le concept de masculinité hégémonique vise à mettre en lumière les multiples formes de masculinités qui coexistent en un temps et en un lieu donnés, ainsi que les relations entre elles. Ainsi, en occident, dans le contexte socio-historique actuel la masculinité hégémonique est incarnée dans l'homme blanc, de classe moyenne, hétérosexuel, actif et occupé sur le plan professionnel (Connell, 2005). Les hommes qui n'entreraient pas dans ce modèle appartiendraient à des formes de masculinités non-hégémoniques, subordonnées (par exemple, les hommes homosexuels) ou marginalisées (du fait de leur appartenance de race ou de classe).

Les hommes qui correspondent au modèle de la masculinité hégémonique en tirent un double bénéfice, puisque cela leur permet de dominer non seulement les femmes, mais aussi les hommes appartenant à d'autres modèles de masculinités. Cependant, des hommes qui n'occupent pas ces positions de masculinité hégémonique peuvent être complices de la position hégémonique afin d'en tirer des bénéfices en termes de pouvoir.

L'apport du concept de la masculinité hégémonique c'est d'offrir la possibilité d'envisager les rapports de pouvoirs comme asymétriques en évitant l'effet symétrique entre les dominants et les subalternes (Connell, 2014). Il ne se conçoit pas uniquement sur la base du symbolique contrairement à la vision de Bourdieu (1984) mais se fonde sur les rapports sociaux réels comme le soulignent à plusieurs reprises Vuatoux et Hagège (2013) dans leur critique politique de l'hégémonie masculine. L'hégémonie est donc « à la fois ce qui est produit par ces rapports sociaux et ce qui produit des rapports sociaux spécifiques » (Bereni et al., 2012). Selon eux, l'« hégémonie doit être pensée comme un processus, une dynamique, non comme un état de fait doté d'une certaine permanence à travers les siècles » comme c'est le cas dans la perspective de Bourdieu (1984) qui s'avère, pour eux, une vision dualiste et fataliste.

Levant et al. (1992) ont résumé le rôle hégémonique de la masculinité américaine en huit caractéristiques essentielles. Ces caractéristiques demeurent assez générales et varient évidemment d'un contexte culturel à un autre, ainsi que d'un homme à un autre. Ils se présentent comme suit : (1) Restreindre les émotions : éviter de montrer ses émotions aux autres ; (2) Eviter d'être féminin : éviter le comportement efféminé et les tâches liées au rôle du genre féminin ; (3) Avoir un comportement de ténacité et d'agression ; (4) Etre autonome : l'homme ne dépend de personne, c'est plutôt les autres qui comptent sur lui et dépendent de lui ; (5) Le succès reste sa première priorité ; (6) Etre non-relationnel : cette idée rejoint l'idée précédente sur l'autonomie dans le rôle et les relations sociaux ; (7) Objectiver le sexe ; et (8) Etre homophobe,

car accepter l'homophobie remet la masculinité de l'homme en question (Levant et al. 1992).

En 1995, Pleck (1995) a complété sa recherche précédente sur le rôle du genre (Pleck, 1981) en formulant le paradigme des déformations du rôle masculin qui selon lui est constitué de trois types de déformation : (1) le désaccord, (2) le disfonctionnement et (3) le traumatisme. (1) Le désaccord signifie que l'homme n'arrive pas à « coller » aux normes du stéréotype masculin, qui souvent est lié aux normes du rôle traditionnel. (2) Le disfonctionnement concerne les cas des hommes ayant les caractéristiques des stéréotypes et de l'image idéale de l'homme imposée culturellement par la société. Ces caractéristiques peuvent avoir des effets négatifs sur les hommes eux-mêmes ainsi que leur entourage. (3) Le traumatisme concerne les cas des hommes ayant vécu des expériences sévères comme les survivants des guerres ou les athlètes professionnels, ou des expériences particulières comme les homosexuels et les bisexuels.

Par ailleurs, Fuller (1996)²¹ a identifié à son tour plusieurs catégories d'hommes suite à une catégorisation essentiellement basée sur la classe sociale ainsi que la sexualité de l'homme. C'est ainsi qu'il distingue entre : l'homme ouvrier (la classe des ouvriers), l'homme de la classe moyenne, le businessman, l'homme sportif, l'homme macho, l'homosexuel, et le « new man » qui a des traits féminines et qui est devenu popularisé dans les années 1980 (Wicks et Mills 2000) et qui selon Hirschman (1999) reflète la montée de la féminité et du féminisme et son effet sur l'image de la masculinité.

Hirschman (1999) a identifié cinq catégories de la masculinité en se basant essentiellement sur les traits physiques ainsi que les caractéristiques de la personnalité des hommes. (1) Le « Prince » : un jeune homme d'une famille royale ou noble, brun, élégant, de taille moyenne, ayant une mâchoire carrée et un visage plutôt rectangulaire. (2) Le « Rogue-aventurier » : l'homme intelligent, indépendant, égoïste, et robuste physiquement. (3) Le « Public Warrior » (le guerrier public) qui est courageux, honorable, de grande taille, musclé, et ayant une mâchoire large. (4) Le « Father Figure » qui représente l'homme de grande moralité, de physique pas spécialement élégant ou viril, conseiller sage relativement âgé. (5) Le « Scientifique » qui est évalué selon ses capacités intellectuelles plutôt que physique, et qui est passionné par la science et les calculs, souvent représenté portant des lunettes de vue derrière un écran.

Holt et Thompson (2004) ont eux aussi identifié trois modèles de l'homme Américain. Ces trois modèles sont : (1) Le « Breadwinner » qui représente l'homme « bon père » qui travaille et a la volonté de réussir professionnellement et être promu hiérarchiquement afin d'accomplir son rôle en tant que père, première source financière de sa famille. (2) le « Rebel » représente le modèle de l'homme qui fuit la

²¹ Cité dans Wicks & Mills (2000)

hiérarchie et la dépendance autant au niveau professionnel que social, pour avoir recours à des aventures qui lui permettent d'avoir une certaine liberté que son rôle en tant que mari ou père est entrain de lui priver. Et (3) le « Man-of-Action » qui est le modèle auquel appartient, selon Holt et Thompson (2004) la majorité des hommes américains, étant donné que c'est le modèle qui constitue un certain équilibre entre les deux autres modèles « breadwinner » et « rebel ». Ce modèle correspond au modèle de l'homme aventurier mais responsable, bien que rebelle, il ne dépasse pas la conformité de la société.

2.2. De la masculinité aux masculinités :

Durant la deuxième moitié du XXème siècle, la présence de la femme sur le marché de travail a brisé le monopole masculin de pouvoir et de domination. Elle a également déstabilisé les structures familiales (Kaufmann 1992). Cette déstabilisation a engendré un changement dans les rôles liés au sexe (*sex roles*), même s'ils paraissaient profondément incarnés dans les mœurs et les traditions de notre société (Rocheblave-Spenlé 1964 ; 1971). Etre une « bonne femme » désormais, ne veut plus dire être une bonne ménagère. Etre un « vrai homme » ne veut plus dire avoir des muscles bien dessinés ! Ces changements se sont reflétés sur la masculinité plutôt que la féminité comme l'affirme la philosophe féministe Elisabeth Badinter (1992) dans son ouvrage « XY de l'identité masculine », où elle considère que « les hommes et les femmes n'ont jamais été aussi ressemblants, jamais les genres n'ont été moins contrastés. Il n'y a plus rien qui appartienne au propre aux hommes ».

En effet, les changements socio-économiques majeurs qui ont accompagné cette époque ont généré un grand changement dans la perception de la masculinité qui est passée du bord de la virilité au bord de la conformité. L'image de l'homme idéal est passée du « plus puissant et dominant », au « plus obéissant à la hiérarchie » que ce soit au niveau social ou professionnel. Cette hiérarchie a en effet brisé l'image de pouvoir de l'homme libre et autonome, pour la tendre vers une image plutôt cadrée et dépendante (Williams, 2008). Face à cet environnement d'émasculation d'une part, et la montée de la féminité, et des mouvements féministes et homosexuels d'autre part, l'homme sent son identité masculine menacée et en danger (Connell, 2005).

Michael Kimmel (1996) décrit le XXème siècle comme un siècle chargé de conflits concernant l'idéologie masculine américaine, ce qui a causé des situations d'anxiété des hommes par rapport à leur virilité (Kimmel 1996). L'identité masculine est alors perdue entre le modèle du cowboy, symbole de la virilité de l'homme américain provenant principalement de l'ouest des Etats-Unis, et le nouveau modèle de l'homme « obéissant » aux lois et au système socio-économique basé sur la bureaucratie.

De son côté, Connell (2005) a présenté une typologie de la masculinité qui prend en compte d'autres formes de masculinités que celle de la masculinité hégémonique, même si cette dernière demeure considérée par la chercheuse comme étant le « sous-texte sexué du pouvoir ». La masculinité hégémonique demeure donc la seule forme de masculinité qui incarne le pouvoir ainsi que la domination et toutes les représentations qui y sont attachées. Connell (2005) illustre ses propos par l'exemple de l'homme politique moderne qui, selon elle, fournit une figure idéalisée de la masculinité hégémonique. Cette idée est totalement confirmée par Bereni et al. (2012) qui considèrent que la profession politique est associée à une image dominante dans une représentation masculine, qui, au-delà de la question de genre, revêt aussi d'autres dimensions sociologiques telles que la sexualité, les classes sociales, les ethnies et autres.

Ainsi, pour Bereni et al. (2012), « les qualités et compétences qui sont requises des hommes politiques sont celles qui ont été traditionnellement monopolisées par les hommes telles que le charisme, la disponibilité, l'aisance oratoire, la combativité, la maîtrise technique et autres. Plus précisément les compétences et le style corporel associés à l'image légitime de l'homme politique correspondent à une forme située de la masculinité : il s'agit le plus souvent d'une virilité bourgeoise, hétérosexuelle et blanche donc un modèle de masculinité hégémonique ».

C'est en partant du modèle de l'homme politique et de l'exercice du pouvoir politique que Connell (2005) a pu identifier d'autres formes de masculinité existantes étant donné que le l'exercice du pouvoir politique « n'est qu'une forme parmi d'autres ». Si le pouvoir est historiquement et culturellement associé à la masculinité, il faudrait préciser qu'il s'agit de la masculinité traditionnelle ou hégémonique qui reste un modèle parmi d'autres qui lui sont subordonnés. Suite à cela, les autres formes de masculinités seront définies par rapport aux relations qu'elles entretiennent avec les notions du pouvoir et de domination qui régissent non seulement les relations entre les hommes et les femmes mais aussi celles entretenues entre les hommes eux-mêmes. C'est parce que, comme le souligne Connell (2005), le genre intervient dans tout type de rapports sociaux, et peut expliquer toute relation de pouvoir et de subordination dans les relations émanant des différences entre les sexes.

Cependant, certains hommes jugés comme manquants de virilité sont rejetés de la masculinité hégémonique dominante et en sont exclus. Ceux-là vivent la masculinité sous d'autres formes ce qui explique l'existence de multiples formes de masculinités. Ainsi suite à cela, Connell (2005) identifie trois principales formes de masculinités qui se distinguent de la masculinité traditionnelle ou hégémonique : 1. Les masculinités complices, qui est une forme qui découle de la masculinité hégémonique sans l'atteindre pleinement et par conséquent ne permet pas aux hommes de bénéficier complètement de ses avantages. Les hommes qui font partie de cette forme de masculinité sont des hommes qui admirent et généralement

souhaitent atteindre la masculinité hégémonique sans forcément y parvenir pour une raison ou une autre. 2. La deuxième forme de masculinités identifiée par Connell (2005) est celle des masculinités marginalisées soumises à la domination de la masculinité hégémonique et victimes de son emprise. Ces formes de masculinités sont souvent expérimentées par les hommes de « races minoritaires » ou même des hommes qui souffrent d'un handicap physique et se retrouvent exclus de la masculinité hégémonique prédominante. 3. Les masculinités subordonnées correspondent à toute forme de masculinités qui présentent des caractéristiques opposées à celles de la masculinité hégémonique. Ces caractéristiques sont souvent dévalorisées dans la société voire même parfois rejetées étant non-conformes aux normes de la masculinité hégémonique. Les hommes homosexuels font partie de cette forme de masculinités qui sert de figure repoussoir (Connell, 2005 ; Kimmel & Llewellyn, 2012).

Connell (2005) insiste qu'il ne faut pas considérer ces différentes formes de masculinités comme étant des catégories rigides ou fixes. Elles sont fluctuantes et historiquement situées. En effet, les catégories qu'elle a identifiées ne sont que des « configurations de pratiques », pour reprendre ses termes, ce qui signifie qu'elles dépendent fortement des contextes dans lesquels elles s'inscrivent. Cela implique des considérations politiques de grande importance ainsi que des conséquences sociales en vue des actions politiques de subversion et de reconfiguration que cela engendre. Ainsi, certaines formes de masculinités, notamment les masculinités subordonnées, peuvent, dans certains contextes sociétaux et politiques, remettre la masculinité hégémonique en cause affirme-t-elle. Cela contribue à la crise de la masculinité vécue par certains hommes, à laquelle nos prochains paragraphes seront consacrés.

2.3. La Masculinité en Crise ?

La crise de la masculinité est une expression qui a apparu dans certaines recherches sur les hommes, la masculinité, les femmes aux foyers et la famille à la fin du XXème siècle (Collier 1995 ; Heward 1996). La crise de la masculinité se manifeste par la perte de l'identité sexuelle que les hommes vivent à cause des changements socio-économiques qui ont eu lieu avec la modernité. Comme nous avons pu le souligner précédemment, l'égalité entre les femmes et les hommes que ce soit au niveau professionnel, légal ou familial, a brisé le monopole masculin qui s'exprimait par la domination de l'homme dans la société.

Les hommes assuraient leur masculinité à travers leur domination et leur indépendance des autres membres de la famille, notamment leurs épouses. L'évolution de la société qui a fait que les femmes aient des positions égales vis-à-vis des hommes, autant au bureau qu'au foyer, a fait que certains hommes sentent leur masculinité menacée (Westwood, 1996).

Les acquis du féminisme ont donc radicalement changé la conception de la masculinité. Ils l'ont même remise en question. Le bouleversement est dû au fait que les changements ne soient pas limités aux rôles sociaux mais qu'ils atteignent des idéologies identitaires. En sociologie ainsi qu'en psychologie, des recherches mettent en évidence les pertes de repères, l'incertitude et le brouillage de rôle que l'homme moderne vit. Dans son article « Déconstruire la crise de la masculinité », Pascale Molinier (2004) décrit les souffrances de l'homme moderne dans sa construction identitaire même si elle considère que la crise que la masculinité vit ne provient pas uniquement de la montée de la féminité mais serait aussi, selon elle, une conséquence des épreuves et des difficultés professionnelles.

Les « souffrances » de l'homme moderne dans sa construction identitaire sont également dues à l'augmentation des exigences des femmes. Les femmes d'aujourd'hui cherchent des « mâles doux » qui leurs aident dans la gestion domestique et les tâches ménagères (Mialet, 2011)²². Dans son ouvrage « Sex Aequo : Le quiproquo des sexes », Jean-Paul Mialet (2011), psychiatre et psychotérapeute, décrit les différences entre les femmes et les hommes modernes. Il cite de nombreux cas de consultations d'hommes qui vivent une crise psychologique liée à leur vie conjugale. La caractéristique commune entre ces hommes c'est d'« avoir la fâcheuse tendance depuis toujours à se conformer aux exigences et aux normes féminines jusqu'au moment où ils lâchent ce personnage, et ce tout à coup ».

L'ignorance de l'aspect viril de la vie masculine par les femmes accentue donc cette crise, qui a généré l'apparition du syndrome du « gentil garçon » conceptualisé par Robert Glover (2016) dans son ouvrage « Trop gentil pour être heureux : Le syndrome du chic type ». Le syndrome du « gentil garçon », comme son appellation l'indique, évoque les caractéristiques de l'homme moderne comme obéissant, conforme aux lois et aux exigences féminines.

Dans sa publication « *Manning Up: How the Rise of Women Has Turned Men into Boys* » (« Comment la montée des femmes a transformé les hommes en petits garçons »), Kay Hymowitz (2011), chercheuse à l'institut de Manhattan, s'est intéressée au syndrome du gentil garçon. Elle considère que la période post-féministe a créé un nouveau type d'hommes décrit comme « pré-adulte ». Selon Hymowitz (2011), la crise identitaire des hommes provient des contradictions des exigences de la société et des femmes : le rôle du père est primordial mais à la fois être père est devenue une option. Les femmes veulent des hommes qui ont confiance en eux d'une part, et refuse l'autoritarisme d'autre part.

Plusieurs chercheurs en marketing ont pu mettre en évidence des tensions au sein des idéologies masculines à travers l'analyse de différentes pratiques de consommation ou même les représentations de la masculinité dans les médias (e.g. Belk & Costa, 1998 ; Coskuner, 2006 ; Coskuner-Balli & Thompson, 2013 ; Elliott & Elliott, 2005 ; Holt, 1997 ; Holt & Thompson, 2004 ; Kimmel & Tossier-Debordes,

2000 ; Rinallo, 2007 ; Schouten & McAlexander, 1995 ; Otnes & McGrath, 2001 ; Ourahmoune, 2009 ; Tuncay & Otnes, 2006). Ces recherches se sont concentrées sur des domaines et des pratiques de consommation qui sont traditionnellement perçus comme incompatibles avec la masculinité mais qui toutefois permettent de comprendre comment la masculinité peut être construite à travers des pratiques culturelles féminines (Coskuner, 2006). Ces études ont pu également montrer que les idéologies masculines qui consistent à la manière d'être ou de ne pas être un homme peut se manifester dans ces pratiques de consommation et comment certains produits sont choisis ou évités par rapport à leur compatibilité ou incompatibilité avec les idéaux de la masculinité (Barthes, 1975 ; Bourdieu, 1984).

Ourahmoune (2009) considère que ces tensions vécues par les hommes sur le marché mais aussi au niveau identitaire sont dues aux mutations majeures qui ont eu lieu au sein de notre société. Ces mutations ont causé un changement dans l'identité des hommes, leur rôle, le statut ainsi que leurs images non seulement dans la sphère privée mais aussi publique (Badinter, 1993). Ceci est principalement dû au fait que les mutations de notre société ont particulièrement affecté le modèle masculin dominant et viril auparavant utilisé comme idéal par les hommes leur permettant de construire leur identité de genre (Foucault, 1984). Ourahmoune (2009) qui s'est intéressée à la consommation de la lingerie par les hommes, a montré à travers sa recherche comment cette consommation symbolique qui émanait auparavant d'une distinction très claire et rigide entre les hommes et les femmes, peut de nos jours refléter un changement dans la construction identitaire des hommes et dans leurs rôles de genres socialement définis. Malgré la transformation dans les pratiques de consommations masculines, Ourahmoune (2009) considère que ces pratiques de consommation demeurent relativement récentes dans notre système de valeurs ce qui aboutit à des « peurs sociales, des tabous et des anxiétés auprès du consommateur masculin ». Cela se traduit par des tensions vécues par les consommateurs masculins sur le marché.

En analysant les discours de la masculinité dans les films, dans une approche poststructuraliste, Coskuner (2006) a identifié deux types de tensions prédominants : celui de la masculinité contre la féminité d'une part, et celui de la rébellion contre la conformité d'autre part. Ces deux types de tensions influencent fortement les représentations et/ou la construction des masculinités. Cela se traduit par une crise identitaire qui pousse les hommes à emprunter de ces tensions et à négocier à travers ces tensions la construction de leurs identités d'une manière permanente.

Le premier type de tensions correspond à ceux entre la masculinité et la féminité. Les masculinités sont (re)construites contre les masculinités et parfois contre les féminités. Entre les différentes de masculinités, le degré de ces tensions varie. Coskuner (2006) donne l'exemple du caractère de Hugh Grant (Will) dans le film « *About a Boy* » (2002) qui représente une masculinité qui emprunte beaucoup de traits féminins. Ce film et le caractère principal présenté transgressent les

dichotomies modernistes liées aux hommes et aux femmes émergés de l'ère moderne, tels que rester au foyer contre au bureau, passif(ve) contre actif(ve), émotionnel contre rationnel, soumis contre péremptoire (Firat, 1994). Will était un homme au chômage, soumis et passif.

Le deuxième type de tensions vécues par les hommes est celui entre la rébellion et la conformité. Ce type de tensions correspond à ceux présentés par Holt & Thompson (2004) qui montrent dans leur recherche à quel point la conformité et la rébellion jouent un rôle important dans la formation de certaines masculinités. Coskuner (2006) montre comment les hommes peuvent utiliser certaines activités ou produits perçus comme féminins afin de se rebeller contre la masculinité traditionnelle et de construire leurs propres identités masculines contre d'autres formes de masculinités. C'est le cas du caractère Will qui prenait soin de son apparence physique d'une manière jugée exagérée pour se rebeller contre la masculinité hégémonique. Coskuner (2006) montre que les tensions entre la conformité et la rébellion ne sont pas toujours binaires, et que les actions de rébellion doivent être interprétées au sein des nouvelles relations hégémoniques de pouvoir (Foucault, 1984).

Kimmel et Tissier-Desbordes (2000) ont constaté à travers leur recherche que les consommateurs masculins déniaient le rôle de la consommation dans certains changements dans leur vie et ont suggéré que cela est dû aux « peurs sociales ». Ces formes de « peurs sociales » correspondent selon eux à la crainte de ne pas respecter les rôles traditionnels des hommes et des femmes prédéfinis par la société. La peur de devenir une minorité par rapport à la position des femmes dans la société. La crainte d'admettre d'une version féminine de leur soi masculin et par conséquent la peur de l'homosexualité correspondante. Et enfin la peur d'admettre que les produits de consommation et les marques constituent un aspect important de leur image publique et leur image de soi.

Selon Otnes et Mc Grath (2001) certains hommes cherchent à résoudre les tensions identitaires résultantes des changements socio-culturels à travers la notion d'accomplissement (*achievement*). Ils accomplissent leur rôle masculin ou paternel tout en ayant parfois un comportement d'achat féminin. Ils passeraient ainsi beaucoup de temps dans les magasins, fréquenteraient les magasins féminins voire même achèteraient des produits issus des secteurs d'achats préférés des femmes tels que les produits de décoration.

Ces tensions ont été également mentionnées par Elliott et Elliott (2005) qui ont analysé les réactions des hommes à des publicités présentant des corps masculins dénudés, notamment des tensions liées à l'évitement de l'homosexualité à travers un discours majoritairement exprimant une crainte de l'homosexualité. Les chercheurs expliquent qu'en raison d'une pléthore d'identités masculines proposée par les publicités, les hommes interviewés ont tendance à se voir dans les hommes les plus virils, mais réconcilient néanmoins le comportement masculin traditionnel avec d'autres formes de masculinités reflétant l'évolution de la masculinité et de l'identité

du genre masculin. Les corps masculins dénudés présentés dans les publicités exposées aux répondants ont été perçus par ces derniers comme une menace engendrant un sentiment d'insécurité dans une période de transition où les codes de la masculinité subissent des changements rapides et permanents (Elliott & Elliott, 2005).

A son tour, Rinallo (2007) a mis l'accent sur les tensions vécues par les hommes italiens en s'intéressant à leur consommation de produits de modes ainsi qu'à leurs réactions aux représentations des hommes dans les magazines en comparant les hommes hétérosexuels et homosexuels. Alors que les discours de la mode encouragent, à travers les mannequins représentés, de nouvelles pratiques de consommation traditionnellement attribuées aux femmes telles que l'utilisation des produits de beauté, de maquillage, ou même l'épilation totale du corps, ces discours demeurent considérés comme douteux et manquant de légitimité auprès des hommes hétérosexuels interviewés. Rinallo (2007) détaille que même les hommes hétérosexuels les plus ouverts aux changements de « looks » et les plus « innovateurs de style » s'abstiennent de leur adoption de ces nouvelles pratiques en raison de leur soumission au « régime de surveillance du regard panoptique dans leurs interactions sociales ».

Rinallo (2007) montre comment les hommes italiens hétérosexuels négocient leur identité masculine et résolvent les crises vécues en référant à une zone de sécurité ou de confort (*security zone*) qui leur permet d'atteindre un niveau acceptable de satisfactions vis-à-vis de leur apparence physique mais qui reste conforme aux normes sociales afin d'éviter toute sorte de stigmatisation. D'autre part, les hommes homosexuels interviewés semblent considérer l'adoption de nouvelles pratiques associées à leur sous-culture par les hommes hétérosexuels et son expansion auprès du public masculin dominant comme un signe de progrès et de civilisation mais aussi comme un moyen de gain d'une distinction ou d'une acceptabilité sociale au sein de la culture prédominante.

Ainsi, face à la multitude d'identités de genre et à des changements rapides dans les « codes masculins » (Szabo, 2012 ; 2013), les hommes d'aujourd'hui vivent des tensions entre se conformer aux attentes sociales concernant la façon d'être un homme d'une part, et leur désir de se détacher des contraintes de la masculinité traditionnelle hégémonique (Levant, 1992 ; Levant et al., 1992) d'autre part, et essayent de trouver une « zone de sécurité » comme nous le montre, par exemple, l'étude de Rinallo (2007).

Les tensions identitaires entre se conformer aux attentes sociales concernant la signification d'être un homme et comment l'être, d'une part, et le désir d'échapper aux contraintes de la masculinité hégémonique à travers la consommation d'autre part, sont reflétées dans la recherche de Holt et Thompson (2004) sur les pratiques de consommation de la vie quotidienne des hommes américains. Ces consommateurs adoptent deux modes de consommation et de vie. L'un d'eux leur permet d'exprimer

une version féminine de leur identité masculine et l'autre s'inscrit dans un modèle plus traditionnel, hégémonique voire même macho. Les hommes résolvent les tensions entre ces deux modèles, celui du *breadwinner* et du rebelle en suivant un troisième modèle, intermédiaire, identifié par Holt et Thompson (2004), celui du « *man of action hero* ». La sous-partie suivante sera consacrée à la déconstruction de ce modèle.

2.4.Le modèle de Holt & Thompson :

Le modèle de Holt et Thompson (2004) repose sur la considération de deux modèles masculins idéaux desquels l'homme se sert pour créer des tensions de « plaisir dramatique » plutôt qu'une crise identitaire comme le suggère la théorie de la consommation compensatoire. Holt et Thompson (2004) ont décrit l'idéologie américaine de la masculinité héroïque comme formée, selon eux, de trois modèles masculins : le « *breadwinner* », le « rebel » et le héros « *Man-of-Action* » (l'homme de l'action). Le modèle du « *breadwinner* » est le modèle de la respectabilité et l'organisation, de la bureaucratie et des normes sociales. Alors que le modèle du « rebel » est celui de l'autonomie et de la puissance. Selon Holt et Thompson, les tensions entre ces deux modèles vécues par les hommes sont résolues par un troisième modèle, celui du « *man-of-action hero* » ou le héros d'action qu'ils considèrent le modèle idéal représenté dans la société américaine. Afin de comprendre l'idéologie de la masculinité représentée dans la société américaine, nous allons détailler le troisième modèle, c'est-à-dire celui du « *man-of-action hero* ».

Le modèle du « *man-of-action hero* » est représenté dans la société américaine comme le modèle masculin idéale. Il correspond à une sorte de réconciliation entre le modèle du « *breadwinner* » et celui du « rebel ». Cette réconciliation explique le refus de Holt et Thompson (2004) de l'hypothèse de la crise identitaire que certains chercheurs l'ont considérée comme mal vécue par les hommes de notre ère. Pour eux, les hommes tentent de prendre le mieux de chacun des deux modèles pour trouver une résolution utopique. De ce fait, ils considèrent que les personnages idéaux présentés dans la culture américaine ne correspondent ni au modèle du « *breadwinner* » ni au celui du « rebel ». Ce sont des personnages qui vivent très bien cette dualité des deux modèles en prenant la volonté du succès et l'intérêt collectif du « *breadwinner* » d'une part et la virilité et l'individualisme du « rebel » d'autre part. Au niveau de la politique, ils citent le président américain Ronald Reagan comme l'un des présidents « *man-of-action* ». En effet, la personnalité de Reagan, ainsi que sa façon de présenter les Etats Unis, ont été considérées comme un changement important dans la représentation du genre masculin (Ehrenreich, 1994) surtout qu'il s'oppose à des modèles de leaders politiques plutôt rebelles comme Kadhafi. Dans la même perspective, une analyse dans le monde du sport et d'affaires américain, montre que les hommes américains célèbres de notre époque relèvent du modèle

« man-of-action » : Michael Jordan, Magic Jhonson, Bill Gates et Steve Jobs. Holt et Thompson (2004) constatent que le modèle le plus héroïsé dans l'idéologie masculine américaine est celui du « man-of-action ».

D'autre part, la classe sociale est un élément qui joue dans la construction de l'identité des hommes et de la façon dont ils vivent les tensions entre les deux modèles. Le discours des interviewés de Holt et Thompson (2004) permet d'identifier cet élément et de distinguer principalement entre deux classes sociales : la classe moyenne et celle des ouvriers. Suite à cette distinction, l'idéologie américaine de la masculinité héroïque se présente comme suit :

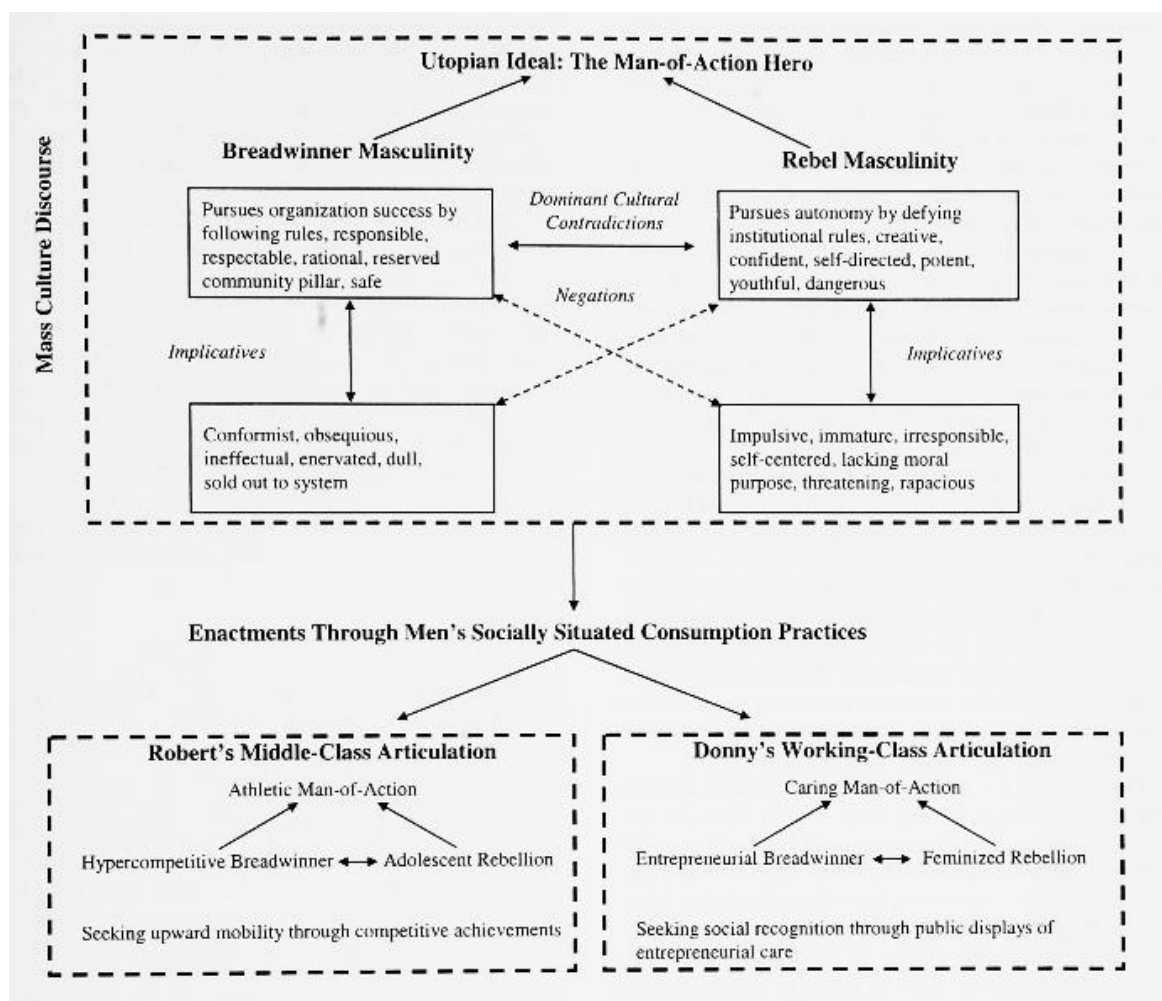


Figure 2. L'idéologie américaine de la masculinité héroïque (Holt & Thompson, 2004)

L'idéologie américaine de la masculinité héroïque telle que présentée par Holt et Thompson (2004) montre l'importance de la classe sociale dans la construction de l'image idéale de la masculinité chez les hommes (Belk & Costa, 1998). Ils constatent de même que cette construction passe en grande partie par la consommation

quotidienne des hommes et des expériences que les hommes vivent à travers leur consommation (Thompson, 1996). La consommation masculine dépend indirectement du système de valeurs de chaque classe sociale, de ses normes, ses priorités ainsi que leurs moyens. Malgré que la construction identitaire masculine diffère d'une classe sociale à une autre, les consommateurs masculins de toute classe sociale trouvent un plaisir dans le « drame » qu'ils vivent à travers les tensions entre les deux modèles « breadwinner » et « rebel » ce qui réfute l'hypothèse de la crise identitaire mal vécue sur laquelle la critique de leur étude a principalement porté.

2.5. La Nouvelle Masculinité :

Traditionnellement, l'identité masculine se constituait dans les instances de socialisation exclusivement masculines en rapport avec la force physique (Holt, 1997), les «maisons-des-hommes» (Godelier, 1982) comme les activités sportives (Baillette & Liotard, 1999), le milieu militaire (Devreux, 1997) ou plus largement le domaine professionnel et des affaires (Dejours, 1998). La construction de la masculinité ainsi que sa socialisation étaient particulièrement prégnantes dans les milieux populaires, où les professions font appel à la force physique : la vente de la seule force de travail constituait un moyen de prouver sa virilité. En effet, contrairement à la féminité qui est considérée comme acquise d'une manière innée et naturelle, la masculinité doit se prouver, au risque dans le cas contraire d'être assimilée au féminin (Badinter, 1992).

La masculinité était synonyme de la virilité qui désigne la force physique, le courage, la capacité à se battre, à prendre des risques voire même à accepter de souffrir. Welzer-Lang (2002) identifie une phase d'« homo-sociabilité » que les jeunes hommes traversent à l'adolescence, notamment dans les milieux populaires, durant laquelle ils seraient initiés par leurs pairs à la virilité. Ils se conformeraient à l'idéal masculin hégémonique étant donné que les hommes qui font preuve de leur virilité seront rétribués en argent, en honneur, en attributs de pouvoir et même en accès aux femmes. La construction de la masculinité hégémonique s'assure donc dans une logique de distinction du féminin pour ne pas dire d'opposition, et dans une logique d'imitation en se conformant au modèle viril et en imitant les hommes virils de son entourage ou dans les représentations des médias par l'affirmation de sa force physique. « Devenir un homme, c'est donc apprendre à rejeter et à dévaloriser ce qui relève du féminin, parfois par la violence » (Schiess, 2005).

Cependant, l'émasculatation des hommes principalement causée par l'émancipation des femmes et qui explique la crise de masculinité vécue par certains hommes à partir des années 1980, a généré un discours « euphorique » sur les nouveaux hommes, les nouveaux pères et même de nouveaux rapports amoureux avec les

femmes (Molinier, 2004). La masculinité a donc connu des transformations majeures dans ses idéaux et représentations sociaux notamment en lien avec le déclin de la virilité (Rauch, 2001).

Une nouvelle masculinité qui ne se réalise pas dans ses rapports de domination par rapport aux femmes ou aux d'autres formes de masculinités (Connell, 2005). En effet, la domination masculine s'est « neutralisée » comme le souligne François De Singly (1993) dans son ouvrage « Les habits neufs de la domination masculine ». Selon lui, « la dévaluation de la virilité, de ses démonstrations de force physique, était possible dans la mesure où les groupes sociaux les plus concernés par les luttes autour de la question des sexes étaient les classes moyennes et supérieures, groupes où ce capital physique et symbolique occupait une place secondaire dans la structure des richesses masculines. Tout se passe comme si la renégociation des rapports entre les sexes s'était opérée sur le dos des milieux populaires. La valeur physique des ouvriers, leur seule richesse, tout comme les valeurs ménagères des mères-au-foyer du peuple ont servi de repoussoirs conjoints aux hommes et aux femmes des milieux des cadres progressistes » (p. 135).

La nouvelle masculinité repose sur une nouvelle perception de l'association du masculin à la force physique souvent désignée par la virilité. En effet, le modèle masculin dominant et viril semble avoir perdu de légitimité à l'exception de certains milieux populaires et cela est principalement dû à l'évolution du marché du travail où le savoir et la maîtrise des objets techniques ne sont plus exclusivement attribués aux hommes et aux fonctions du masculin. Dans cette nouvelle approche de la masculinité, De Singly (1993) analyse la domination masculine dans ce nouveau contexte et constate qu'« elle s'est accentuée sous couvert de neutralité ». Cela serait dû, selon lui, au fait qu'en dehors des milieux populaires, le « masculin-masculin », ou la masculinité hégémonique en d'autres termes, ait perdu de légitimité au profit d'une masculinité neutre qui est appropriée non seulement par les hommes mais même par certaines femmes.

Cependant, si la valorisation du « masculin-masculin » se restreint aux classes populaires, le « féminin-féminin » demeure dans toute sa légitimité grâce à la persistance de la valorisation sociale des femmes qui agissent en se conformant aux règles du jeu la performance du genre. La figure de la ménagère ou la femme-au-foyer est toutefois la seule image qui a perdu de légitimité notamment au sein des classes sociales supérieures. En effet, De Singly (1993) explique que les transformations dans les modèles légitimes de la masculinité est l'une des dérives de la lutte des classes sociales. Ainsi, « les hommes les mieux dotés en capital scolaire se sont désolidarisés d'avec les plus pauvres (...) car la stigmatisation des formes d'expression de la virilité, des "machos", a affecté et affecte en priorité les hommes qui ne possèdent que ce mode de valorisation de soi ». D'autre part, les hommes et les femmes appartenant à des classes sociales plus supérieures n'ont pas besoin

d'affirmer leur virilité ou leur féminité vis-à-vis des autres à l'exception des « jeux de séduction ».

De Singly (1993) compare la forme de la nouvelle masculinité, qui se manifeste principalement au sein des classes sociales moyennes et supérieures, au rôle du « manager » qui entreprend autant sa vie personnelle que professionnelle en toute autonomie (Collinson & Hearn, 2004). « Il conquiert de nouveaux territoires de profit, grâce à sa capacité à établir un contact personnel avec d'autres acteurs, même ceux qui sont éloignés socialement ou géographiquement de lui-même ». La nouvelle masculinité consiste donc à devenir un leader authentique dans sa conquête professionnelle qui aurait délaissé le terrain physique pour s'affirmer sur le terrain économique.

En raison de la perte de la légitimité de la masculinité hégémonique, les instances de socialisation des hommes perdent de vitesse. De plus, le service militaire qui est devenu non obligatoire, non seulement en France mais aussi dans la majorité des pays occidentaux, a contribué à la perte de vitesse des instances de socialisation de la masculinité.

Néanmoins, cela ne veut nullement dire que l'identité du genre masculin n'est plus une construction sociale qui se réalise à travers les différents rapports sociaux que les hommes nouent dans leur vie quotidienne, bien au contraire, cela ne signifie rien de plus que la socialisation des identités masculines s'effectuent différemment. L'identité masculine continue donc à être inculquée aux garçons par le biais d'une socialisation différenciée malgré la prédominance de l'idéal « masculin-neutre ». Cela peut se manifester dans l'adoption des parents d'attitudes différents envers leurs enfants selon leur sexe, mais aussi dans leur choix d'achat de jouets ou de vêtements, ou même rien qu'en encourageant, ou au contraire en condamnant, des comportements de leurs enfants attribués à leur sexe opposé. De même, des recherches récentes montrent que les enseignants continuent à adopter des comportements différents selon le sexe des élèves (e.g. Jarlégan, 2009)²³.

La nouvelle masculinité met en relief la recomposition de la masculinité hégémonique dans le contexte socio-culturel postmoderne notamment dans les pays occidentaux. Bien qu'être actif, que ce soit dans la sphère privée ou publique, demeure l'une des principales caractéristiques de la masculinité hégémonique, elle est moins spécifique aux hommes en termes de rôles de sexe étant donné que le comportement ou style de vie des femmes peuvent incarner des caractéristiques du « masculin neutre ». Les classes populaires demeurent toutefois soumises aux règles anciennes voire même illégitimes, c'est-à-dire la virilité qui représente la force physique pour les hommes et l'image idéale de la mère-au-foyer pour les femmes.

Alors que certains chercheurs ont préféré de conceptualiser la nouvelle masculinité dans une approche opposée à la masculinité hégémonique, d'autres l'ont considérée

²³ <https://rechercheseducations.revues.org/500>

en réévaluant la masculinité hégémonique dans le contexte actuel. Ainsi, Patterson et Elliott (2002) ont utilisé le terme « nouvelle masculinité hégémonique ». Comme son titre l'indique, il s'agit d'une masculinité hégémonique revisitée et adaptée aux nouvelles normes de la société occidentale contemporaine. La nouvelle masculinité hégémonique est une nouvelle forme de la masculinité qui inclut une féminisation de cette dernière (Patterson & Elliott, 2002) et qui invite les hommes des différentes classes sociales à se comporter et à consommer d'une manière auparavant traditionnellement réservée aux femmes (Schroeder & Zwick, 2004 ; Östberg, 2012).

Alors que l'approche qui étudiait la nouvelle masculinité dans une vision opposée à la masculinité hégémonique considérait que cette dernière continue à régner les règles du jeu des rôles de genre dans les milieux populaires (e.g. De Singly, 1993), les chercheurs adhérant à l'approche de la « nouvelle masculinité hégémonique » considèrent que cette version féminine de la masculinité traditionnelle prend son ampleur non seulement au sein des classes sociales moyennes et supérieures mais aussi au sein des milieux culturels populaires (Osberg, 2003). En raison de ce changement de la masculinité traditionnelle, les classes supérieures élites, qui ont longtemps été concernées par les apparences et qui ont l'habitude d'exprimer leurs identités masculines à travers des pratiques de consommation raffinée et souvent perçues comme féminines, ne parviennent plus à se différencier à travers ce mode de consommation devenu « *mainstream* » (Östberg, 2010).

Pour appuyer ses arguments, Östberg (2010) donne l'exemple de l'émission « *Queer Eye for the Straight* »²⁴ ou même des ouvrages tels que « *The Metrosexual Guide to Style* »²⁵ en addition de la variété des magazines de modes et style de vie masculins qui sont à la portée de tous les hommes de toutes classes sociales. La disponibilité répandue de ces produits assure le transfert de la culture de la « nouvelle masculinité hégémonique » (Patterson & Elliott, 2002) aux hommes de différents groupes culturels et sociaux, ce qui permet à ces hommes d'intégrer de nouvelles idéologies de genre dans leurs comportements et modes de vie. Cela rend le capital culturel auparavant réservé aux classes supérieures disponible au public entier. Les hommes appartenant à la classe supérieure sont donc en quête de nouvelles façons afin d'exprimer leur identité masculine et de renforcer leur sens de masculinité face à la féminisation de la masculinité hégémonique. Ces nouvelles stratégies adoptées par les hommes des classes sociales supérieures se basent principalement sur un retour à la « consommation virile » (Belk & Costa, 1998 ; Hirschman, 2003 ; Östberg, 2010 ; Schouten & Mc Alexander, 1995) sans pour autant abandonner le mode de consommation masculin contemporain (Östberg, 2012). Cela constitue, selon Östberg (2010), l'une des facettes de la crise identitaire de la masculinité et des tensions que les hommes contemporains vivent sur le marché. Cela montre de même la résistance des stéréotypes liés aux rôles de sexe à l'évolution de la société (Delphy, 2015) et

²⁴ Le regard d'un queer pour un hétérosexuel

²⁵ Le guide métrosexuel de style

comment les hommes ont toujours besoin de l'image des femmes afin de prouver leur masculinité même lorsque la culture masculine prédominante est influencée par la féminisation de la société et que la métrosexualité et l'übersexualité deviennent un mode de consommation et de vie « mainstream ».

2.6. Métrosexualité et Übersexualité:

Selon Holt et Thompson (2004), le comportement de consommation masculin est sorti de son cadre traditionnel surtout en ce qui concerne les produits cosmétiques, les soins de visage et de corps et la mode. Ce changement dans la consommation masculine peut être expliqué par la modernité et la société de consommation qui ont renforcé la place de la consommation dans la vie de l'homme faisant désormais partie de ses priorités et préoccupations quotidiennes notamment en ce qui concerne son apparence physique (Bakewell et al. 2006). L'homme a donc été influencé par la montée du féminisme et a acquis des habitudes féminines de consommation (Schroeder et Zwick 2004). Ainsi, de plus en plus d'hommes s'intéressent au shopping et à la mode (Ourahmoune, 2009). Certains d'entre eux accordent une importance excessive à leurs apparences physiques et leurs styles, un comportement traditionnellement perçu comme féminin (Firat 1991). Les codes de la masculinité ont beaucoup évolué selon la « nouvelle masculinité hégémonique » (Patterson et Elliott, 2002). En 1994, Mark Simpson, journaliste britannique, a inventé dans *The Independent* le terme « métrosexuel²⁶ » pour décrire cette catégorie d'hommes alors encore fortement émergente dans les sociétés occidentales.

Simpson a défini le métrosexuel comme étant « un jeune homme célibataire, ayant un revenu relativement élevé, qui vit ou travaille dans la ville - parce que c'est là où les meilleurs magasins sont - et qui est peut-être le consommateur le plus prometteur de la décennie ». Le « métro » fait référence à métropole ou métropolitain, et le « sexuel » représente l'attraction sexuelle que cette catégorie d'hommes cherche à travers leur apparence. Le métrosexuel est présenté comme un homme hétérosexuel, qui vit en zones urbaines, qui a des traits efféminés et qui a un style de vie plus proche à celui d'une femme que d'un homme. C'est un homme qui investit excessivement de temps et d'efforts pour faire du shopping et prendre soin de son apparence et son look (Hyman, 2004).

En marketing, la métrosexualité a été étudiée en tant que construction identitaire du genre masculin et a été vue comme l'une des formes de l'évolution de la masculinité et du comportement des hommes aussi bien en tant que comportement de consommation que de style de vie. Plusieurs stars ont été considérées comme métrosexuelles telles que David Beckham qui reste le personnage le plus cité dans les recherches sur la métrosexualité et la masculinité plus généralement surtout qu'il est

²⁶ Le mot « Métrosexuel » a été nommé le « Mot de l'année » en 2003 aux Etats Unis.

considéré comme ayant marqué l'histoire de la masculinité (Flocker 2003). Cela est dû au fait que Beckham inclut dans son personnage plusieurs masculinités à la fois. Il représente en quelque sorte la « nouvelle masculinité » dans toutes ses contradictions et son évolution. Même si Beckham est un « bon mari » et un « bon père » - *Breadwinner* (Holt & Thompson, 2004) - il garde le côté viril de sa masculinité en tant que footballeur très performant et très réussi - *Rebel* (Holt & Thompson, 2004). Le côté viril de Beckham sur le terrain de football, ne lui empêche pas de prendre fortement soin de son apparence dans sa vie privée et de montrer son « côté féminin » que ce soit en étant très soucieux de sa coiffure ou même par sa façon de s'habiller très à la mode.

Après le métrosexuel, une nouvelle forme de masculinité a apparue ; celle de l'übersexuel qui présente de nouveaux codes masculins alliant la virilité du métrosexuel d'une part et l'instinct paternel d'autre part. L'übersexuel est un homme qui veille à entretenir une apparence virile sans pour autant être macho (Maxwell, 2007). Ce terme a été inventé par la publicitaire américaine Maria Salzman pour désigner les hommes qui choisissent d'afficher leur virilité, parfois avec une barbe et parfois avec leur look de bûcheron évoquant le retour à la nature. A contrario du métrosexuel, l'übersexuel arbore une armure de muscles secs et cultive une pilosité contrôlée. Il est désireux de revenir aux vraies valeurs de l'Homme. L'übersexualité a été considérée comme une réponse au manque de virilité de l'homme métrosexuel, jugé parfois trop efféminé, ou comme retour à la nature en réponse à la forte influence urbaine du modèle métrosexuel. Concernant les traits de personnalité de l'übersexuel, il veille à avoir une performance très confiante, il est très ouvert aux autres et attaché à sa qualité de vie (Maxwell, 2007). George Clooney et Antonio Banderas seraient des personnages publics appartenant à cette forme de masculinité. Les nouvelles formes de masculinité telles que la métrosexualité et l'übersexualité nous montre non seulement l'évolution des codes masculins mais aussi les changements dans les représentations de ces codes au niveau des médias et des publicités.

3. La Représentation de la Masculinité :

3.1. La Masculinité dans les Médias :

L'augmentation de l'émergence de l'homme dans la consommation notamment les produits de mode et de beauté (Rinallo, 2007), et l'augmentation de la représentation de l'homme dans les publicités (Coskuner, 2006) a inversé le regard masculin sur lui-même (Mulvey, 1975). En effet, plusieurs recherches montrent le rôle de la consommation et des médias dans la construction sociale de la masculinité d'une

part, mais aussi, dans un sens réciproque, comment les médias et les publicités reflètent l'image de la « masculinité idéalisée » et l'évolution de la masculinité dans un sens plus général (McCracken, 1987). Cette vision est conforme avec l'approche historique de l'évolution de la masculinité et de sa perception à travers le temps que nous avons pu étudier précédemment. Plusieurs recherches montrent de même la confusion à laquelle portent les représentations de la masculinité dans les médias (Tuncay, 2005), et les contradictions entre ces représentations et celles au sein de la société (Firat, 1994 ; Lindsey, 1997 ; Mangan, 2003 ; Pleck, 1981).

Dans cette partie, nous nous intéressons à l'évolution de l'image de l'homme dans les médias sachant que ces dernières dessinent l'image de l' « homme idéal », ses caractéristiques physiques mais aussi de personnalité. De plus, les médias assurent le transfert des idéologies masculines au public (Kimmel, 1992). Les caractéristiques et idéologies transmises au public permettraient, tout comme certains produits consommés (Barthes, 1975 ; Bourdieu, 1984), aux hommes de suivre ou se distinguer d'une image masculine idéalisée (Coskuner, 2006). Dans son étude sur la représentation de la masculinité dans les films, Gokcen Coskuner effectue une comparaison entre plusieurs films : *About a Boy* (2002), *American Psycho* (2000), *Casino* (1995), *Saturday Night Fever* (1977), *Zoot Suit* (1981) et *Malcolm X* (1992). Elle identifie plusieurs éléments d'analyse qui lui ont permis de comprendre les limites des symboles sous-jacents derrière les images représentées de la masculinité (Holt, 1997 ; Coskuner, 2006). L'analyse du comportement et de la façon de s'habiller représentés dans ces différents films, montrent que ces images de l'homme ne dessinent pas seulement les instructions du genre masculin et sa position par rapport au genre féminin, mais aussi représentent des limites de classes sociales et d'ethnicité.

Ainsi donne-t-elle un exemple, dans le film *American Psycho* (2000), où le personnage principal du film met un temps excessif à prendre soin de son look, un rituel qui fait partie de son pouvoir et de sa compétition dans le monde de travail. Contrairement à cette classe sociale relativement élevée, l'excessivité de prendre soin de soi peut donner une image d'un homme « efféminé » voire même « homosexuel » pour une autre personne de classe sociale plus inférieure (Coskuner, 2006). De plus, la comparaison de la présentation des personnages entre les différents films lui a permis de distinguer entre plusieurs pratiques de « grooming »²⁷ suite aux diverses ethnicités des personnages présentées (Coskuner, 2006).

Deux types de tensions ont apparu à travers l'ensemble des analyses de Coskuner (2006) dans son étude et qui se sont reflétées dans la vie et le comportement des personnages masculins dans les films analysés. Le premier type de tensions concerne la féminité contre la masculinité. En effet, Coskuner (2006) explique que l'homme en cherchant à accomplir son identité masculine, est soumis à des tensions tantôt contre d'autres masculinités, et tantôt contre d'autres féminités. Ces tensions se manifestent

²⁷ Prendre soin de son apparence physique

par des dichotomies apparues avec la modernité comme le foyer contre le bureau, être passif contre être actif, être émotionnel contre être rationnel, et être soumis contre être dominant (Firat, 1994). Cependant, le deuxième type de tensions identifié par Coskuner (2006) est celui de la rébellion contre la conformité. En effet, la rébellion et la conformité jouent un rôle essentiel dans la construction de certaines masculinités (Holt & Thompson, 2004). Coskuner (2006) considère que le « grooming » est une façon de se rebeller contre les rôles traditionnels de l'homme. En ce qui concerne la dichotomie rébellion contre conformité, il est important de noter qu'il ne s'agit pas dans tous les cas d'un binôme et que les actions rebelles doivent être interprétées dans le cadre des relations de pouvoir hégémoniques (Foucault, 1984).

De son côté, Östberg (2010) s'est intéressé à la construction sociale et culturelle de la masculinité en étudiant la représentation du corps masculin dans les médias et la culture populaire. Östberg (2010) a considéré que la nudité du corps masculin à partir des années 2000 a engendré la libération de la représentation du pénis dans les médias et de sa forte connotation symbolique par rapport à la masculinité, alors qu'il a été, pour de nombreuses années, prisonnier des tabous même dans les sociétés occidentales les plus ouvertes. Selon lui, un processus de normalisation de la taille du pénis, a été indirectement mis en place, via différentes institutions socio-culturelles comme les médias et plus spécifiquement la publicité. Le corps masculin a commencé à fortement être présent dans la publicité dans les deux dernières décennies (Patterson & Elliott, 2002), sans que l'on explique pourquoi le représente-t-on sous telle image et pas une autre, chose que Schroeder et Zwick (2004) ont commencé à faire.

Cette étude qui a été menée en Suède, en Grande Bretagne et aux Etats Unis, montre que l'image idéale du corps masculin, tout comme le corps féminin, est socialement et culturellement construite, y compris la représentation de la taille du pénis. Selon Östberg (2010), le public devient de plus en plus obsédé par la taille du pénis, et que c'est un sujet dont le public parle de plus en plus sur les blogs d'internet, surtout en faisant des commentaires sur la taille des pénis des stars. C'est ainsi que la société trace à travers la presse tabloïd et les publicités - à l'exception des mainstream, parce que le sujet reste en quelque sorte un tabou - des normes concernant la taille du pénis. La société fait le lien aussi entre la taille du pénis et le fait d'être un « vrai homme », même si d'autres messages implicites montraient que la taille n'a rien à voir avec la performance sexuelle ou même la « vraie masculinité » comme l'a indiqué Flocker (2003) dans sa recherche « The Metrosexual Guide to Style ».

3.2. La Masculinité dans la Publicité :

Le rôle de la publicité ne se limite plus aux simples objectifs commerciaux des marques, mais va bien au-delà de cela en contribuant à la création des normes sociales, au changement de certaines valeurs et croyances, et à la formation des courants idéologiques au sein de la société. La publicité, « miroir de la société » (Holbrook, 1987), reflète donc d'une manière ou d'une autre l'évolution des normes et des valeurs sociales. Pour assurer l'un de ses objectifs essentiels, qui est d'attirer l'attention du consommateur, la publicité présente souvent un « personnage idéal » pour permettre aux téléspectateurs - consommateurs potentiels - de se projeter et de se retrouver dans le personnage présenté, d'où le lien fort entre les représentations publicitaires et la construction identitaire (Schroeder & Zwick, 2004 ; Bordo, 1993).

Le genre a toujours été l'un des critères sur lesquelles les stratégies marketing se basent dans la segmentation de leur clientèle. Une forte communication à travers la publicité met l'accent sur le genre et le rôle du genre. Cela explique donc l'intérêt des chercheurs en marketing à étudier la présence du genre dans les publicités. L'évolution de la représentation de l'homme et de la femme dans les publicités trace le changement idéologique de la perception de la masculinité et de la féminité au cours des années. Par ailleurs, la publicité génère des « réactions identitaires » de la part des hommes et des femmes. Le jeu de la publicité est donc un échange dans les deux sens où se croisent les images mythiques et les représentations identitaires. Ce parallélisme entre les deux sens d'action des publicités, nous emmène aux deux théories principales concernant la publicité. La première est celle de la publicité « miroir » (Holbrook 1987) qui considère donc que la publicité reflète la société dans ses normes et idéologies comme les rôles du genre et d'autres, et la deuxième qui est celle de la publicité « moule » qui positionne la publicité dans un rôle plus actif et qui considère qu'elle influence et forge les valeurs de son audience (Pollay, 1986, 1987).

Selon Wolin (2003), la majorité des études sur la présence du genre dans la publicité a étudié le cas des publicités imprimées dans une approche méthodologique analytique, en mettant l'accent sur la stéréotypie du genre dans les publicités. En ce qui concerne la différence entre le traitement des publicités entre les femmes et les hommes, les résultats des différentes recherches effectuées sur le sujet montrent que le processus de traitement des publicités diffère entre les femmes et les hommes (Meyers-Levy & Sternthal, 1991). Les hommes seraient plutôt sélectifs dans leur traitement d'informations alors que les femmes adopteraient un traitement compréhensif de l'information (Wolin, 2003). Les femmes ont besoin de plus d'informations dans les publicités que les hommes. Les hommes ont toutefois besoin de plus de dispositifs pour attirer leur attention (Shani, Sandler & Long, 1992).

Par ailleurs, Costa (1994) a trouvé à travers son étude que les hommes et les femmes ne perçoivent pas les marques féminines et masculines de la même manière. Même si les femmes préfèrent les marques féminines et les hommes celles masculines, il s'avère que les femmes ont tendance à être influencées par les publicités des marques

masculines plus que les hommes ne le sont par les publicités des marques féminines. Les hommes ont du mal à accepter les marques féminines (Wolin, 2003).

En ce qui concerne l'image du genre dans la publicité, l'une des premières études dans le domaine du marketing qui se sont intéressées au lien entre le rôle du genre ainsi que son image d'une part, et la publicité d'autre part, était celle de Belkaoui et Belkaoui (1976). Dans leur étude, ils se sont intéressés plus spécifiquement à l'évolution de l'image des femmes et des hommes dans les publicités imprimées dans une étude comparative entre les années 1958, 1970 et 1972. L'étude montre une amélioration dans la représentation de la femme dans une image évoluée que celle de la femme au foyer, même si la majorité des publicités à l'époque s'adressait, pour la majorité de catégories de produits, à l'homme étant donné que c'est lui qui était principalement travailleur, comme nous pouvons constater ci-dessous :

<i>Product category</i>	<i>Sex portrayed most often</i>	
	<i>1958</i>	<i>1970</i>
Food and nonalcoholic	female	female
Clothing	female	female
Beauty aids	female	female
Drugs and health care goods	female	female
Household articles	female	female
Telephone	same	same
Cigarettes	same	male
Alcoholic beverages	male	male
Travel, entertainment, media	same	male
Education	male	maie
Autos and automotive products	male	male
Securities and credit	male	male
Office machines and supplies	male	male
Industrial transportation	male	male
Industrial products	male	male

Source : Belkaoui et Belkaoui (1976)

Cette étude nous montre que la femme a traditionnellement été considérée comme la responsable des courses alimentaires et vestimentaires, ce qui explique que les annonceurs s'adressaient principalement à elles quand il s'agit de ces produits ci. Belkaoui et Belkaoui (1976) considèrent que les annonceurs à l'époque n'étaient pas suffisamment à jour avec le statut de la femme qui a évolué, ce qu'ils pensent être une « grave erreur » de la part des annonceurs (Belkaoui & Belkaoui 1976). Nous constatons que l'image dominante de l'homme dans les publicités à cette époque était plutôt celle du « breadwinner », c'est-à-dire l'homme travailleur, source financière principale de la famille.

Dans son ouvrage « The Hearts of Men » (Les coeurs des hommes), une analyse de l'évolution culturelle dans les rôles des genres, notamment le genre masculin,

Barbara Ehrenreich (1983) a constaté le début du changement de l'image de la masculinité dans les médias et la publicité en particulier. Cela se traduit, selon elle, par une tentation d'abandon de l'image traditionnelle du « breadwinner » au profit d'une nouvelle image plus moderne. Ehrenreich (1983) considère que l'image de l'homme est devenue une image qui hésite entre deux modèles : d'une part le modèle traditionnel, donc celui du « breadwinner » et d'autre part le modèle moderne qui représente l'homme comme ayant un rôle de consommateur qui se sert parfois de la consommation pour développer une « imagination émancipatrice ». L'analyse d'Ehrenreich (1983) a donc fait intervenir la notion du symbole dans la consommation fortement présente dans la publicité et qui joue un rôle dans la construction identitaire du genre (Ehrenreich, 1994).

Martin Eisend (2010) montre, à son tour, dans son étude « A Meta-Analysis of Gender Roles in Advertising », que la place des stéréotypes reliés aux statuts du genre dans la société est importante même si elle est en déclin suite aux évolutions dans les pays de « forte masculinité » comme le Japon (Eisend 2010). L'apport le plus important de l'étude de Eisend (2010) c'est qu'elle est une étude quantitative alors que la grande majorité des études récentes sur le genre dans les publicités s'agissaient d'études qualitatives. L'étude montre que les femmes sont présentées dans les publicités par des stéréotypes catégorisés quatre fois plus que les hommes. Les résultats de l'étude supportent la théorie de la publicité « miroir » (Holbrook 1987) étant donné que selon Eisend (2010) les marketeurs reflètent les liens entre les genres dans la société ainsi que les valeurs liées aux genres (Eisend 2010).

Dans son étude sur l'effet des publicités sur les genres, Michael F. Cramphorn (2011) montre que malgré la présence de 83% des 3045 publicités étudiées qui ont été adressées aux personnes des deux genres à la fois, la présence du genre est de plus en plus existante dans les publicités. L'étude confirme que les publicités s'adressant à un genre spécifique sont plus efficaces que celles s'adressant aux deux genres à la fois. D'après les résultats de l'étude, les femmes réagissent mieux aux publicités d'une manière générale que les hommes. En d'autres termes, les publicités sont plus efficaces sur les femmes que sur les hommes dans toutes les situations. Alors que les femmes réagissent mieux aux publicités qui présentent des personnalités et des personnes typiques, les hommes, quant à eux, réagissent mieux aux publicités analogiques et qui présentent des célébrités. La musique dans la publicité a un effet important sur les hommes ; elle marque fortement les hommes. Malgré son efficacité, la musique est peu utilisée dans les publicités (Cramphorn 2011).

Pour revenir à l'image de l'homme dans la publicité, même si l'évolution de la représentation du genre masculin dans les publicités, montre une tendance générale vers une image qui met en avant les aspects esthétiques et la beauté physique des hommes représentés, la littérature montre une représentation de confusion et d'images contradictoires de la masculinité dans les publicités et dans la société d'une manière plus générale (Mangan, 2003 ; Lindsey, 1997 ; Firat, 1994 ; Pleck, 1981 ;

Tuncay, 2005). Ces images contradictoires et de confusion reflètent donc la crise de la masculinité et les tensions que les hommes vivent sur le marché (Ourahmoune, 2009).

Section 2 : La Consommation Masculine

1. Le Consommateur Masculin :

Le genre, la masculinité et la féminité sont des concepts qui ne doivent pas être considérés d'une manière rigide (Scharff, 2011) et cela est dû au fait que le genre est toujours une question de « faire » (Butler, 1990), une question de performance (Connell, 2005). La performance du genre se traduit par les activités et les actions de la vie quotidienne dont la consommation (Gregersdötter & Hallén, 2013 ; Rosa, 2003). De nouvelles formes de masculinités et de féminités ont émergé suite à la négociation des rôles du genre entre les hommes et les femmes dans les performances quotidiennes dont les pratiques de consommation (Froidevaux-Metterie, 2015).

Le marketing a un rôle non-négligeable dans la construction des stéréotypes de genre (Brynjolfsson, Hu & Smith, 2006). Le genre semble être une méthode facilement adoptée par les marketeurs afin d'attirer de nouveaux consommateurs comme nous le confirme le lancement récent du dentifrice « Signal » pour hommes et des crayons « Bic » pour filles en ayant souvent recours aux couleurs dans la distinction entre les genres, une méthode qui s'avère de plus en plus utilisée dernièrement (Paoletti, 2012). De plus, la consommation masculine est une consommation qui traverse des changements fondamentaux suite à l'évolution des masculinités dans la culture de consommation contemporaine (Johnston & Baumann, 2010). Ainsi, le marché devient un espace d'expression de l'identité masculine de plus en plus importante à travers les produits de consommation et les différentes pratiques de consommation du consommateur masculin (Szabo, 2012).

En marketing, les recherches concernant le genre et la consommation ont été relativement influencées par le courant féministe (Östberg, 2010). Les études étaient plus orientées vers la féminité que la masculinité ce qui a poussé plusieurs chercheurs à considérer qu'il existe un gap dans la conceptualisation de la masculinité en comportement du consommateur (Elliott & Elliott, 2005 ; Schroeder & Zwick, 2004) même si à partir des années 1990, l'intérêt des chercheurs pour le consommateur masculin a considérablement augmenté en vue de l'émergence de ce dernier (Bordo, 1997).

Les principales enquêtes en « *consumer culture theory* » (Arnould & Thompson, 2005) sur les masculinités ont principalement exploré les représentations visuelles des hommes (Brownlie & Hower, 2007 ; Gentry & Harrison, 2010 ; O'Barr, 2006 ;

Patterson & Elliott, 2002 ; Schroeder & Zwick, 2004), les corps idéalisés des hommes (Askegaard, Gertsen & Langer, 2002 ; Östberg, 2010) alors que certains chercheurs ont consacré leurs recherches aux représentations extrêmes des masculinités tels que Belk et Costa (1998), et Schouten et McAlexander (1995). Cette représentation extrême, le plus souvent décrite comme la perspective de l'hyper-masculinité (Littlefield, 2010), a dépeint la façon dont les hommes de montagne agissent à travers des fantasmes partagés pour créer collectivement une irréalité sociale - une récréation moderne du « rendez-vous » du XIXe siècle (Belk & Costa, 1998).

La perspective de l'hyper-masculinité a également décrit la façon dont les actes rebelles des hommes les éloignent des emplois aux horaires de bureau moins gratifiants (Schouten & McAlexander, 1995). Cependant, certains chercheurs ont suggéré que les masculinités ont besoin d'être réévaluées notamment face à l'approche hyper-masculine parce qu'elles sont bien plus malléables et ambiguës que de la façon dont l'hyper-masculinité les présentent (Gentry, Commuri, & Jun, 2003; Littlefield, 2010). De plus, certains chercheurs ont considéré que nous avons besoin d'analyser les pratiques les plus quotidiennes et communes de la socialisation des masculinités (Brownlie & Hewer, 2007). Les masculinités sont performées dans les pratiques quotidiennes les plus banales telles que manger, cuisiner, acheter et consommer (Littlefield, 2010). Ces pratiques, et en raison de leur trivialité n'ont pas attiré l'attention des chercheurs malgré leurs significations importantes sur le changement des frontières sociales entre les genres.

La recherche de Holt & Thompson (2004) s'intéresse également à la masculinité de tous les jours. En mobilisant la théorie de la consommation compensatoire, les auteurs montrent comment les hommes utilisent des accessoires symboliques afin de construire leur identité masculine. Les résultats suggèrent que les hommes configurent leurs activités de consommation de tous les jours afin d'inclure des traits masculins traditionnels, incarnés par les deux idéaux masculins les plus importants aux Etats-Unis: le modèle du « *breadwinner* » et le modèle rebelle, tels que la concurrence et l'indépendance. Les « *men-of-action heros* » incluent le drame dans leur consommation quotidienne afin de vivre des sensations fortes mais surtout afin d'éviter ou se distancer des associations liées à la féminité.

Dans le mode de vie d'aujourd'hui très axé sur la publicité, les hommes occidentaux contemporains sont de plus en plus partagés entre les discours féministes et consuméristes, ce qui offre un excès d'incitations mais aussi de défis pour les identités masculines (Aarseth, 2009; Brownlie & Hewer, 2007). Cependant, face aux changements culturels à l'égard des idéaux égalitaires de genre, plus de nuances de masculinités ont été trouvées dans les descriptions comme le « mâle moderne » (Crask, Lanier, Trawick, Woodliff, & Reynolds, 1977), le « nouvel homme » sensible et narcissique (Chapman, 1988; Mort, 1996), le « nouveau garçon » libéré (Hollows, 2003) et le métrosexuel androgène (Tuncay, 2005).

Une recherche récente a étudié comment les hommes chasseurs, souvent dotés d'attributs traditionnellement masculins, tels que l'affichage de violence et d'agir avec la domination envers les animaux et même les femmes, sont parfois aussi à l'aise avec des attributs traditionnellement féminins, jonglant ainsi entre la violence et des activités nourricières comme prendre soin de leurs enfants (Littlefield & Ozanne, 2011). En effet, les modèles stéréotypés de masculinités, tels que le modèle de breadwinner, sont devenus beaucoup plus complexes sur le plan culturel. Aujourd'hui, les positions identitaires des masculinités sont plus larges incluant des caractéristiques féminines (Connell & Messerschmidt, 2005), tels que les caractéristiques de l'apparence physique et du soin (Kimmel, 1996), ce qui a contribué à la déconstruction des frontières sociales entre les genres auparavant considérées comme stables (Lamont & Molnar 2002).

Face au brouillage des frontières de définition des statuts du genre, les chercheurs ont étudié la façon dont les pères-au-foyer utilisent des pratiques de capitalisation afin d'améliorer leur statut domestique et leur capital culturel. Les résultats montrent que les pères au foyer américains ont échoué à établir une autorité culturelle légitime concernant leur situation d'inversement de rôles. Ainsi, les tâches liées à la sphère domestique demeurent culturellement codées comme un devoir ou une obligation de la mère comme le confirment une grande majorité des sociologues et des chercheurs en genre (Coskuner-Balli & Thompson, 2013).

La majorité des consommateurs masculins semblent fonctionner au sein de l'institution de l'hétérosexualité et sont donc exposés à des hypothèses fondées sur l'hétérosexualité (Connell, 2005). Suivant cette théorie adoptée par la majorité des travaux sur la masculinité et les pères, et confirmée par des recherches plus récentes montrant la résistance des stéréotypes de genre traditionnels malgré les changements socio-culturels (e.g. Coskuner-Balli & Thompson, 2013 ; Gottzén & Kremer-Sadlik, 2012 ; Harrisson, Gentry & Communri, 2012 ; Molander, 2016 ; Östberg, 2012 ; Spicer & Cederström, 2015), notre recherche se focalisant sur le cas des pères isolés dans le contexte français devrait créer une meilleure compréhension des éventuelles conséquences des changements normatifs dans les masculinités traditionnels et des rôles attendus des pères en rapport avec le partage des tâches entre les genres en général et la gestion domestique en particulier. Cependant, avant d'aborder les principales études concernant les hommes dans des domaines traditionnellement perçus comme féminin, la sphère privée en particulier, il nous semble primordial de présenter les fondements de la théorie de la consommation compensatoire, l'une des théories les plus fondamentales et les plus mobilisées dans les études du genre en comportement du consommateur (Holt & Thompson, 2004).

2. La Théorie de la Consommation Compensatoire :

Le comportement compensatoire du consommateur signifie que « la consommation est fortement soulignée comme une réaction à, et une tentative de compenser un écart d'estime de soi ou d'actualisation de soi » (Gronmo, 1988). La théorie de la consommation compensatoire est le résultat du développement des concepts des recherches effectuées en 1933 comme celle de Jahoda et al. (1933), en plus de celle de Caplovitz (1963). Le concept fondamental de cette théorie réside dans la considération du lien entre le comportement compensatoire des individus d'une part, et la consommation d'autre part. Jusqu'en 1960, où la théorie de la consommation compensatoire a été identifiée par Dichter (1960 ; 1964). Dichter a particulièrement évoqué les aspects sociologiques et psychologiques de la consommation, qu'il a considérée comme un milieu d'accomplissement du rôle et de l'identité du consommateur. Dans sa recherche publiée en 1988, Gronmo a conceptualisé et théorisé le comportement compensatoire dans une perspective de consommateur et de consommation dans une critique sociologique de cette dernière (Elliott & Woodruffe 2005).

Alors que la majorité des modèles de comportement du consommateur se basent sur une vision de correspondance entre les besoins et les actions, Gronmo (1988) considère qu'une vision opposée de l'explication du comportement du consommateur peut être également valide. Sa vision se base sur un écart systématique de correspondance entre les actions et les besoins du consommateur (Gronmo, 1988). En effet, certains actes de consommation sont des réactions à un certain manque de satisfaction de besoins, à laquelle le consommateur a recours dans le but de compenser un échec ou une certaine faiblesse.

L'aspect identitaire de la consommation fortement pris en considération dans cette théorie explique le recours de la majorité des recherches sur la consommation masculine et féminine à cette théorie qui permet aux chercheurs de comprendre la complexité de la construction identitaire des hommes comme des femmes tout en faisant le lien avec les stéréotypes sociaux normatifs et les rôles parentaux des individus.

Parmi les nombreuses recherches qui se sont intéressées à la consommation compensatoire des femmes est celle d'Elliott et Woodruffe (2005). L'objectif de leur recherche était de comprendre comment les femmes cherchent à compenser un certain manque que ce soit dans leur estime de soi ou dans leur rôle dans la société à travers les courses. Dans le discours des femmes interviewées, la distinction entre l'« image de soi » et l'image que les autres perçoivent de soi est évidente (Horney, 1950). Les répondantes semblaient faire leurs courses non seulement par rapport à leur estime ou image de soi mais aussi en tenant compte de l'image que les autres ont ou auront d'elles. Par ailleurs, une autre différence a apparue entre un « soi » et un

autre qui reflète une image différente et déformée du « soi » et qui devient comme une personne différente (Rogers, 1961). L'étude nous montre également que les femmes apprécient l'attribution de la valeur à l'image plus qu'au produit lui-même, l'une des caractéristiques du consommateur postmoderne selon Firat et Venkatesh (1993).

A travers les discours de certaines répondantes, Elliott et Woodruffe (2005) constatent également qu'à travers leur consommation, les femmes cherchent à compenser des sentiments de frustration et de malentendu avec leurs maris. Consommer devient donc en quelque sorte une « vengeance » de leurs maris, de leurs familles, et un moyen de réduire leurs moyens financiers. D'après l'étude d'Elliott et Woodruffe (2005), la consommation permet aux femmes de « construire des histoires » pour reprendre leurs termes, et des expériences qui les aident à se situer dans le temps et l'espace. La consommation leur permet de (re)construire leurs identités à travers leurs « histoires » ce qui donne une certaine légitimation à leur comportement (Elliott & Woodruffe 2005).

Les résultats de cette étude nous intéressent dans le cheminement de notre raisonnement vers l'identification des éléments de liens entre la masculinité, la consommation et le mode de vie et de consommation des pères qui assurent seule deux rôles, le rôle du père et celui de la mère absente au sein du foyer. Nous nous intéressons notamment à la notion de construction identitaire ainsi que la notion de frustrations envers le mari et la famille, même si la féminité ne vit pas spécialement une crise identitaire, mais au contraire vit une évolution des normes de la société en sa faveur, ce qui n'est pas le cas de la masculinité. Dans le prochain paragraphe, nous allons étudier comment la théorie de la consommation compensatoire a été mobilisée dans des recherches concernant la masculinité surtout avec l'émascation des hommes et leur recours à la consommation des produits ou aux activités symboliques afin de compenser cette émascation et y résister.

La théorie de la consommation compensatoire est l'une des théories fondamentales dans la littérature en comportement du consommateur concernant la consommation masculine. Les recherches qui se sont effectuées sur le sujet, ont toutefois majoritairement étudié le contexte américain. Ces recherches sont parties du fait que l'homme a recours à la consommation et à ses significations symboliques pour sauver son identité masculine menacée par les changements socio-économiques. Les hommes qui souffrent d'une émascation de leur masculinité, cherchent donc à reconstruire leur statut à travers leur consommation quotidienne d'une manière assez symbolique (Bernard 1981 ; Holt & Thompson 2004).

L'une des plus intéressantes recherches qui adhèrent à cette théorie est celle de Barbara Ehrenreich, « The Hearts of Men » (Les cœurs des hommes) publiée en 1983. Dans son étude, Ehrenreich (1983) décrit comment le nouveau système bureaucratique dans l'économie américaine a imposé dans sa conformité un style de vie des hommes qui menace certains aspects de leur masculinité. La bureaucratie a

renforcé le statut social des hommes en tant que père, membre essentiel de soutien de la famille ou le modèle du « Breadwinner » en d'autres termes. Ehrenreich (1983) considère que l'homme, à travers sa consommation, cherche à se libérer de cette pression imposée par la société. Il tente de se rebeller symboliquement contre la pression du statut imposé par la société au bureau comme au foyer (Ehrenreich, 1983).

Rotundo (1993) a proposé que dans une société où la domination et l'affirmation sont considérées avec suspicion, les hommes semblent avoir tendance à graviter autour de personnages idéaux qui manquent de stigmatisation dans le but de restaurer leur virilité. Selon lui, les hommes modernes, notamment ceux qui appartiennent à la classe moyenne, cherchent à revenir au passé, aux styles de vie des hommes pré-modernes, pour se sentir comme des « vrais » hommes. Comme si les hommes modernes étaient convaincus de l'impossibilité d'un espace pour la « vraie » masculinité dans la société moderne, les personnages idéaux héroïques souvent liés aux temps mythiques leur fournissent une façon de fuir la réalité et la reconstruire à leur manière.

Schouten et McAlexander (1995) ont effectué une recherche sur la consommation masculine qui est elle aussi en totale harmonie avec la théorie de consommation compensatoire. Ils se sont intéressés aux communautés qui pratiquent l'activité de conduite des Harleys qui était en plein essor à l'époque. Le symbolisme et les mythes sont des notions fortement présentes dans cette activité. Harley Davidson est un symbole de la liberté personnelle. L'analyse ethnographique de cette recherche qui a duré quatre ans montre que, pour ces hommes, cette activité leur permet de se rebeller contre leur réalité et d'avoir une sensation de libération et d'autonomie. Les motocycles donnent aux conducteurs une sensation de liberté contrairement aux automobiles qui contiennent des cages et donc laissent les conducteurs « emprisonnés ». Ces machines leur permettent également de revitaliser leurs statuts dominateurs qui disparaît à fur et à mesure avec l'évolution de la société moderne et la montée du statut de la femme (Schouten & McAlexander, 1995). C'est ainsi que les hommes étudiés dans cette recherche éprouvent la libération de la détention de leurs relations familiales et des pressions de leurs vies professionnelles.

De plus, Schouten et McAlexander (1995) ont constaté un comportement « macho » qui s'exprime par une agressivité et par des critères que les participants considéraient comme critères de la « vraie » masculinité. Le regard sur la femme et son rôle est aussi dévié. La femme dans ces camps, est vue comme une « propriété » des hommes pour satisfaire leurs besoins sexuels. Selon Schouten et McAlexander (1995), ce comportement cache une envie de compensation d'un manque ou d'incompétence avec le rôle du « breadwinner » (Holt & Thompson, 2004) vécu par ces hommes « à temps plein » quotidiennement. Cette activité leur permet vraisemblablement de redessiner les limites de leurs identités masculines, surtout

face à l'émasculatation qu'ils vivent suite aux changements de la société, en leur assurant le côté rebelle et viril qui leur manque dans leur rôle de « breadwinner ».

A son tour, Kimmel (1996) a étudié les conflits et les contradictions historiques dans les idéologies américaines de la masculinité. Pour lui, ces conflits vécus depuis le XXème siècle étaient à l'origine d'un état d'anxiété que plusieurs hommes ont expérimenté vis-à-vis de leur virilité. Kimmel (1996) a détaillé ces contradictions historiques et a considéré qu'il s'agit surtout d'une incompatibilité entre l'image d'un homme idéal indépendant, libre et qui se construit une vie lui-même d'une part, et la dépendance provenant du système bureaucratique et de l'industrialisation. C'est le paradoxe que la société américaine a vécu entre la glorification de l'homme américain de l'ouest et la mise en valeur de la personnalité des cowboys américains d'une part, et la tendance de la société vers un système de plus en plus conforme qui demande à ces hommes d'être obéissants et soumis aux lois pour pouvoir réussir d'autre part. Cela explique la vague d'anxiété idéologique et culturel au sein d'une masculinité qui perd de son image de virilité et de son indépendance notamment au niveau des hommes de la classe moyenne qui se trouvent obligés d'obéir au système de dépendance pour avoir une place dans leur société.

Par ailleurs, Mitchell (1996) s'est intéressé à la représentation mythifiée du cowboy et de l'homme de l'ouest dans la littérature et les films. Son intérêt pour cette étude provient de la passion des hommes de la classe moyenne par les films et les séries qui représentaient les personnages de l'ouest devenus des icônes masculines de l'histoire contemporaine, comme dans « The Great Train Robbery » et « The Virginian ». Les représentations des environnements et des modes de vie des personnages constituaient un retour vers la structure capitaliste qui assure aux hommes une marge d'autonomie et leur libère de la structure bureaucratique qui menace leur virilité. Du fait de l'écart entre les deux modèles, c'est-à-dire l'homme « breadwinner », principal soutien de la famille, souvent lié au rôle du père ayant une image responsable et « conforme » d'un côté (Cawelti, 1989), et d'autre côté le modèle de l'homme plus viril, autonome et rebelle ayant une vision atavique et une image plus « idéalisée » de la masculinité. Cet écart entre les deux modèles a poussé Kimmel (1996) tout comme Mitchell (1996) à développer l'hypothèse suivante : les contradictions entre ces deux modèles créent une crise identitaire masculine, que les hommes tentent de résoudre à travers la consommation (Kimmel, 1996 ; Mitchell, 1996 ; Rotundo, 1993).

Dans la même pensée théorique des recherches citées précédemment mobilisant la théorie de la consommation compensatoire, Belk et Costa (1998) ont étudié le cas des « Mountain Men » (hommes des montagnes). Dans leur analyse, Belk et Costa (1998) se sont concentrés sur la notion de l'« individualisme masculine » que les hommes cherchaient, en plus de la libération de la civilisation et de la domesticité exigées par leur rôle moderne de « breadwinner ». Ils ont proposé que les hommes cherchent à s'imaginer comme des hommes de pouvoir, de passion, de puissance et de liberté

(Belk & Costa 1998). De même, Sherry et al. (2001) se sont intéressés à la consommation et le comportement des hommes à la « ESPN SportZone » une chaîne de bars et de restaurants de sports. Leur analyse a porté sur l'aspect hédonique et « fun » de la consommation des hommes qui se rendaient à ce type de restaurants-bar. Les hommes tenteraient d'échapper de leurs responsabilités en tant que « breadwinners » (Sherry et al. 2001).

Comme nous le constatons bien, les différentes recherches mobilisant la théorie de la consommation compensatoire vont dans le même sens et ont abouti à des résultats et des analyses en harmonie même si chacune d'entre elles s'est intéressée à un aspect de la consommation différent des autres et a utilisé ses propres termes. Néanmoins, aucune de ses études, n'a véritablement critiqué ou apporté un véritable développement théorique aux principes de la théorie de la consommation compensatoire. Pour résumer, la théorie de la consommation compensatoire consiste à considérer que le modèle de l'homme « breadwinner » est celui qui prédomine la masculinité actuellement. Ce modèle que les hommes modernes sont obligés de subir d'une manière ou d'une autre, menace la virilité de la masculinité. Pour échapper à cette incertitude, les hommes modernes s'investissent de plus en plus dans la reconstruction de leur identité (Baumann, 1996) à travers la consommation. Ils profitent de l'élasticité de la construction identitaire des individus pour vivre « une vie imaginée » pré-moderne comme à l'époque qui précède les changements qui menacent leur masculinité (Holt & Thompson, 2004).

La seule véritable critique de l'application de la théorie de la consommation compensatoire dans le cas de la consommation masculine provient de Holt et Thompson (2004) qui ont considéré que la théorie de la consommation compensatoire a échoué à révéler l'une des plus importantes identifications que l'homme forge à travers sa consommation. Ils considèrent que c'est en se situant entre les contraintes d'émascation du modèle du « breadwinner » d'une part, et la fantaisie de l'autonomie expérimentée dans la consommation « rebelle » d'autre part, que les hommes trouvent leur plaisir. Un plaisir dramatique !

3. La Masculinité dans la Sphère Domestique :

Les mutations sociales majeures qui ont affecté le modèle masculin dominant et viril utilisé par les hommes dans leur construction identitaire (Badinter, 1993), a engendré des changements radicaux dans l'identité masculine contemporaine ainsi que dans les codes sociaux des pratiques de consommation des hommes qui éprouvent une implication de plus en plus importante dans la sphère féminine (Ourahmoune, 2009 ; Szabo, 2012). Cependant et malgré l'évolution des pratiques de consommation des hommes, les recherches en comportement de consommation sur l'entrée des hommes

dans la sphère féminine demeurent peu nombreuses et un gap théorique existe dans notre discipline concernant la compréhension des enjeux de l'implication des hommes dans la sphère du genre opposé (Molinder, 2016), bien que quelques recherches récentes se sont focalisées sur ce sujet le plus souvent dans le contexte américain ou scandinave, suédois en particulier (e.g. Aarseth, 2009 ; Cappellini & Parsons, 2012 ; Johnston & Baumann, 2010 ; Jönsson, 2012 ; Klasson & Ulver, 2015 ; Molinder, 2016 ; Spicer & Cederström, 2015).

En effet, la grande majorité de ces études notamment celles les plus récentes part du constat que les hommes d'aujourd'hui consacrent un temps de plus en plus important dans la gestion des tâches ménagères comme la cuisine et les tâches ménagères (Johnston & Baumann, 2010) et que ce changement ne se limite pas au niveau idéologique mais se concrétise par un véritable enthousiasme croissant de vouloir s'impliquer dans un partage plus équitable des tâches domestiques (Szabo, 2012). Certains chercheurs considèrent que nous témoignons d'ores et déjà le changement (Aarseth, 2009 ; Aarseth & Olsen, 2008) et que certaines pratiques traditionnellement émanant de la sphère féminine se légitiment auprès du consommateur masculin qui, dans certains contextes culturels, adopte ces pratiques à travers lesquelles il commence même à exprimer son identité masculine (Johnston & Baumann, 2010) comme la cuisine surtout avec l'expansion de la culture « *foodie* » dans ces sociétés.

Le consommateur masculin postmoderne a vraisemblablement plus de facilité à jongler dans leur vie quotidienne entre deux rôles extrêmes : d'une part un rôle dominant voire même violent envers les animaux mais aussi les femmes, et d'autre part se sentir parfaitement à l'aise avec l'adoption de certains attributs féminins comme prendre soin de leurs enfants ou toute autre activité nourricière, comme nous le montre la recherche de Littlefield et Ozanne (2011). Cela confirme une fois de plus que les positions identitaires masculines sont de plus en plus élargies incluant ainsi des caractéristiques stéréotypées féminines (Connell & Messerschmidt, 2005 ; Firat, 1994) comme s'intéresser à son apparence physique et à la mode (Rinallo, 2007), ou assumer un rôle nourricier (Kimmel, 1996) ce qui contribue à la déconstruction des frontières sociales établies entre les genres (Lamont & Molnár, 2002 ; Ourahmoune, 2009).

Néanmoins, malgré la déconstruction des frontières sociales entre les genres, les recherches montrent que le consommateur masculin postmoderne demeure socialisé dans une idéologie hétérosexuelle ou le modèle hégémonique prédomine (Connell, 2005) comme nous avons pu le souligner précédemment. Le modèle hégémonique idéalisé explique la transgression expérimentée par les hommes au sein de la sphère traditionnellement féminine, telle que le foyer même dans des contextes socio-culturels très avancés en termes d'égalité de partage des tâches ménagères et domestiques comme nous le montre, à titre d'exemple, la recherche de Coskuner-

Balli et Thompson (2013) sur les pères-au-foyer américains dont la plus grande majorité vit des crises identitaires face à leur nouveau statut qui leur assure un capital social inférieur à celui de leur statut précédent de breadwinner.

De même, et dans un contexte encore plus avancé sur le plan de l'égalité entre les genres, celui de la Suède²⁸, la recherche de Klasson et Ulver (2015) sur la cuisine pratiquée par les hommes hétérosexuels suédois appartenant à la classe moyenne, montre que la « professionnalisation » de l'activité de la cuisine « protège » la masculinité de ces hommes qui semblaient exprimer leurs sentiments à travers les plats qu'ils préparent, comme leur amour à leurs conjointes ou leur soin envers leurs amis. Ces mêmes hommes perçoivent toutefois d'autres activités domestiques comme la lessive, le ménage, les courses alimentaires, et la décoration intérieure comme faisant partie du « travail » ou du « rôle » de leurs conjointes (Klasson & Ulver, 2015). Ces résultats rejoignent ceux de la recherche de Parasecoli (2008) qui montrent que les hommes ne sont prêts à adopter un rôle nourricier que d'une manière temporaire et que celui-ci demeure pour eux le rôle principal des femmes. Ainsi, la notion de masculinité semble être irrévocablement opposée à la féminité reliée à la sphère intime et intérieure (Östberg, 2012). Les hommes semblent donc très imprégnés dans la forme traditionnelle de la masculinité (Östberg, 2012).

De plus, l'étude de Harrison, Genry et Communri (2012) dans le contexte américain montre que les hommes préfèrent s'investir dans le rôle de breadwinner et comme modèle stéréotypé du genre masculin plutôt que dans celui du rôle nourricier qu'ils considèrent comme faisant partie des responsabilités des femmes. De même, la recherche de Doucet (2006) dans le contexte canadien, montre que les hommes se sentent beaucoup plus à l'aise en prenant la responsabilité des activités extérieures que dans celui d'assurer les courses familiales ou les tâches ménagères. Les mêmes résultats peuvent être également retrouvés dans la recherche de Gottzén et Kremer-Sadlik (2012) qui montre qu'à l'exception de certaines situations exceptionnelles où les hommes de retrouvent dans l'obligation d'assurer leur rôle dans la sphère intérieure, ces derniers préfèrent s'engager dans différentes activités extérieures et évitent de s'impliquer dans des tâches qu'ils perçoivent comme féminines telles que le ménage et la cuisine.

Ces études récentes confirment les résultats retrouvés par des recherches qui les ont précédées montrant que les hommes ont une approche fonctionnelle dans leur façon de cuisiner ou même de manger. En effet, faire la cuisine pour eux serait une production de « carburant pour leur corps », pour reprendre la même métaphore utilisée par Lupton (1996). Selon Fjellström (2007), les hommes cuisinent d'une manière instrumentale alors que les femmes cuisinent d'une manière affective et beaucoup plus investies et organisée. De son côté, Hollows (2003) souligne que les

²⁸ En 2015, la Suède occupait la quatrième position mondiale en termes d'égalité entre les genres selon le forum économique mondial (*World Economic Forum, 2015*). La France occupe la quinzième position de ce classement effectué sur 145 pays (*The Global Gender Gap Report, 2015*).

hommes sont toujours en mesure d'échapper à l'obligation des tâches domestique parce qu'ils ont la possibilité de choisir par exemple quand, quoi et comment ils veulent cuisiner plutôt que de se sentir obligés de suivre les normes structurelles strictes qui ont été prescrites pour les femmes et leurs activités dans la cuisine. Ainsi, en dramatisant leurs propres activités, en détachant la cuisine des autres tâches ménagères et en ayant la possibilité «d'échapper», les hommes « cuisiniers » renforcent la masculinité hégémonique et les stéréotypes bien que leur implication dans la cuisine semble briser les frontières normatives entre les genres (Klasson & Ulver, 2015).

Les hommes semblent donc se servir de la professionnalisation de la cuisine pour pratiquer une activité qu'ils perçoivent comme féminine mais d'une manière instrumentale, donc masculine (Sellaeg & Chapman, 2008), agissant ainsi vers un changement culturel des idéaux égalitaires entre les sexes tout en reproduisant presque les mêmes structures de pouvoir auparavant existantes. En effet, selon Hollows (2003), les « masculinités instrumentales » consistent à une approche instrumentale des pratiques de la part des hommes comme cuisiner d'une manière active dans le cadre d'une performance créative comparée à une manière passive et une performance traditionnelle de la part des femmes.

La cuisine, faire les courses, faire le ménage ou toute autre activité domestique serait donc perçue comme un « loisir » ou un « jeu » (Szabo, 2012) en raison de la flexibilité et le choix que les hommes possèdent comparés aux femmes qui subissent la pression de l'obligation et de la considération que ces tâches font partie de son rôle (Johnston & Baumann, 2010). D'autres hommes ont une performance dans la cuisine comme des artistes, des scientifiques ou même des athlètes (Swenson, 2009). C'est ainsi que les « masculinités instrumentales » se traduisent (Hollows, 2003). Bien que les masculinités instrumentales puissent parfois se trouver dans l'extrême des masculinités hybrides, elles éprouvent la pratique de la cuisine des hommes d'une manière masculine plutôt que féminine, assurant ainsi un équilibre de pouvoir inégale. Cela rassure leur masculinité et leur préserve de toute connotation de transgression car cuisiner et assurer les tâches domestiques ainsi que toute consommation ou tout achat en rapport avec elles, demeurent malgré très stéréotypés et le plus souvent principalement assurés par les femmes (Boye, 2008 ; Duvander, Ferrarini & Johanson, 2015 ; Forsberg, 2009 ; Platin, 2015) même dans les pays occidentaux où l'état intervient fortement en axant sa politique en faveur de l'égalité entre les genres comme la Suède (Brandt & Kvande, 2013 ; Cronholm, 2009).

Synthèse du Chapitre II :

Tout au long de ce chapitre, nous avons étudié l'évolution de la masculinité au cours des dernières décennies notamment avec le passage à l'ère post-moderne qui a bouleversé les significations et l'idéologie de la masculinité aboutissant à la naissance de nouvelles et différentes formes de masculinités dont certaines d'entre elles sont en opposition avec les caractéristiques du modèle masculin traditionnel viril prédominant (Badinter, 1993 ; Firat, 1994). Cela a engendré des difficultés et crises identitaires vécues par les hommes contemporains (Coskuner, 2006 ; Holt & Thompson, 2004). Ces difficultés se sont reflétées dans le mode de vie et par conséquent le mode de consommation des hommes qui semblent s'impliquer de plus en plus dans des domaines de consommation auparavant traditionnellement réservés aux femmes (Ourahmoune, 2009). Des tensions sont donc vécues par ces hommes sur le marché (Kimmel & Tissier-Desbordes, 2000 ; Tuncay & Otnes, 2006). Plusieurs recherches en comportement du consommateur se sont intéressées à l'étude de ces tensions dans différents domaines de consommation comme la mode et la lingerie et dans différents contextes socio-culturels (e.g. Ourahmoune, 2009 ; Rinallo, 2007).

Cependant et malgré ces changements parfois radicaux dans l'idéologie masculine, dans les sociétés occidentales en particulier, la théorie de la masculinité hégémonique nous montre que le modèle masculin de référence demeure celui de la masculinité hégémonique c'est-à-dire le modèle de l'homme dominant ayant des caractéristiques opposées à celles des femmes (Connell, 2005). Ainsi, les hommes postmodernes, selon cette théorie, continuent à être socialisés dans une logique hétérosexuelle (Connell, 2005). En appliquant les fondements conceptuels de cette théorie sur des situations où l'homme se retrouve dans une sphère traditionnellement féminine et à assurer des activités perçues comme féminines telles que cuisiner ou assurer les achats familiaux, nous pouvons à priori considérer que ces hommes éprouvent une transgression sociale étant dans une situation opposée aux normes et stéréotypes sociaux prédéfinis correspondant à leur genre.

En effet, des recherches récentes en comportement du consommateur dont la plus grande majorité ont été appliquées dans les contextes américain ou scandinave, confirment cette hypothèse que ce soit en dévoilant les crises identitaires vécues par les hommes qui assurent les tâches de la sphère domestique (Coskuner-Balli & Thompson, 2013) ou en identifiant les différentes stratégies identitaires adoptées par eux afin de justifier leur implication dans des activités historiquement perçues comme féminines telles que la professionnalisation de ces tâches (Klasson & Ulver, 2015) ou l'évitement des tâches considérées comme fortement stéréotypées telles que faire le ménage ou assurer les courses alimentaires familiales (Szabo, 2012) afin de se préserver de toute sorte de transgression sociale éventuelle (Boye, 2008 ; Duvander, Ferrarini & Johanson, 2015 ; Forsberg, 2009 ; Platin, 2015).

Ainsi, la construction de la masculinité semble se réaliser d'une manière irrévocablement opposée à la féminité à laquelle la sphère intime et intérieure demeure traditionnellement attribuée, et les hommes semblent être très imprégnés dans la forme traditionnelle de la masculinité (Östberg, 2012). En effet, les hommes assurent ces tâches d'une manière très différente que celle des femmes. Ils ont une performance plus active et créative que celle des femmes ; une performance qu'ils éprouvent comme un travail de scientifiques, d'athlètes ou même d'artistes (Swenson, 2009) et qu'ils pratiquent comme un « jeu » ou un loisir (Szabo, 2012).

Enfin, si ce chapitre ne tient compte que de la dimension identitaire de notre sujet, c'est-à-dire la dimension masculine et celle du genre, la dimension du rôle du père isolé demeure essentielle dans notre raisonnement théorique afin d'assurer une compréhension conceptuelle complète des pratiques de consommation d'un homme qui assure simultanément le rôle du père et celui de la mère. Notre troisième chapitre de la revue de littérature sera donc consacré à la dimension du rôle parental, celui de la mère comme celui du père, dans une perspective de consommation, afin de mieux comprendre les enjeux d'une situation de cumul de rôles vécue par un homme.

Chapitre III

Consommation Familiale & Construction du Rôle Paternel

Après avoir consacré les deux premiers chapitres de notre revue de littérature à la dimension identitaire fondamentale dans notre raisonnement conceptuel et théorique, dans ce chapitre, nous nous intéressons à la dimension de rôle sur laquelle le positionnement de notre recherche se base principalement. En effet, au-delà de la dimension identitaire indispensable à notre cadre théorique, la particularité du cas du père isolé réside dans sa situation de cumul de rôles : celui de la mère absente, et celui du père (Chour & Fosse-Gomez, 2016). D'où l'importance d'étudier simultanément le rôle de la mère et celui du père, dans une perspective de construction identitaire en mettant en relief le rôle de la consommation dans l'accomplissement du rôle parental (Ladwein, 2003 ; Ladwein, Carton & Servine, 2009 ; Turner, 1990). De plus, le père isolé, contrairement au père-au-foyer, continue à exercer sa profession et est, de ce fait, amené à jongler entre sa vie professionnelle et la gestion des tâches ménagères ainsi que le soin des enfants (Chour & Fosse-Gomez, 2014) tout comme le jonglage d'une mère active (Thompson, 1996).

Alors que le partage des tâches ménagères entre les pères et les mères s'avère moins inégalitaire qu'auparavant, plusieurs recherches récentes montrent que malgré ce changement, les tâches domestiques demeurent fortement genrées (McGinnis, Frenkle & Gentry, 2013). Ainsi, les pères préfèrent leur rôle de breadwinner et qu'ils ne sont prêts à adopter un rôle nourricier qu'à court terme, le considérant comme faisant partie du rôle de leurs épouses (Gottzén & Kremer-Sadlik, 2012). En effet, les pères se trouvent plus à l'aise dans les activités extérieures et dans le partage des loisirs avec leurs enfants (Forsberg, 2009). D'autre part, les mères continuent à assurer et à se sentir responsables des fonctions nourricières, des tâches ménagères ainsi que de l'achat familial (Duvander, Ferrarini & Johansson, 2015 ; Platin, 2015).

En effet, traditionnellement, les tâches ménagères et le shopping font partie du rôle de la mère et jouent un rôle dans sa construction identitaire selon la théorie du shopping de Miller (1998). Il est largement admis dans la littérature, par la grande majorité des chercheurs, que le shopping dans une société occidentale moderne est une activité associée à un seul genre, celui féminin, et non pas associée aux deux genres (Falk & Campbell, 1997). De même, la sphère intérieure, intime et domestique a toujours été traditionnellement attribuée au rôle de la mère (Doucet, 2006 ; Kaufmann, 1992). L'achat familial qui a été historiquement considéré comme genré (Davis & Rigaux, 1974) continue à être fortement dépendant du genre du membre du couple (Moisio, Arnould & Gentry, 2013). Ainsi, les pères ont tendance à éviter les tâches attribuées au rôle de la mère (Barth & Antéblan, 2011). De plus, les pères qui

s'impliquent dans la gestion ménagère adoptent différentes stratégies identitaires afin de justifier leur implication (Rémy, 2011).

Une simple définition du rôle peut se présenter comme suit : « C'est l'ensemble des normes et d'attentes qui régissent les comportements d'un individu du fait de son statut social ou de sa fonction au sein d'un groupe » (Bergeron & Blouin, 1995). Le rôle régit donc le comportement des individus y compris leur comportement de consommation. Dans une approche identitaire, les rôles sont socialement construits mais sont intériorisés d'une manière individuelle fortement dépendante du genre de l'individu (Lindsey, 1996 ; Riley & Kiger, 1999). L'individu intériorise « une légitimité sociale » en adoptant des comportements dans l'interaction sociale et suivant le cadre prescriptif du statut (Ladwein, 2003). Les rôles sociaux contribuent ainsi à la construction de l'identité sociale. En marketing, plusieurs chercheurs ont montré à travers leurs études le lien entre le rôle des individus et leur comportement de consommation. Au sein de l'entité de la famille, les recherches montrent que le statut de chaque membre de la famille s'exprime dans sa position et sa stratégie de négociation à chaque achat familial. Ainsi, certains rôles renvoient à des comportements de consommation particuliers, tels que les achats alimentaires ou les vêtements des enfants permettant à la mère de famille d'assurer son « rôle domestique » (Otnes, Lowrey & Kim, 1993). De plus, ces pratiques et habitudes de consommation sont transmises dans la transmission du rôle de mère entre la mère et sa fille (Ladwein, Carton & Servine, 2009).

Comme nous pouvons déduire de la définition de Bergeron et Blouin (1995), le rôle d'une mère ou d'un père consiste à accomplir des fonctions comme s'occuper des enfants, entretenir la maison, veiller au confort de la famille et bien d'autres. Les achats et les courses sont considérés donc comme des fonctions attribuées à un certain rôle. De plus, assurer les achats familiaux, c'est aussi contribuer à la construction du corps familial, ce qui donne du corps à la famille et fait partie de son identité (Barth & Anteblian, 2010 ; Epp & Price, 2008). Cette attribution sociale donne donc une légitimité et du pouvoir de négociation au père comme à la mère dans certaines situations d'achat, mais aussi donne un devoir qui, s'il n'est pas assuré va mettre le rôle et le statut de l'individu en question. C'est la raison pour laquelle l'achat familial et les rôles des individus au sein de la famille, étaient deux notions assez liées l'une à l'autre dans les recherches en marketing.

Suite à ce partage fortement genré des tâches domestiques et de l'achat familial d'une part, et à ce fort lien entre le rôle du genre de l'individu et son comportement de consommation d'autre part, nous cherchons à présenter les enjeux des situations où le père se retrouve à assurer des tâches traditionnellement attribuées au rôle de la mère tel que présenté dans la littérature. Ce chapitre a comme objectif de mettre en relation la notion du rôle du genre abordée en détails dans notre premier chapitre de revue de littérature, la dimension identitaire à laquelle le second chapitre de notre

revue de littérature a été consacré, et la dimension d'achat familial que nous allons présenter dans ce présent chapitre.

Section 1 : La Construction du Rôle Parental par la Consommation

1. Le concept de Rôle :

Le rôle correspond aux attentes et aux normes sociales vis-à-vis d'un individu selon sa position sociale et la place qu'il occupe dans le système social, autrement dit son statut. Le statut est attribué à travers plusieurs attributs. Certains d'entre eux sont prescrits, tels que le genre de l'individu, son âge ou même sa classe sociale (Nadel, 1970). D'autres attributs sont acquis à travers les différents accomplissements de l'individu tout au long de sa vie tels que sa profession ou son diplôme. Cela dévoile la caractéristique hiérarchique du statut bien qu'implicite (Ladwein, 2003), et montre le fort lien entre le concept du rôle et celui du statut (Mead, 1934). Par ailleurs, Turner (1990) considère le rôle social comme l'expression du statut. De plus, le statut tout comme le rôle inclue un ensemble de responsabilités, de pouvoirs mais aussi des devoirs à accomplir. Le rôle de l'individu et son statut renvoient donc à une signification fonctionnelle, c'est-à-dire à un certain nombre de fonctions, que la société s'attend à ce qu'il assure. Ces fonctions font partie de la construction identitaire de l'individu, son identité sociale (Tajfel & Turner, 1986) et sont intimement liées au genre de l'individu. Il s'agit de la notion du rôle de genre que nous avons étudiée en détails au cours du premier chapitre de notre revue de littérature consacrée aux théories de genre.

Dans une approche plus récente du concept du rôle, certains chercheurs proposent de redéfinir ce concept d'une manière plus ouverte et moins rigide (e.g. Dubar, 2001 ; Kaufmann, 2004). L'idée principale de cette nouvelle approche consiste à prendre en compte la réflexivité des individus afin de comprendre leur comportement et l'accomplissement de ses fonctions au sein d'un contexte ou groupe social déterminé (Weinberg, 2002). C'est parce que l'individu dans son « action sociale » n'est pas seulement dans l'action mais aussi dans l'interprétation de ses actions (Kaufmann, 2004). Ainsi, en analysant l'interprétation que les individus effectuent de leurs propres actions, nous comprenons que le rôle est changeant, de structure très souple, défini d'une manière collective, et de ce fait, ne socialise l'individu que d'une manière momentanée.

D'autre part, Collins (2004) s'est intéressée à la dimension émotionnelle du rôle dans une approche microsociale du concept. Selon elle, le rôle repose sur un mode émotionnel et elle le définit comme un ensemble d'actions émotionnelles et pas toujours conscientes. Il peut être le motif de contrôler mais aussi d'exprimer certaines émotions produites dans l'interaction avec les autres. Le rôle peut même être parfois

l'expression de la reconnaissance des autres envers l'individu en lui attribuant un rôle valorisant et valorisé dans son entourage. Le rôle parental illustre bien la dimension émotionnelle et affective du rôle. De plus, il illustre également comment le rôle peut être à l'origine d'un mode de consommation particulier. Ainsi, l'achat familial, alimentaire ou de vêtements, ainsi que toute sorte d'achat attribué à la famille, font partie des fonctions attribuées au rôle de la mère (Otnes, Lowrey & Kim, 1993). De même, en cuisinant aux membres de sa famille, une mère exprime son amour et sa prise de soin d'eux, même quand elle est amenée à gérer sa vie professionnelle en même temps (Thompson, 1996).

En somme, et dans une perspective plus générale, les rôles attribués aux individus au sein d'un groupe social, contribuent à la constitution des codes et des normes sociaux et reflètent les valeurs et les caractéristiques de leur contexte social. Il s'agit de l'identité sociale. Ainsi, dans toute organisation sociale, l'articulation entre l'individu et la société se manifeste dans le rôle qui lui est attribué. De cette façon, le rôle maintient l'équilibre de l'ordre social et de la structure de la société. L'individu dispose toutefois d'une marge de manœuvre lui permettant de créer, recréer ou modifier son rôle selon les fonctions qu'il assume ainsi que le comportement qu'il adopte avec les membres de sa famille, ses collègues, ses amis et son entourage plus généralement. Cela lui assure sa légitimité sociale auprès de ces personnes et de la société.

Le partage des tâches entre les deux membres d'un couple demeure fortement basé sur le genre (McGinnis, Frenkle & Gentry, 2013 ; Moisis, Arnould & Gentry, 2013) et fait, par ailleurs, partie de la socialisation de l'individu au genre en définissant les fonctions du rôle de genre (*Gender Role*) (Webster, 1994), qui ont une forte influence sur l'identité du genre (*Gender Identity*) de l'individu (Ladwein, Carton & Servine, 2009). Ainsi, faire les courses et assurer l'achat familial alimentaire comme vestimentaire fait partie du rôle de la mère ainsi que de sa construction identitaire (Miller, 1998 ; Ruddick, 1989/1995). De même, le soin des enfants est une tâche qui est fortement liée au genre, dans son attribution historique au rôle de la mère, et le terme « maternage » qui la désigne en français comme en anglais (*mothering*) en est la preuve (Harrisson, Gentry & Communri, 2012 ; West & Zimmerman, 1987).

De plus, dans la littérature, nous constatons que les caractéristiques psychologiques des hommes et des femmes sont reflétées dans leur façon d'accomplir les tâches et donc les fonctions du rôle (Spence & Helmreich, 1978). Ainsi, le rôle de la mère serait un rôle expressif qui consiste à l'expression des sentiments et à se servir de l'accomplissement des tâches comme moyen d'exprimer son amour à ses enfants ou

son époux, alors que le rôle du père serait plutôt instrumental avec beaucoup moins d'investissement émotionnel.

1.1.Le Rôle de la Mère :

La mère occupe une place pionnière dans l'achat familial et son rôle s'avère indispensable pour assurer toutes les tâches qui y sont liées notamment en ce qui concerne les achats alimentaires et vestimentaires ainsi que les produits de ménages (Davis & Rigaux, 1974). La femme a donc une grande influence sur tous les membres de sa famille, dans le processus de décision de l'achat familial et au niveau de la prise de décision finale d'achat (DeVault, 1991). Etant donné que la mère constitue le « cœur » du corps familial ou le « chef d'orchestre des activités de la famille » pour des raisons biologiques et psychologiques, la société lui a historiquement attribué le rôle de maternage et de la prise de soin des autres membres de sa famille.

De ce fait, assurer les tâches ménagères, les courses et cuisiner, ont traditionnellement fait partie des tâches assurées par les mères et des fonctions attendues de son rôle, de la part des membres de sa famille mais aussi de la part de la société. Ainsi, ces tâches-là sont devenues une corvée non seulement pour les hommes, mais aussi pour certaines femmes surtout celles qui sont impliquées dans une activité professionnelle (Braun et al., 2008 ; Davis, Greenstein & Marks, 2007). Cela explique le grand nombre d'études en marketing et en comportement du consommateur qui ont étudié le rôle de la consommation, du shopping et des tâches domestiques dans la socialisation du rôle de la mère et dans sa construction identitaire (Benson, 1986 ; Miller, 1998 ; Thompson, 1996) ainsi que dans la transmission de son rôle à sa fille (e.g. Decoopman, Gentina & Fosse-Gomez, 2010), allant jusqu'à l'attribution de l'utilisation de certains produits ou marques à l'image de la « mère idéale » (Douglas, 1994).

Dans l'une des premières recherches en marketing sur la relation entre le rôle de la mère et les courses, Wendt et Kogan (1952) soulignent que dans certains contextes culturels, alors qu'il était « très mal vu » qu'une femme sorte de la maison seule sans être accompagnée de son époux ou son frère, le fait qu'elle se rende seule ou accompagnée de ses amies ou ses sœurs dans un magasin, pour effectuer les courses pour sa famille était tout à fait « normal ». Cela montre, une fois de plus, la grande influence des normes sociales sur les rôles du genre et le comportement des individus au sein de la société (Otnes & McGrath, 2001). Ainsi, la femme dispose historiquement d'une légitimité mais aussi d'une grande marge de liberté dans le magasin comme dans la sphère privée même à l'époque où elle ne possédait pas les mêmes droits que les hommes dans la sphère publique (Ewen, 1985).

L'une des études les plus pionnières et connues à laquelle la plupart des chercheurs traitant du rôle de la mère ont fait référence, est celle de DeVault (1991) « *Feeding the*

Family: the Social Organization of Caring as Gendered Work » (L'alimentation de la famille : l'organisation sociale de la prise de soin comme travail genré). Selon elle, les courses alimentaires et les tâches ménagères et toutes les autres tâches d'entretien du foyer comme le repassage, ainsi que l'éducation, le soin et le bien-être des enfants, les achats vestimentaires et de fournitures scolaires, en plus de la gestion des activités extra-scolaires sont toutes des tâches dont nul ne se rend compte du fait qu'il/elle le fait. La plupart des gens disent qu'ils ne font pas beaucoup de travail au foyer alors qu'ils en font. En général, les hommes considèrent que ce sont leurs épouses qui s'occupent de la plus grande partie des tâches ménagères parce qu'elles sont plus « organisées » et que cela vient « naturellement ». Naturellement, parce que pour une mère, accomplir toutes ses fonctions c'est non seulement assurer son rôle en tant que mère, mais aussi une façon de montrer son attention et son amour pour sa famille (Thompson, 1996). Par exemple, en faisant la cuisine, la mère assure les besoins alimentaires de sa famille mais en même temps cherche à créer une ambiance de vie de famille (DeVault, 1991).

D'autre part, DeVault (1991) considère dans ses analyses que le genre est une question d'accomplissements interactionnels qui continuent tout au long de la vie de l'individu. Les femmes ne savent donc pas comment s'occuper de leurs enfants naturellement ; elles l'apprennent et progressent avec l'expérience au fil du temps. Pour elle, même si la majorité des femmes parlent de « choix » en parlant de leur occupation des travaux ménagers, cela ne peut guère être séparé de la question de domination de l'homme même à l'époque où Kaufmann (1992) a remarqué la réduction des « inégalités sexuelles » face aux tâches ménagères avec la modernité et l'évolution de la relation homme-femme au sein des couples. L'organisation des courses alimentaires comme vestimentaires, ainsi que tout autre achat familial fait partie de l'organisation du quotidien des mères (Fischer & Gainer, 1991), ce qui installe une forme de routine et renforce par conséquent l'aspect identitaire et symbolique de ces courses dans la vie des mères comme le soulignent Otnes, Lowrey & Kim (1993).

Jean-Claude Kaufmann (1988, 1992, 1993, 1997) est lui aussi l'un des auteurs qui ont donné au rôle dans la vie conjugale une importance prioritaire en abordant plusieurs problématiques liées à ce sujet d'un point de vue sociologique. Dans son ouvrage « La Trame Conjugale : Analyse du couple par son linge », Kaufmann (1992) a montré comment l'égalité entre les sexes, qui est, selon lui, l'un des enjeux majeurs de notre époque, s'exprime dans l'organisation des travaux ménagères dans la vie conjugale. Kaufmann (1992) considère que les acteurs ne sont pas complètement libres, parce que la société impose des règles qui sont incarnés dans chacun d'entre nous et qui guident nos actes et comportements. Assurer les courses familiales est, en effet, l'une des fonctions les plus dictées par les normes sociales dans le cadre d'un rôle social comme le rôle marital, mais également et surtout dans le cadre d'un rôle de genre (Evans et al., 1996). Ces normes sociales expliquent le comportement de consommation des individus par rapport à leur rôle et peuvent même expliquer le

partage inégalitaire des tâches domestiques entre les mères et les pères (Kaufmann, 1992).

Ainsi, et d'après De Singly (1987a)²⁹ le prix de la vie conjugale est payé par la mère plus que le père, et ceci est dû en partie au fait que les enfants affaiblissent l'implication professionnelle de leur mère alors que le père fait de sa famille l'un des facteurs de sa réussite professionnelle (Michel, 1989). De même, la moindre participation de l'homme dans les tâches ménagères est considérée comme un accomplissement important que ce soit de la part de l'homme ou même de la part de la femme. Cela est particulièrement dû à l'attribution de la gestion domestique et de l'achat familial au rôle de la mère selon les normes sociales traditionnelles (Bergeron & Blouin, 1995).

A son tour, Thompson (1996) a étudié la consommation des mères actives qu'il a décrites comme « *Caring Consumers* » (consommateurs attentionnées). Il a mis l'accent sur la différence dans la construction de l'identité entre les hommes et les femmes. Selon la théorie de Chodorow (1978) sur l'identité du genre, la différence dans la structure de l'identité du genre entre l'homme et la femme commence très tôt dans la vie des individus. L'identité de l'homme est basée sur la différenciation, la séparation et l'autonomie. Alors que l'identité de la femme est basée plutôt sur l'identification, la connexité et la formation des relations (Chodorow, 1978 ; Gilligan et al., 1990). Cela explique le rôle que la mère prend au sein du foyer et par conséquent au niveau de la consommation de sa famille. En effet, les femmes créent des liens avec leurs enfants et leurs maris à travers la cuisine et les courses et d'autres activités de consommation afin d'assurer leur soin et d'exprimer leurs émotions vis-à-vis des membres de leurs familles (Dichter, 1960).

Ainsi, certaines femmes actives ressentent des sentiments de culpabilités quand elles ne trouvent pas suffisamment de temps pour cuisiner et s'occuper de leurs enfants. Ces femmes souhaitent satisfaire leurs ambitions professionnelles d'une part, mais aussi d'assurer leur rôle en tant que mère d'autre part. Assurer le jonglage entre la gestion du foyer et la vie professionnelle est vraisemblablement une tâche loin d'être simple pour les femmes actives interviewées dans le cadre de cette recherche. Ce niveau de résultats confirme les résultats de l'étude de Michel (1989) sur les effets négatifs de l'arrivée des enfants au détriment de l'implication professionnelle des mères actives.

Thompson (1996) considère que les sentiments de culpabilités ressentis par les mères interviewées témoignent des changements dramatiques au niveau des rôles du genre et proviennent essentiellement des normes et valeurs culturelles, des idéaux de genre, ainsi que des attentes sociales envers le rôle de la mère (Hirschman, 1990). Cela pousse donc les mères à « jongler » (Crosby, 1991) entre leur vie professionnelle d'une part et la gestion du foyer d'autre part afin d'atteindre l'idéale de la « super-

²⁹ Cité dans Kaufmann (1992), p. 109

maman », capable de tout faire ! Ces sentiments de frustrations et de débordement ont encouragé les marketeurs à présenter les produits et les services comme facilitant les exigences du style de vie de jonglage vécu par les mères actives (Douglas, 1994). Cela montre, une fois de plus, la grande influence que les produits et les services, ainsi que le marketing, exercent sur la formation des rôles du genre, de la conception de la de la maternité ainsi que la structure du mode de vie de la famille contemporaine (Fischer & Arnold, 1990).

Nous retrouvons dans la recherche de Barth et Antéblan (2010), l'importance de la consommation en générale, et des courses alimentaires en particulier, dans la construction de l'identité familiale, surtout celle de la mère. En effet, les auteurs expliquent à partir de leur recherche, comment les mères interviewées considèrent l'accomplissement des tâches ménagères, la cuisine et les achats alimentaires et vestimentaires familiaux y compris, comme faisant partie de leur rôle de mère, qu'elles soient des mères actives ou pas (Thompson, 1996). En effet, Barth et Antéblan (2010) montrent que s'il y a certaines tâches ménagères que les mères sont prêtes à déléguer telles que le ménage ou même la garde des enfants et leur soin, d'autres tâches sont déléguées beaucoup moins facilement et moins souvent notamment les courses alimentaires et vestimentaires de la famille.

Ainsi, assurer l'achat alimentaire et faire la cuisine permettent aux mères d'exprimer leur amour à leur époux et leurs enfants (Dichter, 1960 ; Lupton, 1996 ; Miller, 1998), de prendre soin d'eux (Thompson, 1996), et d'assurer leur bonne santé et leur bien-être (Belk, 2010). Des tâches dont la majorité des mères se sentent responsables afin d'assurer le rôle central dans la construction de l'entité familiale (Barth & Antéblan, 2010). Cela fait donc aussi partie des raisons pour lesquelles les courses familiales et les tâches domestique demeurent dévolues au rôle de la mère (Duvander, Ferrarini & Johansson, 2015 ; Platin, 2015).

1.2. Le Rôle du Père :

Si, en raison de son importance, le rôle de la mère dans la consommation familiale a depuis longtemps attiré l'attention des chercheurs dans le domaine du marketing, et si le rôle de l'enfant dans la décision d'achat de ses parents a commencé à être étudié au début des années 90 (Gotze et al., 2009), le rôle du père, quant à lui, demeure pas suffisamment exploré (Östberg, 2012) notamment concernant son implication dans la sphère intime et dans l'achat familial (Molander, 2011, 2016). En effet, en marketing, l'homme a été le plus souvent étudié soit sous un angle de genre, c'est-à-dire la consommation masculine, soit sous un angle de couple, et donc l'homme en tant qu'époux. Peu nombreuses sont les recherches en marketing qui ont étudié le rôle de l'homme en tant que père, dans une approche familiale.

Cependant, le rôle du père a commencé dernièrement à attirer l'attention des chercheurs surtout avec la montée de la mise en valeur sociale de la cause des pères (Harrisson, Gentry & Communri, 2012). Cela est également dû aux changements dans la structure familiale qui fait qu'il y a de plus en plus de pères qui participent dans les courses familiales quotidiennes (Rémy, 2011), notamment dans des formes de familles particulières telles que les familles uni-parentales et monoparentales (Chour & Fosse-Gomez, 2014), bien qu'elles soient des tâches traditionnellement non-associées au rôle du père en raison du partage traditionnel des rôles de genre (Schaninger & Buss, 1984, 1985).

En effet, Schaninger et Buss (1984) considèrent que l'implication des mères dans le monde de travail est à l'origine des changements des règles de partage des tâches au sein des familles initialement basées sur les stéréotypes des rôles de genre (Joag, Gentry & Ekström, 1991), ce qui explique l'implication de plus en plus importante des pères dans le travail domestique constatée dans des travaux qui remontent à cette période (e.g. Davis & Rigaux, 1974 ; Fischer & Gainer, 1991). Malgré cette évolution, l'implication des pères demeure relativement limitée par rapport à celle des mères. Ainsi, il a été largement admis dans la littérature que les courses alimentaires et vestimentaires de la famille sont historiquement inscrites dans les tâches maternelles même dans les sociétés occidentales les plus modernes (Kaufmann, 1997 ; 2007). Il est de même admis que le travail domestique est principalement dévoué au genre féminin seul et non pas aux deux genres (Falk & Campbell, 1997 ; Hernandez, 1990 ; Rotundo, 1985, 1993).

Nous retrouvons ces mêmes tendances dans des études plus récentes portant sur la consommation des pères et leur investissement dans le travail domestique et les courses familiales. Selon l'INSEE, en 2010, les femmes consacrent six minutes de plus aux courses que les hommes chaque jour, l'écart s'étant réduit de moitié depuis 1974. En revanche, les courses comptent davantage dans le temps domestique des hommes que dans celui des femmes (13 % contre 11 %). Cela s'explique par le fait qu'en 2010, les hommes consacrent seulement 2 heures et 36 minutes par jour aux activités domestiques contre 4 heures et 7 minutes pour les femmes. Cet écart s'est réduit depuis 1974, par une augmentation de 33 minutes par jour du temps domestique des hommes et par une diminution, plus nette, de 1 heure et 25 minutes pour les femmes. Depuis 1974, les hommes consacrent ainsi plus de temps aux courses (3 minutes de plus par jour), au ménage, à la cuisine, aux soins et à l'éducation des enfants, alors que se réduit la durée mobilisée par les femmes pour les courses (4 minutes de moins par jour), l'entretien du linge, la vaisselle et le ménage.

Dans son étude « Quand les hommes s'y collent », Eric Rémy (2011) a remarqué l'effet du changement dans l'idéologie féministe et la domination de l'homme, sur les responsabilités et les fonctions de chacun des rôles y compris les courses et les responsabilités ménagères. Pour illustrer son constat, Rémy (2011) s'est demandé si « dans le shopping, comme pour d'autres activités, la femme serait l'avenir de

l'homme ? ». Rémy (2011) confirme toutefois l'hypothèse de Campbell (1997) qu'en faisant les courses, le père remet sa masculinité en cause étant donné que c'est une activité fortement considérée comme féminine. Pour justifier son implication dans les courses, le père adopte des stratégies identitaires ou idéologiques. Les trois stratégies évoquées par Campbell (1997) sont les suivantes : 1. Eviter le risque identitaire et donc ne pas participer du tout aux achats alimentaires ou même vestimentaires. Dans ce cas les pères laissent ces fonctions aux mères. 2. Participer aux courses en trouvant des explications et des justifications à leurs comportements. 3. Participer en ayant un comportement qui ne s'oppose pas à leur masculinité.

Rémy (2011) a trouvé au travers de ses entretiens que la participation de l'homme dans les courses courantes a un caractère fonctionnel et très peu émotionnel ou symbolique, alors que, comme nous avons pu le voir précédemment, pour les femmes, remplir le caddie au supermarché ou même assurer les tâches ménagères est une activité à trois dimensions : fonctionnelle, émotionnelle et symbolique. Ainsi, cette étude confirme la conclusion de l'étude menée par Otnes & McGrath (2001) qui montre que les pères achètent pour accomplir des missions ou atteindre des résultats et des objectifs, alors que les mères ont plus tendance à acheter pour les autres (Miller, 1998).

Rémy (2011) distingue entre quatre manières de faire les courses de la part des pères. 1. Le castré : c'est l'homme qui est délégué par son épouse. Dans ce cas-là, le « devoir » de l'homme ne se limite pas à faire les courses mais aussi à respecter les indications de son épouse. En général, selon lui, ces expériences montrent une insatisfaction de la part des femmes et finissent dans la majorité des cas par un abandon de la part des hommes pour une raison ou une autre. 2. Le malin : c'est le cas où le père transforme les courses dans son intérêt, en se récompensant par lui-même comme par exemple en achetant quelque chose qui lui fait plaisir, ou en prenant les courses courantes comme prétexte pour pouvoir regarder ce qui lui intéresse, c'est-à-dire des produits plus « masculins ». 3. Le libéré : c'est souvent le cas des hommes célibataires qui ne font pas leurs courses suite à une organisation déterminée mais plutôt selon leur rythme de vie. Dans ces cas, l'homme est « libéré » des exigences de la femme par rapport aux courses. 4. Le gestionnaire : dans ce cas, le père participe activement dans les courses dans une vision de partage des fonctions de rôle avec la mère. L'homme fait les courses donc à sa façon sans « obéir » au mandat de son épouse.

D'autres études dans d'autres contextes culturels que celui de la France, montrent également un partage inégalitaire entre la mère et le père et un faible investissement des pères dans les achats familiaux et la cuisine. Ces recherches montrent que le rôle principal du père reste essentiellement incarné dans le rôle du breadwinner et qu'il considère sa vie professionnelle comme prioritaire au détriment de tout autre investissement domestique (Gottzen & Kremer-Sadlik, 2012). De plus, l'investissement des pères au sein du foyer est bien plus important dans les activités

sportives et de loisirs ainsi que les activités extérieures ; des consommations productives qui contribuent à la construction de l'identité du père et de son rôle (Dahl & Moreau, 2007 ; Moisio, Arnould & Gentry, 2013 ; Press & Arnould, 2011 ; Troye & Supphellen, 2012). Ce type d'activités permet de « sculpter » une identité autonome dans une sphère historiquement considérée comme féminine (Moisio, Arnould & Gentry, 2013).

2. La Construction du Rôle et la Consommation :

En définissant le rôle dans l'introduction du chapitre (cf. Section I), nous avons pu voir qu'il s'agit avant tout d'une représentation sociale (Nadel, 1970) et que chaque rôle correspond à des attentes de la société vis-à-vis d'une personne qui occupe un certain statut social (Mead, 1934). Le rôle est donc un modèle de conduite qui définit un comportement afin d'exprimer le statut de l'individu (Turner, 1990), contribuant ainsi à la construction du système social ou même de la structure sociale (Ladwein, 2003). C'est dans cette approche comportementale, que le concept de rôle a été majoritairement étudié en marketing et comportement du consommateur.

En effet, le comportement de consommation fait partie des conduites comportementales associées aux rôles (Otnes, 2005 ; Otnes, Lowrey & Kim, 1993 ; Otnes & McGrath, 2001). De plus, en étudiant le concept de rôle de genre nous avons pu voir que le comportement attendu des individus est fortement influencé par leur genre (Webster, 1994). La famille est en effet un exemple des types de systèmes sociaux au sein desquels des rôles sont attribués à leurs membres : le rôle du père, le rôle de la mère et celui de l'enfant. Ces concepts ont été mobilisés en marketing afin de mieux comprendre le comportement d'achat des individus ainsi que leurs rôles dans la décision d'achat familial par rapport à la place qu'ils occupent dans leur famille (Davis, 1976 ; Davis, Greenstein & Marks, 2007 ; Davis & Rigaux, 1974).

Dans une autre approche, certaines recherches ont été consacrées à étudier comment les consommateurs se servent des produits et services qu'ils consomment, achètent ou échangent, pour construire un rôle (Miller, 1998), l'exprimer (Thompson, 1996), l'actualiser ou même endosser un nouveau rôle (Otnes, Lowrey & Kim, 1993). En effet, les recherches en marketing montrent que certains produits de consommation permettent d'améliorer la connaissance des individus de leurs propres rôles en favorisant les interactions avec leur entourage. Cela fait référence à la mobilisation du concept de soi en rapport avec la notion du rôle. La conception du soi se réalise à trois niveaux selon Sirgy (1982). 1. Le soi actuel qui correspond à ce que la personne se considère et ce qu'elle pense d'elle-même. 2. Le soi social, qui correspond à l'image que la personne veille à donner aux autres. 3. Le soi idéal, c'est la personne que l'individu aimerait idéalement être.

Ces trois composantes du soi, une fois éloignées les unes des autres, elles peuvent causer des difficultés identitaires chez l'individu. Et au contraire, plus ces trois composantes sont en harmonie les unes avec les autres, plus la personne profitera d'un équilibre psychologique et identitaire dans son estime de soi. Cela peut expliquer, par exemple, les difficultés identitaires vécues par les pères-au-foyer (Coskuner-Balli & Thompson, 2013) qui assurent le rôle traditionnel de la mère alors que leurs épouses assurent le rôle du breadwinner traditionnellement dévoué au rôle du père. De même, le gap entre le soi idéal et le soi actuel peut expliquer les sentiments de culpabilité ressentis par les mères actives qui souhaitent être la mère idéale mais vivent en même temps des contraintes temporelles en raison de leur vie professionnelle donnant ainsi lieu à des conflits identitaires (Thompson, 1996). C'est également l'analyse d'Atik et Şahin (2011) dans le cadre de leur recherche portant sur les difficultés identitaires expérimentées par les femmes africaines actives suite au décalage entre leur vie de mère et leur vie professionnelle. La particularité de cette recherche réside dans son contexte non-occidental, où la répartition des rôles de genre demeure encore fortement stéréotypée, en plus de l'appartenance des femmes étudiées à la classe socio-professionnelle inférieure.

Afin de résoudre ce type de conflits identitaires liés au rôle et au statut de l'individu, ce dernier peut avoir recours aux produits de consommation lui permettant d'actualiser son rôle ou même d'en endosser un autre (Otnes, Lowrey & Kim, 1993). En effet, en étudiant des occasions et événements particuliers comme les anniversaires, Noël ou toute autre fête religieuse ou familiale, les individus endossent à travers les produits échangés et consommés des rôles spécifiques à ces occasions le plus souvent prédéfinis par les rituels correspondant à chaque événement (Otnes, Lowrey & Kim, 1993).

Ainsi, grâce au symbole que portent les produits de consommation, le consommateur peut assumer un rôle social qu'il intégrera dans son identité et fera partie de son soi identitaire. Le symbole du produit ou d'une marque constitue un élément de construction du soi et permet de définir mais aussi d'accomplir le comportement des rôles sociaux. Les produits de consommation peuvent donc dans cette perspective répondre à un besoin d'accomplissement ou d'expression d'un rôle en correspondant au comportement du rôle social en question. Certains produits ou même certaines marques s'intègrent dans la performance du rôle sociale et fait partie de sa construction du rôle notamment à travers son orientation vers les autres, ainsi qu'à travers les interactions qu'ils permettent de nouer avec l'entourage, surtout lorsqu'il s'agit d'un nouveau rôle endossé. Ainsi, les mères optent pour des produits de qualité et des marques symboles de qualité particulièrement lorsqu'il s'agit des produits alimentaires afin d'exprimer leur bienveillance à la bonne santé de leurs enfants (Otnes, Lowrey & Kim, 1993).

Cela montre donc l'importance de l'aspect symbolique de la consommation comme une motivation d'achat ainsi que le rôle des produits consommés dans la

communication d'un certain statut ou dans l'expression et l'endossement d'un certain rôle social.

Section 2 : La Consommation familiale une tâche genrée

1. L'Achat Familial : Une Décision Partagée

Malgré l'importance de l'aspect identitaire de la consommation dans la vie des individus et son influence sur leurs choix de produits et de marques, la littérature en marketing accorde une grande importance à l'aspect conjugal de la consommation, et à l'influence des interactions du consommateur avec son entourage, notamment les membres de sa famille, sur son choix de consommation (Belch, Belch & Cerisino, 1985). L'achat familial a toujours été considéré comme une décision partagée principalement entre les deux membres du couple : la mère et le père (Davis & Rigaux, 1974). Cette décision partagée n'est qu'un « jeu de genre » qui reflète une relation de « dominant » et « dominé » dans la décision d'achat familial finale sous une forte influence des stéréotypes des rôles de genre (Qualls, 1988).

La discipline du comportement du consommateur s'est largement constituée autour de la question du processus d'achat, de ses étapes et de ses différents intervenants. Ainsi, le modèle initial d'Engel, Blackwell et Kollat (1968) est-il avant tout un processus de décision, destiné à résoudre un problème plutôt fonctionnel. Les modèles utilisés dans l'achat industriel identifient eux aussi des étapes successives et des acteurs différents pour chaque étape (Pras, 1977). L'achat familial n'échappe pas à la règle ; on y identifie plusieurs étapes et essentiellement deux acteurs : l'homme et la femme.

La décision d'achat familial présente donc une dynamique qui fait intervenir le rôle de chacun des membres de la famille et des stratégies adoptées par chacun d'entre eux afin de négocier leurs points de vue, leurs goûts et leurs choix (Ruth & Commuri, 1998). Cette dynamique décisionnelle a été définie par Divard (1997) comme suit : « La dynamique décisionnelle au sein de la famille recouvre l'ensemble des procédures et des interactions qui permettent de passer de prédispositions individuelles à l'égard de choix en matière de consommation et d'épargne à la prise de décisions présentant un caractère collectif ».

L'aspect « collectif » présent dans la définition de Divard (1997) met l'accent sur deux types d'études en marketing concernant l'achat familial. Le premier a étudié la dynamique décisionnelle dans l'achat familial au sein du couple. La décision d'achat fait donc intervenir le rôle de l'homme en tant que mari et la femme en tant qu'épouse. Le deuxième type de recherches, a étudié l'achat familial au sein de la famille, là où le rôle de l'homme est étudié en tant que père et celui de la femme en tant que mère, avec bien évidemment l'étude du rôle des enfants.

Dans l'un des articles de référence en terme d'achat familial, Davis et Rigaux (1974) identifient trois étapes dans le processus d'achat familial : 1. La reconnaissance du

problème ; 2. La recherche d'information interne et externe ; 3. Et la décision finale. Ainsi Davis et Rigaux (1974) divisent la décision d'achat en deux types : les décisions autonomes où la domination de l'un des deux membres du couple est présente, et les décisions partagées où aucun des deux membres du couple ne domine. Cette étude révèle une certaine influence spécialisée par catégories de produits selon le genre du membre du couple.

En effet, il s'avère que les femmes exercent une domination pour une majorité de catégories de produits et services notamment pour les produits ménagers ainsi que les achats vestimentaires. En revanche l'influence des hommes semble être plus importante dans les décisions concernant l'achat des produits de bricolage, les boissons spiritueuses et le choix des assurances. Ces travaux mettent en évidence une spécialisation des tâches, inspirée des travaux de Bales et Parsons (1955) : l'homme assume ainsi les tâches en lien avec le monde extérieur (fonction instrumentale) alors que l'épouse prend en charge la dimension expressive (dimension plus affective ou esthétique de l'achat). Se développent ainsi dans la littérature marketing des travaux autour du rôle de genre (sex role), de ce qui relève de la sphère féminine et de la sphère masculine.

Dans la même approche que Qualls (1988), Blood et Wolfe (1960) ont montré que la relation de domination entre les deux membres du couple est reflétée par la position de force que l'un possède par rapport à l'autre. Dans la théorie des ressources développée par Blood et Wolfe (1960), ils soulignent que « plus la contribution financière du conjoint dans les dépenses du couple est élevée, plus son pouvoir de décision d'achat sera fort ». Blood et Wolfe (1960) étaient, en effet, l'un des premiers chercheurs en marketing qui ont étudié la décision d'achat au sein du couple. L'idée principale de la théorie des ressources développée par eux dans le cadre de leur recherche sur la décision d'achat familial, c'est que des ressources comparatives entre l'époux et son épouse déterminent la « balance de pouvoir » entre eux.

Ces ressources sont variées. Elles pourraient être le niveau d'éducation, le niveau des revenus financiers, et la participation financière dans les achats du couple, les compétences, l'apparence et l'attraction physique, ainsi que le rôle de chacun des deux conjoints dans la maison et la prise de décision au sein du foyer. Selon Blood et Wolfe (1960), plus la contribution financière et la participation de l'époux/se dans les dépenses de la famille est importante, plus le pouvoir dans la prise de décision d'achat est fort. Par exemple, ils ont constaté d'après leur étude que les femmes perdent de leur influence dans la décision d'achat familial pendant la phase qu'elles consacrent à l'éducation des enfants dans le cycle de vie de la famille.

L'un des chercheurs en marketing qui se sont le plus intéressés à la décision d'achat au sein du couple est Davis (1970 ; 1971 ; 1976 ; & Rigaux, 1974) en étudiant la dimension du rôle de chacun des deux membres du couple dans la décision d'achat. Dans son étude de 1970, Davis (1970) a étudié l'influence de chacun des membres du couple dans la décision d'achat en distinguant entre deux catégories de produits : les

meubles et l'automobile. L'étude montre que la domination du mari ou de l'épouse concernant la décision d'achat d'un produit varie selon l'aspect et l'importance du choix de l'achat. Par exemple, la domination du mari dans la décision d'achat d'une automobile diminue de 65% pour le choix de l'automobile à 25% pour le choix de sa couleur. Cette domination varie également entre le choix de « où acheter l'automobile » à « quand l'acheter ».

L'étude montre de même que sur certains points, le couple est prêt à faire des concessions pour avoir un choix qui arrange les deux membres. En revanche, Davis (1970) a remarqué que le couple a plus tendance à avoir des désaccords sur les aspects esthétiques comme la couleur ou le style des meubles et des automobiles. L'étude de Davis (1970) montre donc que l'influence du rôle de l'époux et de l'épouse est multidimensionnelle même quand il s'agit d'un achat à forte domination à l'un des deux membres et malgré l'unidimensionnalité ou parfois la bidimensionnalité de l'autorité suite aux fonctions socialement attribuées aux rôles précédemment évoqués. En d'autres termes, le rôle du père et de la mère varie non seulement d'une catégorie de produit à une autre mais aussi dans la même catégorie selon les caractéristiques qu'ils cherchent à choisir.

Alors que l'étude de Davis (1971) qui a suivi, n'a pas apporté des apports théoriques exceptionnels, étant donné que les apports étaient plutôt d'ordre méthodologique en expliquant les limites des méthodes que les chercheurs appliquaient pour trouver des différences concrètes entre l'influence du père et de la mère dans la décision d'achat, celle de Davis et Rigaux (1974) avait des apports théoriques fondamentaux. En effet, Davis et Rigaux (1974) ont divisé les produits en plusieurs catégories pour étudier l'influence de chacun des deux membres du couple dans la décision d'achat et pour comparer la différence entre les différentes catégories de produits d'où la richesse des apports de cette étude par rapport aux précédentes, même si Davis (1970) avait déjà montré, comme nous avons pu le voir précédemment, que cette influence change même dans la même catégorie selon la caractéristique à choisir.

Davis et Rigaux (1974) ont divisé les décisions d'achat en deux types : les décisions autonomes (*autonomic*) où la domination de l'un des deux membres est présente, et les décisions partagées (*syncratic*) où aucun des deux membres du couple ne domine.

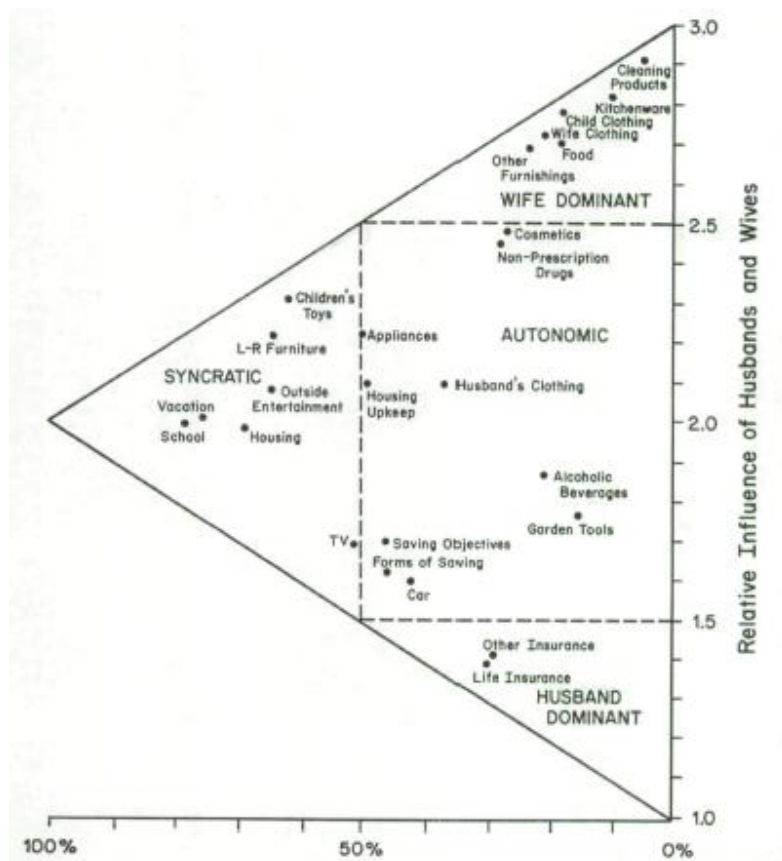


Figure 3. Le rôle des membres du couple par catégories de produits (Davis & Rigaux, 1974)

Nous constatons que les femmes exercent une domination pour la majorité de catégories de produits et services surtout en ce qui concerne les produits ménagers et leurs propres achats vestimentaires ainsi que ceux de leurs enfants. Alors que les hommes ont un rôle moins important à l'exception des assurances, les produits de bricolage et les boissons spiritueuses. Les catégories qui ne présentent aucune domination sont plutôt des services comme les vacances, l'éducation et les activités, en plus des jouets des enfants. L'étude montre également que l'influence de chacun des membres tend vers plus de consensus et moins de domination avec le passage de l'une à l'autre des trois étapes de la décision d'achat qui sont : 1. La reconnaissance du problème ; 2. Recherche d'information interne et externe ; 3. Décision finale. La domination reste présente mais s'atténue en prenant compte de l'avis du conjoint surtout lors du passage à la décision finale.

De son côté, Spiro (1983) s'est concentrée dans sa recherche sur la persuasion dans la décision d'achat de la famille. Selon elle, chaque membre du couple peut utiliser plusieurs techniques, selon son caractère, le caractère de la personne qu'il ou elle vise à convaincre, la nature de l'achat, son importance pour l'individu, en plus d'autres facteurs situationnels. Spiro (1983) a également présenté dans son étude les différents types de stratégies adoptées par chacun des deux membres du couple pour

convaincre son conjoint. Elle s'est inspirée donc de nombreuses études précédentes comme celle de French et Raven (1959), Goffman (1959), et Miles et Perrault (1978).

Les principales stratégies d'influence sont les suivantes : 1. *Expert Influence* (l'influence experte), quand la personne possède une grande connaissance sur le produit. Cette personne partage avec son conjoint des informations sur les produits dans le but de le persuader ; 2. *Legitimate Influence* (l'influence légitime), qui est fortement liée au rôle et aux attentes de ce rôle. Il s'agit donc des situations où la personne considère que choisir un certain produit est une fonction de son rôle. C'est par exemple, la mère qui considère que choisir les produits alimentaires fait partie de son rôle en tant que mère. Par conséquent, elle considère qu'elle possède une « domination légitime » que son statut lui offre ; 3. *Bargaining* (La négociation) qui s'exprime par une logique de contrepartie : « j'accepte que tu prennes cette décision, à condition qu'en retour j'aurais l'autonomie dans une autre décision ». Le couple négocie son autonomie ; 4. *Reward/Referent* (Récompense/Référence) : on parle de stratégie de récompense quand une personne cherche à récompenser son conjoint en prenant une décision concernant l'achat d'un produit. En revanche, la stratégie de référence fait intervenir la notion d'identité. C'est quand la personne cherche à travers sa décision à faire référence à une image idéale comme « le père idéal » ou « la mère idéale » ; 5. *Emotional Influence* (L'influence émotionnelle). Il s'agit des situations où les conjoints ont recours aux émotions comme l'énerverment, les pleurs, ou même le silence pour influencer la décision de son autre conjoint ; 6. La dernière stratégie est celle de *Impression Management* (gestion de l'impression). C'est quand l'époux/se justifie son choix par des prétextes externes, comme prétendre que la marque du produit choisi par son conjoint est en rupture de stock (Spiro, 1983).

Finalement, Spiro (1983) a conclu que les personnes qui ont un comportement et un style de vie traditionnel, ont plus tendance à utiliser les stratégies d'influence persuasive mixtes - experte et légitime - à l'exception des couples jeunes mariés ayant des enfants très jeunes c'est-à-dire qui ne sont pas encore scolarisés. L'étude montre aussi que de nombreuses variables démographiques et comportementales jouent un rôle dans les stratégies d'influence que l'individu adopte en choisissant un produit avec son conjoint pour le convaincre. Ces variables sont le niveau de l'éducation, la modernité ou la traditionalité de l'individu, son genre, l'âge de l'enfant le plus jeune, et si la femme travaille ou pas, et sa part de contribution financière dans les dépenses familiales. Spiro (1983) a également conclu que la perception de l'influence de chacun entre les époux et les épouses n'est pas la même, et qu'il n'existe pas une stratégie mixte meilleure ou plus efficace qu'une autre, surtout que comme nous avons pu voir précédemment, l'efficacité de la stratégie d'influence dépend de nombreuses variables et bien évidemment du produit/service concerné par la décision.

Contrairement aux études précédentes plutôt focalisées sur le processus de la décision d'achat au sein du couple et donc les stratégies d'influence adoptées par

chacun des conjoints (Davis 1970 ; 1971 ; 1976 ; et Rigaux 1974 ; Spiro 1983), dans son papier « La dynamique décisionnelle dans le couple », Divard (1997) a cherché à explorer comment les décisions d'achats sont prises au sein du couple. En effet, Divard (1997) a cherché à comprendre les mécanismes qui font qu'une personne passe d'un choix individuel basé sur des considérations personnelles à un choix conjugal en prenant en compte l'avis et les circonstances de son conjoint surtout que les changements dans la perception des rôles des mères et des pères avec la modernité, ont généré une augmentation dans les décisions jointes au détriment des décisions individuelles (Ruth & Commuri, 1998).

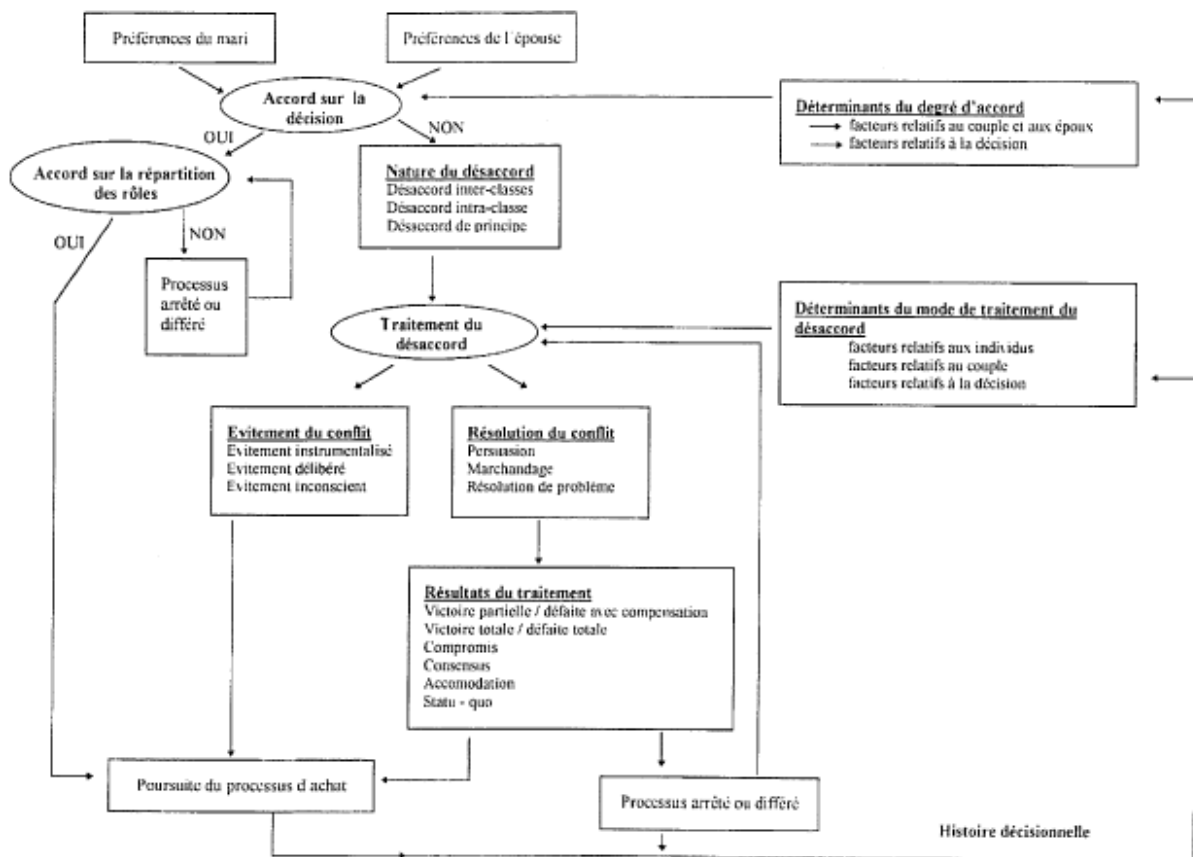


Figure 4. Un cadre d'analyse de la dynamique décisionnelle dans le couple (Divard, 1997)

Selon Divard (1997), les couples modernes présentent plus de désaccord concernant les décisions d'achats que les couples traditionnels. Cela est dû au fait qu'il y a plus d'égalité entre les conjoints au sein des couples modernistes. Ces couples ont tendance à avoir plus d'inversement dans les rôles des sexes, et par conséquent, avoir une grande domination de l'influence de la femme que ce soit en prenant les décisions familiales ou en résolvant les désaccords concernant les achats.

2. Les Pères et la Sphère Domestique :

En comportement du consommateur, la majorité des recherches sur la masculinité et le rôle paternel, notamment celles qui s'inscrivent dans le courant de la CCT (*Consumer Culture Theory*), ont examiné la construction du rôle paternel à l'extérieur de la sphère domestique (e.g. Belk & Costa, 1998 ; Holt & Thompson, 2004 ; Schouten & McAlexander, 1995 ; Sherry et al., 2004). Cependant, des chercheurs se sont intéressés dans des études relativement récentes, sur la construction de la masculinité et du rôle paternel au sein de la sphère intérieure, ce qui remet en question la généralisation du modèle de « *man-of-action hero* » identifié par Holt et Thompson (2004) qui considèrent que les hommes se servent de la consommation pour se « façonner » comme « étant des héros « man-of-action » que ce soit au travail, à la maison ou en vacances, comme pères, ou amis ou époux » (Holt & Thompson, 2004, 436-37). Les recherches traitant de la construction du rôle paternel au sein du foyer montrent, toutefois, que « la masculinité au foyer émerge comme une réponse à des conflits identitaires » (Moisio, Arnould & Gentry, 2013).

Bien qu'elles apportent un nouvel angle d'analyse de la « paternité domestique », ces recherches font écho dans leurs résultats aux études précédentes qui placent la masculinité et le rôle paternel dans une position d'opposition au foyer et à tout ce qui en découle comme tâches domestiques et ménagères et achats familiaux. Cela se reflète clairement dans la focalisation de ces recherches sur le lien entre la construction du rôle paternel au sein de la maison et la consommation productive ou le DIY (« *Do-it-yourself* »). En effet, le père est considéré comme « créant sa propre sphère masculine à l'intérieure de la sphère domestique » (Gelber, 1997, 1999 ; Kimmel, 1987) et cela en s'occupant principalement de tâches bien définies comme le barbecue, le jardinage, le grenier et surtout la grange. Ainsi, les pères « forgent les îles d'une masculinité non tâchée et assure une virilité purifiée » (Kimmel, 1987, 262). La connotation du « travailleur » accompagne donc le consommateur masculin au foyer qui aurait un comportement professionnel au foyer (Peters, Bodkin & Fitzgerald, 2012). La consommation des pères au sein de la sphère domestique est ainsi désignée par « consommation productive » (Xie, Bagozzi & Troye, 2008), « prosumption » (Ritzer & Jurgenson, 2010) pour décrire le caractère productif de leur consommation, « consommation artisanale » (Campbell, 2005) ou même une « co-construction » (Bendapudi & Leone, 2003).

Même les recherches qui ont distingué entre les classes sociales dans leur étude du comportement des pères dans la sphère domestique, adoptent majoritairement l'approche instrumentale de la participation des pères dans les tâches ménagères. Par exemple, Moisio, Arnould et Gentry (2013) concluent leur article par le constat que les pères disposant d'un capital culturel élevé, éprouvent le travail domestique comme un loisir qui contribue à la définition de leur identité. Selon eux, les pères ayant un capital culturel inférieur, éprouvent les tâches domestiques plutôt comme

un travail, confirmant ainsi les résultats de plusieurs recherches antérieures qui ont conclu que les pères appartenant aux classes sociales inférieures considèrent le foyer comme un « lieu de travail » (Berk, 1980 ; Hochschild, 1997).

De même, Miller (2011) considère que les pères ont échoué à adopter « une forme émotionnellement attentive » de parentalité quand il s'agit de leur investissement dans les tâches domestiques et le soin de leurs enfants, même dans les contextes culturels les plus avancés à ce stade-là tels que les pays scandinaves, où les éléments politiques, culturels, historiques et juridiques incitent l'implication active des pères dans le travail domestique (Clegg, 2015 ; Miller, 2013 ; Peachey, 2015), et ce malgré les changements dans la « culture de paternité » (Williams, 2008). Cela se reflète dans la manière dont les pères sont représentés dans les publicités, notamment quand il s'agit de produit de ménage ou de soin des enfants.

En effet, Wall et Arnold (2007) qui se sont intéressés à l'évolution de la représentation du rôle des pères et des mères dans les médias, suggèrent que d'importantes différences dans la façon dont les parents masculins et féminins sont dépeints persistent : tout d'abord dans la mesure dans laquelle ils sont représentés. Ils constatent que les mères figurent bien plus souvent et plus en évidence que les pères quand il s'agit d'un produit ou service en lien avec la sphère domestique. Et deuxièmement en ce qui concerne la manière dont ils sont décrits, car les pères sont généralement supposés être plus à l'écart, et moins concernés quand il s'agit des tâches d'éducation des enfants. Cependant, d'autres chercheurs ont souligné la légère évolution des représentations de la paternité dans les médias, vers « une image légèrement moins liée au rôle de breadwinner, permettant une plus grande diversité dans la façon dont la société perçoit les pères et le rôle paternel (Marshall et al., 2014).

Les pères continuent donc à considérer qu'ils appartiennent à la sphère externe notamment le travail, et que leur rôle parental règne essentiellement dans leur profession (Burnett et al., 2013). De même, cette étude montre que les pères se sentent estimés comme breadwinners et travailleurs, et qu'ils rattachent la sphère domestique et le soin des enfants particulièrement au rôle de la mère. Les résultats de l'étude de Gatrell et al. (2014) rejoignent les mêmes que ceux de Burnett et al. (2013). Gatrell et al. (2014) montrent, en effet, que les pères s'« identifient comme appartenant à un groupe «instrumental» de prestataires économiques, tandis que les mères employées étaient placées dans un groupe «expressif» axé sur l'enfant et son soin ». Ainsi, Banister et Kerrane (2016) concluent que si le marché de travail semble plus féminisé (Miller, 2013), le « repositionnement » des hommes comme des pères investis dans la sphère domestique est loin d'être complètement atteint.

Dans la plus grande majorité des pays occidentaux et notamment en Europe, les attentes sur l'implication des pères au sein du foyer sont de plus en plus optimistes. Alors que cela est reconnu comme une évolution par rapport à la vision traditionaliste qui dévoue la gestion domestique aux responsabilités de la mère (Miller, 2013), il est admis dans la plupart des familles que le partage demeure

inégalitaire entre les pères et les mères quand il s'agit du soin des enfants et de la consommation familiale (Banister & Kerrane, 2016 ; Craig & Mullan, 2011 ; Delphy, 2015).

Alors que le débat antérieur se focalisait sur la capacité des pères à jongler entre leur vie professionnelle et de jouer leur rôle parental, Banister et Kerrane (2016) suggèrent que le débat soit plus centré sur dans quelle mesure le temps passé loin du travail se transforme-t-il véritablement en temps investi dans le soin des enfants et les tâches domestiques. En effet, Drago (2011) a utilisé les données d'un cahier journalier pour indiquer la mesure dans laquelle le congé parental et les horaires de travail réduits des hommes sont réellement transformés en temps de garde et de soin de leurs enfants. Ils concluent que les femmes ont un taux de conversion nettement plus élevé, ce qui signifie que les femmes qui ont une réduction du temps de travail consacrent beaucoup plus de leur temps à la garde des enfants et à assurer des responsabilités liées à la consommation familiale et la gestion du foyer.

En outre, dans une recherche similaire, mais appliquée dans le contexte norvégien, Brandth et Kvande (2015) font appel à un congé parental plus flexible en Norvège et suggèrent que le travail peut envahir le soin des enfants particulièrement chez les pères, conduisant ainsi à ce qu'ils appellent des pères «à mi-temps». Leur recherche confirme donc la place secondaire des pères quand il s'agit des tâches domestiques et de la consommation familiale (Bettany, Kerrane & Hogg, 2014 ; Dermott, 2008 ; Gentry & Harrison, 2010 ; Huerre, 2011 ; Marshall et al., 2014 ; Rémy, 2007, 2011).

3. Familles monoparentales, Pères Isolés et Consommation Familiale :

L'émergence des familles monoparentales dirigées par des hommes, ainsi que des familles dont les pères restent au foyer, explique l'intérêt croissant des chercheurs par ces types de familles (Banister & Kerrane, 2016 ; Huerre, 2011) non seulement en psychologie d'enfants et des parents, mais aussi en sociologie et en comportement du consommateur (Gentry & Harrison, 2010). Néanmoins, cela ne veut aucunement dire que les recherches en comportement du consommateur et en marketing sur ce type de familles se limitent aux recherches récentes. Bien au contraire, dès le début des années 80, des chercheurs dans notre discipline se sont intéressés par étudier le rapport entre la structure de la famille et le processus d'achat familial en tenant en compte les familles monoparentales (e.g : Kourilsky & Murray, 1981), d'autres se sont focalisés sur le cas des familles dirigés par des pères célibataires en particulier (Risman, 1986).

Ces recherches insistent particulièrement sur l'influence des enfants, au sein de la famille monoparentale, sur la prise de décision familiale et sur la consommation familiale d'une manière plus générale. Ainsi, Kourilsky et Murray (1981) ont conclu que les enfants vivant dans une famille monoparentale « sont considérés comme des adultes ». Bates et Gentry (1994) ont, à leur tour, confirmé ce résultat quand ils ont étudié comment les familles survivent en période de divorce. Selon eux, les opinions de ces enfants comptent beaucoup plus que les opinions des enfants dans les familles traditionnelles. Ils ont également remarqué que ces enfants sont plus informés sur les budgets et les ressources limitées de leurs parents que les enfants vivant avec leurs deux parents.

Taylor, Glynn et Taylor (1985) ont étudié, de leur côté, l'influence des enfants sur les décisions d'achat dans trois structures familiales différentes, dont les familles monoparentales, en fonction de leur âge, leur niveau d'études ou même leur situation financière. Cette recherche montre que l'influence des enfants au sein des familles monoparentales est plus importante, plus les parents sont jeunes, plus leur niveau d'éducation est élevé et/ou plus leurs ressources financières sont élevées.

Darely et Lim (1986) montrent que les parents isolés perçoivent une influence plus importante dans le choix des activités et des loisirs. En règle générale, ils ont constaté que les enfants des parents célibataires ont tendance à plutôt faire les achats alimentaires quotidiens seuls, c'est-à-dire non-accompagnés de leurs parents, et qu'ils ont plus d'influence sur le choix de la marque que les autres enfants. Dans une comparaison entre la façon dont les pères isolés et les mères isolées font du shopping, Sinkula (1986) considère que les mères célibataires sont nettement plus organisées en termes de shopping que les pères isolés, et qu'elles sont beaucoup plus susceptibles d'utiliser des coupons de réduction dans leurs achats que les pères isolés.

Sinkula (1986) a également constaté que les pères isolés ont tendance à acheter plus de nourriture surgelée que les mères célibataires qui, selon son étude, ont tendance à planifier davantage leurs achats de nourriture tandis que les pères célibataires le font d'une manière plus « spontanée ». Ahuja et Stinson (1993) ont démontré que l'influence des enfants au sein des familles monoparentales dirigées par une femme dépend des caractéristiques démographiques de la famille, de l'orientation du rôle de la mère, du type des produits achetés ainsi que de l'étape de la prise de décision d'achat.

L'une des recherches les plus relativement récentes, en comportement du consommateur, concernant le contexte des familles monoparentales est l'étude de Gentry et Harrison (2007) sur la vulnérabilité des pères célibataires dans la transition vers leur nouveau rôle parental. Les principales contributions de cette étude sont plutôt d'ordre social, prenant principalement en considération comment les pères isolés perçoivent leur rôle après le divorce ou le veuvage. Les résultats de l'étude confirment de nombreuses conclusions mentionnées par Thompson (1986) concernant une période stressante de transition d'environ un an vécu par ces pères. Ils confirment, de même, une plus grande implication dans la vie de leurs enfants après le changement de leur situation.

La principale contribution de cette étude par rapport à celle de Thompson (1986) est méthodologique. En effet, Gentry & Harrison (2007) ne se sont pas contentés d'interviewer les pères, mais ont cherché à interviewer leurs enfants aussi. Cela leur a permis, selon eux, de remarquer l'évocation des enfants d'une qualité inférieure à celle avec leurs mères, même si les pères en avaient, dans certains cas, conscience dans leur discours. Ils ont également remarqué des difficultés dans la gestion du temps et dans la planification de leurs journées et celles de leurs enfants d'une manière plus générale, surtout quand il s'agit de la mobilité de leurs enfants. Gentry et Harrison (2007) concluent que la transition vers une forte implication des pères isolés est fortement soutenue par les perspectives de leurs enfants.

Dans son ouvrage "Pères solos, Pères singuliers", Huerre et Pellé-Douël (2010), les psychiatres francophones détaillent la vie des hommes qui élèvent leurs enfants seuls. En les décrivant comme des « aventuriers involontaires », Huerre et Pellé-Douël (2010) évoquent les difficultés auxquelles ces pères sont confrontés dans leur vie quotidienne. Selon eux, en dépit de la période des mutations dans lesquelles nous vivons qui permet de trouver des hommes qui vivent dans ce genre de situations de plus en plus commun, les yeux des institutions, telles que l'école et la société demeurent encore inchangés.

Ils ont constaté que les jugements de la société sont encore plus difficiles lorsque le père vit en solo avec de très jeunes enfants que lorsque les enfants sont moins jeunes et que le père a déjà construit sa paternité dans un modèle traditionnel, autrement dit en couple. Bien que cet ouvrage aborde le sujet principalement d'un point de vue psychologique, la consommation y est fortement présente. En effet, le discours de

certaines pères interrogés montre leur difficulté à exprimer de la tendresse sur leurs enfants. Alors que certains d'entre eux « apprennent à devenir tendre », d'autres se rendent compte que ce genre de démonstration n'est pas « naturel » pour eux. Ainsi, ils préfèrent exprimer leur amour à leurs enfants en cuisinant les meilleurs plats pour eux ou en leur achetant leurs marques préférées. C'est leur propre façon d'exprimer leur amour à leurs enfants et d'en prendre soin.

Étant donné que la majorité des familles monoparentales sont des familles qui vivent une situation financière difficile, et cela est principalement dû au fait qu'un seul parent subvient principalement aux besoins de ses enfants, même si l'autre parent doit habituellement payer une somme déterminée par la loi pour son ex-conjoint(e) qui a la résidence principale des enfants. La pauvreté et la stigmatisation sont, en effet, des approches sous lesquelles les familles monoparentales ont été étudiées surtout lorsqu'il s'agit d'une famille monoparentale dirigée par une mère seule. Ainsi, Kanji (2004) considère, par exemple, que la société a tendance à avoir un regard stigmatisant sur les mères célibataires en « les considérant comme un groupe homogène ce qui facilite la construction sociale de la question des mères isolées comme un problème social ».

D'autre part, Edin et Lein (1997) ont identifié des stratégies innovantes et créatives adoptées par les mères isolées afin de permettre à leurs enfants de surmonter les conditions de pauvreté et de mauvais mode de vie. Vraisemblablement, certaines d'entre elles, se privent de leurs propres besoins et de leurs envies personnelles pour protéger leurs enfants contre la pauvreté et les privations. Beaucoup de mères isolées sont même prêtes à aller au-delà de cela dans leurs sacrifices pour emprunter de l'argent au détriment de leur indépendance (Edin et Lein, 1997).

Cette recherche montre aussi que certains enfants adoptent les mêmes stratégies que leurs mères afin d'alléger le poids de la consommation pesant sur le budget de la famille. D'autres, et surtout ceux qui sont un peu plus vieux, cherchent un emploi dans l'objectif de participer aux ressources de la famille. Ces modes de consommation ont poussé Catterall et Hamilton (2007) à étudier le rôle de l'amour dans la consommation des familles monoparentales dirigées par une femme vivant dans une situation de pauvreté. La recherche souligne l'importance de la notion de sacrifice dans ce type de familles. Les mères célibataires, selon cette étude, sont plus prêtes à laisser leurs désirs et leurs besoins « en attente » ou même à les abandonner complètement et à attendre que leurs enfants grandissent. C'est pourquoi l'amour est considéré comme un conducteur de consommation dans ce type de familles.

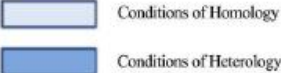
Coskuner-Balli et Thomson (2013) ont étudié le cas des pères-au-foyer dans une analyse majoritairement culturelle. En effet, ils se sont basés sur la théorie du capital culturel de Bourdieu (1986), pour expliquer le comportement de consommation des pères-au-foyer. Ce capital culturel a été dissocié par Bourdieu (1986) en trois capitaux : 1. le capital culturel, qui représente les connaissances et les compétences de l'individu. 2. Le capital social : qui représente les connections sociales de la personne

ainsi que son statut social. 3. Le capital symbolique : qui représente la reconnaissance sociale, le prestige, et l'autorité de l'individu. En faisant le lien entre le capital culturel des individus et leurs identités, Coskuner-Balli et Thompson (2013) ont cherché à analyser la consommation des pères-au-foyer. Selon eux, les pères dans des familles ordinaires s'investissent dans un positionnement identitaire où la masculinité est culturellement dominante, particulièrement au sein de la famille où le père est considéré comme le « sauveur » ou le « protecteur » de la famille. Pour mieux comprendre le cas des pères-au-foyer, ils se basent sur ce que Bourdieu (1986) a considéré comme formation de nouvelles formes de capital culturel de la part des consommateurs.

Coskuner-Balli et Thompson (2013) mettent les pères-au-foyer dans la catégorie des personnes qui développent des formes « subordonnées » de capital culturel étant donné qu'ils sont dans une situation d'incompatibilité entre leur capital culturel qui est plus élevé que les domaines de consommation où ils les investissent. Le domaine de consommation est inférieur à leur capital culturel parce que, selon eux, assurer les tâches ménagères et s'occuper du foyer sont déjà des activités dévalorisées culturellement pour une femme et bien plus pour un homme. Ils correspondent donc au quadrant supérieur à droite dans la figure ci-dessous :

CONSUMER STATUS GAMES UNDER CONDITIONS OF HOMOLOGY AND HETEROLOGY

	Cultural Capital Circulating in a Higher Social Status Consumption Field	Cultural Capital Circulating in a Lower Social Status Consumption Field
Socialization in a Higher Cultural Capital Milieu (HCC Habitus)	Compatibilities of Elective Affinity <i>(Reproduction of Elite Distinction)</i> [Exemplars: Allen 2002; Bhardi, Eckhardt, and Arnould 2012; Henry 2005; Holt 1997; Illouz and John 2003]	Structural Incompatibilities <i>(Aestheticizing or Edifying Appropriation)</i> [Exemplars: Arsel and Thompson 2011; Holt 1997; Kozinets 2001; Sandikci and Ger 2010]
Socialization in a Lower Cultural Capital Milieu (LCC Habitus)	Structural Incompatibilities <i>(Dominated Status Seeking)</i> [Exemplars: Bernthal, Crockett, and Rose 2005; Üstüner and Holt 2007, 2010; Üstüner and Thompson 2012]	Compatibilities of Elective Affinity <i>(Subcultural Valorization)</i> [Exemplars: Kates 2002; Schouten and McAlexander 1995; Thornton 1996; Willis 1981]



NOTE.—HCC = high cultural capital; LCC = low cultural capital.

Figure 5. Les statuts des consommateurs et le capital culturel (Coskuner-Balli & Thompson, 2013)

L'abandon du rôle du « breadwinner » de la part des pères-au-foyer au profit du rôle traditionnellement maternel leur fait perdre de leur statut social. Ces pères investissent donc leurs expériences de marginalisation de la part de la société, pour

créer un nouveau capital culturel qui leur permet de trouver une légitimité à leur situation inhabituelle par rapport à leur identité de genre et leur rôle paternel. Cette légitimité, ils cherchent à l'avoir à travers une consommation qui leur permet de s'adapter à leur capital culturel subordonné et qui est associée à leur nouveau rôle de père-au-foyer comme la cuisine, le ménage, les courses et tout ce qui peut être associé au soin des enfants et de la famille.

Selon Coskuner-Balli et Thompson (2013), les pères-au-foyer vivent la marginalisation de leur identité de genre comme une responsabilité statutaire et une stigmatisation sociale. Ces pères tentent donc de trouver leur identité de genre dans des espaces idéologiques et culturelles entre les normes masculines du rôle du « breadwinner » d'une part, et les normes féminines de dévotion maternelle d'autre part.

Dans son étude sur les pères isolés, Risman (1986) a intitulé sa recherche « *Can men mother ?* ». (Les hommes peuvent-ils mater ?). En se posant cette question et tout au long de sa recherche, Risman (1986) montre les défis considérables auxquels sont confrontés les pères isolés qu'elle a interviewés dans le cadre de son étude qui avait comme objectif de comprendre les enjeux de la prise en charge des tâches domestiques par un homme. Le titre de la recherche montre la division genrée des tâches domestique et du soin des enfants, en partant du principe que ces tâches-là font partie du rôle de la mère. C'est d'ailleurs la principale critique adressée par Banister et Kerrane (2016) à cette recherche, qu'ils ont pris comme point de départ.

Cependant, malgré leur critique, les résultats de l'étude exploratoire de Banister et Kerrane (2016) ne contredisent aucunement les résultats de Risman (1986) bien qu'une évolution concernant les conceptions des images idéales de la paternité auprès des pères interviewés a été soulignée. En effet, cette recherche qui étudie ce sujet pas auprès des pères isolés en particulier, mais auprès des pères qui ont pris le congé parental, montre que les pères éprouvent leur congé parental comme une expérience maternelle voire même féminine. De plus, Banister et Kerrane (2016) constate que la plus grande majorité des pères interviewés avaient pris le congé parental à la place de leurs mères car cela offrait un avantage économique pour la famille. Les deux auteurs soulignent que les pères exprimaient, le plus souvent, l'importance de l'aspect économique derrière leur décision de congé parental. Banister et Kerrane (2016) tranchent encore plus dans la conclusion de leur article en affirmant que le changement culturel dans les performances de la paternité prendra du temps, et que malgré l'évolution de l'image du breadwinner vers une image plus nourricière, le discours des pères interviewés confirme « la conviction profondément enracinée que les hommes ne peuvent pas mater ».

Synthèse du Chapitre III :

Dans ce chapitre, nous nous sommes intéressés au concept du rôle parental et de la construction de ce rôle au sein du foyer mais aussi vis-à-vis de la société. En effet, le rôle parental est une construction sociale qui est fortement influencée par les attentes de la société vis-à-vis des individus. Le comportement de consommation fait partie des conduites comportementales associées aux rôles (Otnes, 2005 ; Otnes, Lowrey & Kim, 1993 ; Otnes & McGrath, 2001). De plus, en étudiant le concept de rôle de genre nous avons pu montrer les raisons pour lesquelles, la performance du rôle attendue des individus est fortement influencée par leur genre (Régany, 2012 ; Webster, 1994).

La famille est, en effet, un exemple des types de systèmes sociaux au sein desquels des rôles sont attribués à leurs membres : le rôle du père, le rôle de la mère et celui de l'enfant. Ces concepts ont été mobilisés en marketing, afin de mieux comprendre le comportement d'achat des individus en tant que membre dans la famille, ainsi que leurs rôles dans la décision d'achat familial par rapport à la place qu'ils occupent dans leur famille, surtout que l'achat familial a toujours été considéré comme une décision partagée entre le père et la mère (Davis, 1976 ; Davis, Greenstein & Marks, 2007 ; Davis & Rigaux, 1974).

Dans une autre approche, nous avons présenté les recherches qui ont été consacrées à étudier comment les consommateurs se servent des produits et des services qu'ils consomment, achètent ou échangent, afin de construire un rôle (Miller, 1998), de l'exprimer (Thompson, 1996), de l'actualiser ou même d'endosser un nouveau rôle (Otnes, Lowrey & Kim, 1993). De plus, la consommation, qui ne se résume pas au processus de décision d'achat, est vue comme l'un des principaux éléments qui contribuent à la construction de l'identité familiale (Epp & Price, 2008).

Face à la situation de cumul de rôles vécue par les pères isolés (Chour & Fosse-Gomez, 2016), nous nous sommes autant intéressés dans ce chapitre au rôle de la mère que celui du père. Certaines recherches montrent que s'il y a certaines tâches ménagères que les mères sont prêtes à déléguer telles que le ménage ou même la garde des enfants et leur soin, d'autres tâches sont déléguées beaucoup moins facilement et moins souvent notamment les courses alimentaires et vestimentaires de la famille (Barth & Antéblian, 2010). Cela est très probablement dû au fait qu'assurer l'achat alimentaire et faire la cuisine permettent aux mères d'exprimer leur amour à leur époux et leurs enfants (Dichter, 1960 ; Lupton, 1996 ; Miller, 1998), de prendre soin d'eux (Thompson, 1996), et d'assurer leur bonne santé et leur bien-être (Belk, 2010).

Des recherches récentes, effectuées dans différents contextes culturels occidentaux dont français et scandinaves, montrent que le rôle principal du père reste essentiellement incarné dans le rôle du breadwinner et qu'il considère sa vie professionnelle comme prioritaire au détriment de tout autre investissement

domestique (Banister & Kerrane, 2016 ; Brandth & Kvande, 2015 ; Gottzen & Kremer-Sadlik, 2012 ; Huerre, 2011). De plus, l'investissement des pères au sein du foyer est vraisemblablement bien plus important dans les activités sportives et de loisirs ainsi que les activités extérieures ; des consommations productives qui contribuent à la construction de l'identité du père et de son rôle (Dahl & Moreau, 2007 ; Moisio, Arnould & Gentry, 2013 ; Press & Arnould, 2011 ; Troye & Supphellen, 2012). Ce type d'activités permettrait de « sculpter » une identité autonome dans une sphère historiquement considérée comme féminine selon Moisio, Arnould et Gentry (2013).

Chapitre IV

Cadre Théorique & Emergence de la Problématique

Section 1 : Mise en Perspective des Champs Théoriques

Notre cadre théorique est constitué de trois champs théoriques auxquels nous avons consacré nos trois premiers chapitres de notre première partie. Le premier champ théorique porte sur les théories du genre. Le deuxième champ théorique est celui de la masculinité, l'identité masculine et sa construction. Et le troisième champ théorique est celui de la consommation familiale et les théories qui traitent de son déroulement au sein de la famille. Le concept de rôle qui est le plus central dans le cadre de notre recherche, bien qu'il soit le plus développé dans le troisième chapitre, il est présent au cœur des trois champs théoriques et constitue le pivot de notre cadre théorique. En effet, le concept de rôle est le point de rencontre de nos trois champs théoriques. Par ailleurs, la centralité du concept de rôle constitue l'une des principales particularités de notre approche du sujet et l'une des premières sources de nos apports théoriques.

En premier temps, détailler les théories de genre nous a permis de comprendre le rôle du concept du genre dans la consommation familiale et le fonctionnement de la famille d'une manière plus générale. En effet, le genre occupe une place prépondérante dans le fonctionnement des familles, et est le meilleur prédicteur de la gestion du foyer et de la consommation familiale (Allen & Walker, 2000). De plus, le genre semble jouer un rôle encore plus important au sein des familles monoparentales et de leur fonctionnement. Ainsi, certaines recherches montrent que les hommes issus d'une famille monoparentale ont plus tendance à progresser à travers des hiérarchies de genre (Twiggs et al., 1999).

Le genre est la première dimension à prendre en compte dans les recherches sur la consommation familiale et la gestion des tâches domestiques surtout que les hommes ont souvent tendance à avoir recours à des « arguments de genre » quand ils abordent le travail domestique ou même pour justifier leur faible implication dans la sphère domestique (Thompson, 1991). Les femmes, à leur tour, ont tendance à se référer plutôt à des comparaisons intra-genre afin de réclamer un partage plus égalitaire des tâches ménagères. Ainsi la répartition des tâches ménagères et de l'achat familial demeure fortement genrée (McGinnis, Frenkle & Gentry, 2013).

En détaillant les différentes approches théoriques des théories de genre, nous avons pu faire le lien avec la consommation familiale et la conception du rôle du père et de celui de la mère par rapport à chaque angle théorique. Cela nous a également permis d'identifier les enjeux de la construction des normes de genre ainsi que l'influence de

ces normes sur la création des stéréotypes de genre qui sont à l'origine de l'attribution des fonctions à chaque rôle de genre. En effet, il existe globalement deux principales approches théoriques de genre. La première approche théorique est celle qui considère les genres dans une vision d'opposition. Selon ce courant théorique, chaque genre est défini par rapport au genre opposé.

Cela implique une relation d'hierarchisation entre les genres. Cette hiérarchie est symbolisée par la domination des hommes par rapport aux femmes selon la théorie de la domination masculine de Bourdieu (1998) qui est la théorie principale de l'approche théorique d'opposition. Cette opposition implique plusieurs dichotomies sous-jacentes correspondantes à la principale dichotomie, le masculin contre le féminin, telles que le privé contre le public, et la sphère interne contre la sphère externe. Ainsi, la sphère privée serait plutôt dévouée au rôle de la mère et la sphère publique au rôle du père (Kerr & Multon, 2015). En prolongeant cette logique d'opposition entre les genres et celle de la domination masculine, les tâches domestiques et l'achat familial seraient des tâches évitées par les hommes, étant donné que ce sont des tâches dévalorisées dans la société (Bourdieu, 1998 ; Campbell, 1997 ; Ferre, 1990).

Selon la deuxième approche théorique des études de genre, celle des « gender studies », le genre est une construction sociale et culturelle, résultante d'un processus influencé par le vécu de l'individu et fortement dépendant du contexte socio-culturel dans lequel il se trouve (Eagly, 2013). Ainsi, le genre ou le « sexe social » (Héritier, 1996 ; Strathern, 1988) est considéré comme un bricolage identitaire dans cette approche post-moderne (Merla, 2010). Ainsi la féminité devient les féminités (Froidevaux-Metterie, 2015 ; Scharff, 2011) et la masculinité est remplacée par des masculinités (Connell, 2005 ; Firat, 1994).

Parce qu'un père isolé est avant tout un homme, notre deuxième cadre théorique est penché sur les fondements conceptuels de la masculinité et de ses changements. La masculinité vit, en effet, des changements radicaux en termes d'identité masculine, de statut de l'homme, son image et sa représentation dans les médias, ainsi qu'au niveau du rôle des pères (Aarseth, 2009 ; Aarseth & Olsen, 2008 ; Ourahmoune, 2009 ; Rinallo, 2007). Dans la culture de consommation contemporaine, ces « changements rapides dans les codes masculins » (Szabo, 2012, 2013) se traduisent par des tensions identitaires (Coskuner, 2006), des « peurs sociales » voire même une sorte d'anxiété (Ourahmoune, 2009) vécus par les consommateurs masculins, principalement dus à l'entrée de l'homme dans des domaines de consommation historiquement féminins (Östberg, 2012). Ainsi, le marché devient l'un des territoires où les hommes négocient leurs identités, vivent des tensions mais aussi tentent de les résoudre à travers leur consommation. Cela est l'idée fondamentale de la théorie de la consommation compensatoire (Bernard, 1981 ; Ehrein, 1983 ; Schouten & McAlexander, 1995).

En effet, la masculinité, et notamment celle d'aujourd'hui, appelée la « nouvelle masculinité » est une image socialement construite (Connell, 2005) permettant aux

hommes des se situer par rapport à des idéaux identitaires (Holt & Thompson, 2004). Ces idéaux se situent, le plus souvent, entre se conformer aux attentes sociales désignées par le caractère dominant voire parfois « violent » de la masculinité hégémonique traditionnelle d'une part (Levant, 1992 ; Levant et al., 1992), et leur désir de s'en libérer d'autre part. Cela pousse les hommes post-modernes à trouver une « zone de sécurité » qui constitue un compromis entre ces deux oppositions sur le marché (Rinallo, 2007).

La socialisation de la masculinité de nos jours est caractérisée par plus de malléabilité et d'ambiguïté (Gentry, Commuri & Jun, 2003) en vue de la modification des frontières sociales entre les genres (Johnston & Baumann, 2010). Cela se concrétise par des pratiques de consommation qui peuvent être parfois très écartées de l'image véhiculée des hommes dans la perspective de l'hyper-masculinité (Littlefield, 2010). L'expérience vécue par les hommes dans des pratiques de consommation traditionnellement perçues comme féminines a changé. Ainsi, Klasson et Ulver (2015) montrent comment les hommes expriment leur identité masculine et la reconstruisent à travers la cuisine domestique.

Selon plusieurs chercheurs, le modèle masculin de référence prédominant demeure toutefois celui de la masculinité hégémonique qui socialise les hommes postmodernes dans une logique hétérosexuelle (Connell, 2005), et les imprègne dans la forme traditionnelle de la masculinité (Östberg, 2012). Ainsi, les hommes consommant des produits ou ayant recours à des services perçus comme féminines comme les produits cosmétiques et les produits de ménages éprouvent une transgression sociale étant dans une situation opposée aux normes et stéréotypes sociaux correspondant au genre masculin (Boye, 2008 ; Coskuner, 2006 ; Duvander, Ferrarini & Johanson, 2015). Pour éviter la transgression sociale, les hommes mettent en place de diverses stratégies telles la professionnalisation des tâches perçues comme féminines (Klasson & Ulver, 2015) ou l'évitement des tâches très stéréotypées telles que faire le ménage ou assurer les courses alimentaires pour leurs familles (Forsberg, 2009 ; Platin, 2015 ; Szabo, 2012).

La construction de l'identité masculine semble donc se réaliser d'une manière irrévocablement opposée à la féminité à laquelle la sphère domestique et la consommation familiale continuent à être dévouées. En effet, certaines recherches montrent que les hommes assurent et éprouvent les tâches traditionnellement perçues comme féminines de manières complètement différentes de celles des femmes. Les hommes auraient une performance plus active et créative que celle des femmes (Szabo, 2013). Leur performance est éprouvée comme une profession (Klasson & Ulver, 2015), un travail de scientifiques, d'athlètes ou même d'artistes (Swenson, 2009) et qu'ils pratiquent comme un « jeu » ou un « loisir » selon Szabo (2012), alors que les femmes auraient une performance plus affective, nourricière et de soin (Gentry & McGinnis, 2003). La performance de l'homme dans la sphère domestique est donc souvent comparée à celle de la femme surtout que la gestion du

foyer et de la consommation familiale est a toujours été considérée comme un équilibre consenti entre les deux membres du couple (Kaufmann, 1997), et un partage émanant d'une négociation des rôles de genre entre la mère et le père (Gregersdötter & Hallén, 2013).

Nous constatons bien l'importance de la dimension de rôle et de la consommation familiale à laquelle nous avons consacré notre troisième chapitre de revue de littérature bien qu'elle soit omniprésente dans tous les aspects théoriques et conceptuels constituant notre cadre théorique. Ce chapitre avait pour objectif de mettre en relief les liens entre la consommation familiale et les performances du rôle du père et celui de la mère, ainsi que les enjeux de la socialisation des rôles parentaux à travers les fonctions qui y sont accordées dont les achats familiaux et le soin des enfants.

Parce que le rôle est l'ensemble de normes et d'attentes sociales qui régissent le comportement des individus (Bergeron & Blouin, 1995), ils sont socialement construits mais aussi intériorisées d'une manière individuelle fortement dépendante du genre de l'individu (Lindsey, 1996 ; Riley & Kiger, 1999). En se conformant aux attentes et aux normes de la société correspondantes à son genre, un homme ou une femme cherchent à intérioriser une légitimité sociale en se référant à l'image du père ou de la mère « idéale » dans ses interactions sociales (Ladwein, 2003). En effet, les rôles parentaux renvoient à des comportements de consommation particuliers, tels que les achats alimentaires ou les achats vestimentaires pour les enfants qui permettent à la mère d'assurer son « rôle domestique » (Otnes, Lowrey & Kim, 1993). En outre, ces pratiques de consommation sont transmises dans la transmission du rôle de la mère entre cette dernière et sa fille (Ladwein, Carton & Servine, 2009).

En effet, l'une des principales particularités du cas des pères isolés réside dans sa situation de cumul de rôles (Chour & Fosse-Gomez, 2016) car en plus du rôle paternel, un père vivant seul avec ses enfants doit assurer le rôle de la mère absente. Plusieurs recherches ont montré le rôle important que joue la consommation dans la construction et l'accomplissement du rôle parental. La plus grande majorité de ces recherches se sont focalisées sur le rôle de la mère (Ladwein, 2003 ; Ladwein, Carton & Servine, 2009 ; Turner, 1990). Le shopping, le soin des enfants, les achats familiaux, et les tâches domestiques font partie du rôle de la mère, selon la théorie de shopping (Miller, 1998), et jouent un rôle important dans sa construction identitaire. Le shopping dans une société occidentale moderne demeure une activité dévouée aux femmes (Falk & Campbell, 1997) et la sphère domestique continue à être associée au rôle de la mère (Delphy, 2015 ; Doucet, 2006 ; Kaufmann, 1992).

Quant aux pères, les recherches en marketing montrent qu'ils ne sont prêts à adopter un rôle nourricier qu'à court terme le considérant comme faisant partie des responsabilités de leurs épouses (Gottzén & Kremer-Sadlik, 2012). Ils semblent être plus à l'aise et plus confiant dans les activités extérieures comme les loisirs et les activités sportives avec leurs enfants (Forsberg, 2009). En outre, d'autres recherches

montrent que les pères ont tendance à éviter les tâches attribuées au rôle de la mère (Barth & Antéblan, 2011).

La consommation familiale émane donc d'un partage et d'un équilibre négocié entre le père et la mère ; un partage le plus souvent influencé par les normes et les stéréotypes sociaux. Assurer les achats familiaux et la gestion domestique contribue à la construction du corps familial et fait partie de son identité (Barth & Antéblan, 2010 ; Epp & Price, 2008). L'attribution sociale donne, en effet, une légitimité et un pouvoir de négociation à la mère comme au père dépendant de la situation d'achat et du produit ou service acheté, mais aussi donne un devoir qui, s'il n'est pas assuré, mettra le rôle et le statut de l'individu en question (Otnes & McGrath, 2001).

Le comportement de consommation fait partie des conduites comportementales associées aux rôles parentaux et contribuant dans leur (re)construction (Otnes, 2005 ; Otnes, Lowrey & Kim, 1993 ; Otnes & McGrath, 2001). La famille est l'un des principaux systèmes sociaux au sein desquels les rôles (rôle du père, de la mère et celui de l'enfant) sont socialisés et exercés étant donné qu'il s'agit de la première institution sociale (Kaufmann, 2007). Divers travaux de recherche mettent en évidence comment en cuisinant et en assurant les achats alimentaires quotidiens pour sa famille, et les achats vestimentaires pour ses enfants, une femme construit son rôle de mère (Miller, 1998), l'exprime (Thompson, 1996), l'actualise ou même endosse un nouveau rôle (Otnes, Lowrey & Kim, 1993).

Cela explique pourquoi les mères sont prêtes à déléguer à leurs époux certaines tâches plus que d'autres. En effet, les recherches montrent que les mères ont plus de facilité à déléguer aux pères des tâches comme le ménage et la garde des enfants alors qu'elles restent bien plus réticentes pour déléguer les courses alimentaires et vestimentaires de la famille (Barth & Antéblan, 2010). Cela est également dû au fait qu'en cuisinant et en assurant l'achat familial alimentaire comme vestimentaire, la mère exprime son amour à son époux et ses enfants (Dichter, 1960 ; Lupton, 1996 ; Miller, 1998) et sa prise de soin d'eux (Thompson, 1996) ainsi que sa bienveillance à l'égard de leur santé et de leur bien-être (Belk, 2010).

Concernant le rôle paternel, il demeure vraisemblablement incarné dans le rôle de breadwinner (Banister & Kerrane, 2016) et les pères continuent à prioriser leur vie professionnelle au détriment de leur investissement au foyer (Brandth & Kvande, 2015 ; Huerre, 2011 ; Rémy, 2011). Au foyer, ils préfèrent s'occuper des activités extérieures comme le sport et les loisirs avec leurs enfants et leur consommation au sein de la maison sont plutôt de caractère productif (Dahl & Moreau, 2007 ; Moisio, Arnould & Gentry, 2013 ; Press & Arnould, 2011 ; Troye & Supphellen, 2012), comme le bricolage, ce qui correspond au caractère autonome et indépendant des hommes (Moisio, Arnould & Gentry, 2013).

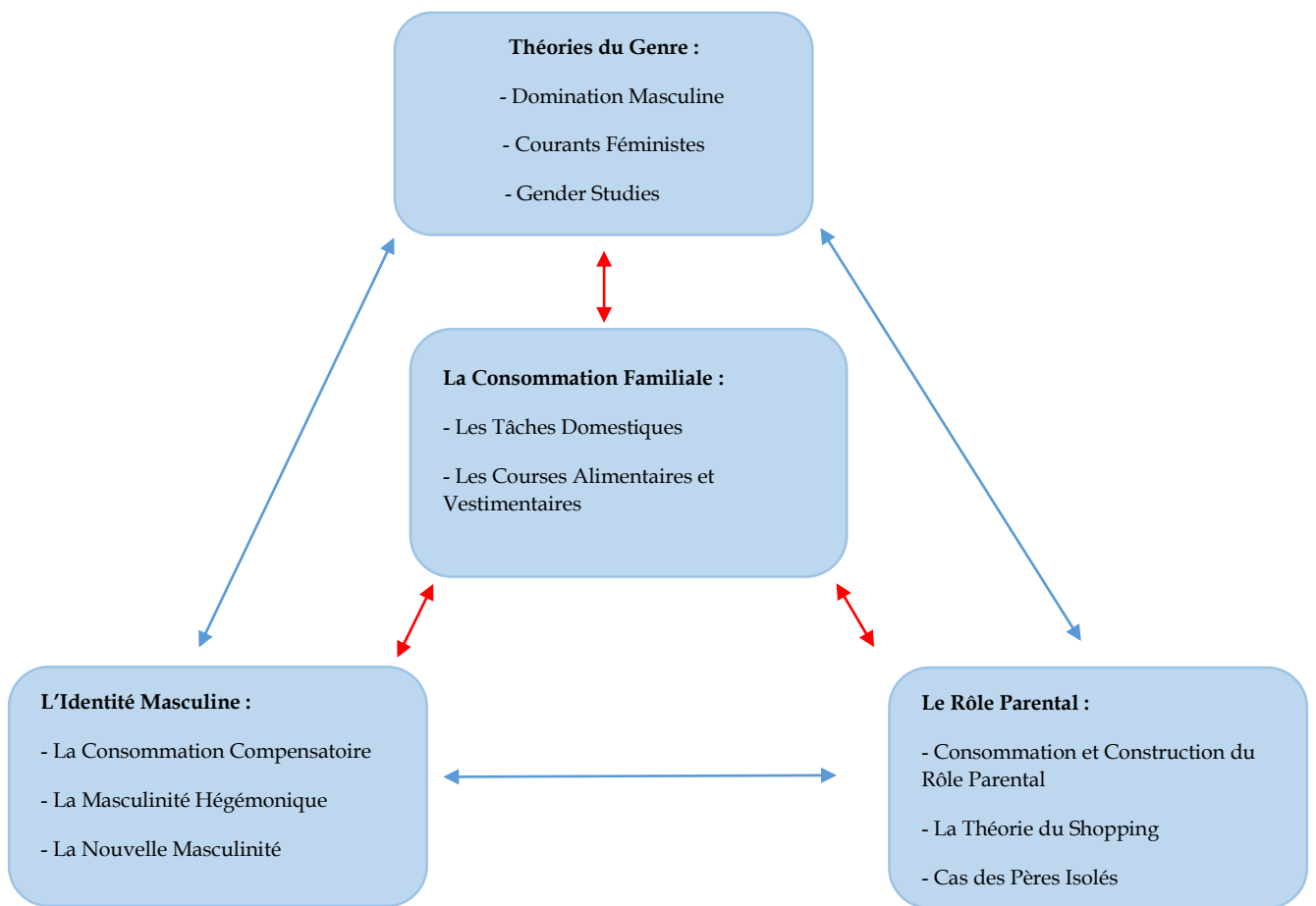


Figure 6. Cadre théorique de la recherche

Section 2 : Emergence de la Problématique et des Questions de Recherche

La mise en perspective des différents champs théoriques de notre recherche montre plusieurs gaps conceptuels au niveau des travaux antérieurs concernant l'objet de notre recherche. Les principales limites des recherches antérieures en rapport avec l'objet de notre recherche peuvent être résumées par trois points :

- Les recherches sur la consommation familiale ne tiennent pas en compte d'une manière évidente l'impact de la structure de la famille sur ses modes de consommation.
- Les recherches sur l'adoption des hommes d'un mode de consommation traditionnellement perçue comme féminine abandonnent le concept de rôle dans leurs analyses.
- Très rares sont les recherches portant sur les familles monoparentales dirigées par un père, qui ont adopté une vision de construction identitaire.

En effet, notre recherche adopte une nouvelle vision identitaire de la famille proposée par Epp et Price (2008). En adoptant cette approche, nous considérons la consommation comme un outil d'analyse qui nous permet de comprendre l'impact de la structure de la famille sur ses modes de consommation et d'achat. Cela est en parfaite cohérence avec les fondements de la *Consumer Culture Theory* (Arnould & Thompson, 2005) dans laquelle s'inscrit notre présente recherche.

En outre, nous cherchons à mieux comprendre comment les hommes endossent le rôle de shopper en l'absence de la mère ainsi que les enjeux identitaires de cet endossement. Ainsi nous visons à comprendre la manière dont assurer seul la consommation familiale contribue ou modifie l'identité de ces pères isolés.

En combinant la construction identitaire avec le concept de rôle en tant que lentille d'analyse, nous nous intéressons aux enjeux identitaires de l'accomplissement du rôle paternel en l'absence de la mère. En effet, le contexte de père isolé nous permet de mieux comprendre l'impact de ce rôle sur l'identité masculine en l'absence d'une figure féminine au sein de la famille. Ainsi, notre recherche s'inscrit dans le courant des *Gender Studies*.

Suite à ces différents positionnements théoriques et ces objectifs de recherche, nous présentons notre problématique de recherche comme suit :

Quels sont les enjeux de la construction de la parentalité à travers la consommation chez un père isolé ?

De cette problématique principale, découlent trois questions de recherche qui permettent de couvrir les différents aspects théoriques de notre sujet en tenant

compte des principales limites dans les recherches antérieures. Ces trois questions de recherche sont les suivantes :

- **QR1** : Comment un père isolé se sert-il de la consommation pour redéfinir son rôle parental ?
- **QR2** : Quelles sont les stratégies mises en place par les pères isolés afin de faire face à leur situation de cumul de rôles ?
- **QR3** : Comment les pères isolés vivent-t-ils l'accomplissement des tâches domestiques traditionnellement perçues comme féminines ?

Afin de répondre à notre problématique et nos questions de recherches de la manière la plus appropriée, nous devons en premier temps tenir compte des particularités de notre contexte afin de mener à bien notre étude. En effet, notre objet de recherche est un objet très personnel, intime et sensible en vue des divorces vécus par les pères isolés. En tenant compte des particularités de notre objet de recherche, le positionnement épistémologique interprétatif nous semble le plus adapté pour notre recherche, assurant une cohérence entre notre positionnement théorique et les objectifs de notre recherche d'une part, et notre contexte et terrain d'étude d'autre part. La seconde partie de notre recherche sera dédiée à la présentation de notre contexte ainsi qu'à l'explication de nos choix méthodologiques et notre positionnement épistémologique.

SECONDE PARTIE :

CONTEXTE DE LA RECHERCHE ET METHODOLOGIE

Chapitre V. Le Contexte de la Recherche

Chapitre VI. Choix Epistémologiques et Méthodologiques

Chapitre VII. La Collecte des Données et la Méthode d'Analyse

Après avoir présenté dans la première partie les principaux champs théoriques liés notre problématique ainsi que nos questions de recherche, nous consacrerons cette seconde partie au contexte et la méthodologie de notre recherche. Dans l'essentiel de cette présente partie, nous exposons le positionnement épistémologique de notre recherche ainsi que la démarche empirique que nous entreprenons afin de répondre au mieux à notre problématique et nos questions de recherche. En effet, les choix épistémologiques et méthodologiques doivent être adaptés aux spécificités de notre contexte ainsi qu'à la nature de notre problématique (Arnould, Price & Moisiso, 2006).

Néanmoins, avant cela, nous consacrerons le cinquième chapitre de cette thèse au contexte de notre recherche, à ses caractéristiques et ses particularités. Notre recherche a comme objectif de mieux comprendre les enjeux de la consommation familiale au sein de la famille monoparentale française dirigée par un père isolé. Dans ce chapitre, nous présentons les enjeux de la métamorphose de la famille traditionnelle avant d'étudier l'émergence de la famille monoparentale dirigée par un « papa solo ».

Le sixième chapitre sera, quant à lui, dédié à l'exposition de notre positionnement épistémologique interprétativiste. Nous présenterons les fondements de ce paradigme ainsi que la pertinence de sa mobilisation dans le cadre de notre recherche. Nous présenterons ensuite les choix méthodologiques phénoménologiques et projectifs que nous adoptons.

Dans le septième chapitre, nous décrivons le déroulement de la collecte de nos données à travers les entretiens individuels que nous avons menés ainsi que les techniques projectives que nous avons appliquées. Ce chapitre contient également une section dédiée à la description de notre échantillon de pères isolés interviewés. Nous concluons ce chapitre et cette partie par la présentation de la méthode que nous adoptons afin d'analyser les données collectées de notre terrain.

Chapitre V : Le Contexte de la Recherche

Dans ce chapitre, nous présenterons le contexte de notre recherche, ses caractéristiques ainsi que ses particularités. Le contexte occupe, en effet, une place essentielle et centrale dans toute recherche. Notre recherche a comme objectif de mieux comprendre les enjeux de la consommation familiale au sein de la famille monoparentale française dirigée par un père isolé. Il est donc important de repositionner notre sujet dans son contexte occidental en premier temps et surtout français en deuxième temps. Nous présenterons ainsi les particularités de la société française, de la structure de la famille française et de son évolution dans le temps. Avant de s'intéresser aux familles monoparentales dirigées par des pères isolés, nous étudierons le concept de la famille en tant qu'entité, sa structure et son évolution dans le temps d'une manière globale. Etudier l'évolution du concept de la famille dans un contexte culturel occidental, et plus particulièrement français, nous permettra de mieux contextualiser notre recherche et de mieux appréhender les structures des différents types de familles notamment les familles monoparentales dirigées par des hommes seuls. Cela nous permettra également de mieux comprendre la structure des relations familiales et tout type d'enjeux au sein de ces familles dont les enjeux de leur consommation.

Dans un temps où les familles traditionnelles évoluent et connaissent des changements parfois radicaux dans leurs structures (Segalen, 2012), poussant certains sociologues à les considérer comme étant en déclin, face à l'émergence d'autres types de familles comme les familles monoparentales³⁰, recomposées³¹, et homoparentales³², l'émergence de ces nouvelles formes de familles nécessite des recherches de plus en plus avancées sur le fonctionnement de ces familles au plan sociologique, psychologique ainsi qu'au niveau de leur consommation et de la répartition des rôles parentaux.

En effet, l'un des enjeux les plus importants qui se posent face à l'émergence de nouvelles formes de familles est celui de la redéfinition des rôles parentaux, et des frontières entre le masculin et le féminin (Barrère-Maurisson, 2012).

³⁰ Une famille monoparentale est une famille composée uniquement d'un seul parent divorcé ou veuf, vivant avec des enfants célibataires (INSEE).

³¹ L'INSEE définit la famille recomposée comme toute famille qui comprend un couple d'adultes, mariés ou non, et au moins un enfant né d'une union précédente de l'un des conjoints. Les enfants qui vivent avec leurs parents et des demi-frères ou demi-sœurs font aussi partie d'une famille recomposée.

³² Une famille homoparentale est toute famille réunissant et liant juridiquement un ou plusieurs enfants avec au moins un parent s'affirmant comme homosexuel ou lesbien (Fize, 2005).

La famille monoparentale dirigée par un homme seul peut être considérée comme un contexte idéal pour étudier le rôle de la consommation et du marché dans la construction de l'identité de genre ainsi que l'identité de rôle des individus. En effet, les « papas solos » sont amenés à assurer seuls des tâches, émanant de la sphère domestique, traditionnellement perçues comme féminines, comme la cuisine, le ménage et les achats familiaux. La consommation familiale constitue donc un véritable enjeu identitaire pour les pères isolés qui se trouvent dans une situation de cumul de rôles face à l'absence de leurs ex-épouses. En assurant des tâches « stigmatisées » auparavant assurées par leurs ex-épouses, certains pères isolés peuvent se servir de la consommation pour endosser un nouveau rôle parental (Otnes, Lowrey & Kim, 1993).

Dans ce chapitre que nous consacrons à la présentation et l'étude de notre contexte, nous présenterons les enjeux de la métamorphose de la famille traditionnelle avant de s'intéresser à la forte émergence des familles monoparentales notamment celles dirigées par des pères isolés.

Section 1 : La Famille, une Entité en Métamorphose

1. Le Concept de la Famille

L'une des définitions communes de la famille la plus adoptée en sociologie, en anthropologie, comme en psychologie est celle de l'anthropologue Claude Lévi-Strauss (1967) qui la définit comme étant «une communauté d'individus réunis par le lien de parenté existant dans toutes les sociétés humaines». Les rapports entre les différents membres de la famille font intervenir un caractère de solidarité tant au niveau morale ou affectif que matériel ou économique. D'un point de vue sociologique, la famille représente l'entité de base de la société. C'est l'institution fondamentale de toute société. Les sociologues mettent en avant la transmission des valeurs et de la culture qui a lieu entre les parents et les enfants. Dans le premier tome « L'Eurasie » de son ouvrage « L'origine des systèmes familiaux », Emmanuel Todd (2011) considère « le modèle de la famille nucléaire bilatérale (Père, Mère et Enfants) comme le modèle originaire commun à toute l'humanité ». Par ailleurs, de plus en plus de sociologues mettent l'accent sur la multiplicité des formes de familles résultante de l'évolution que ces dernières ont subi au fil du temps (e.g. Barrère-Maurisson, 2012 ; Kaufman, 2007 ; Segalen, 2012). La multiplicité des formes de familles peut même constituer la particularité de certaines sociétés. C'est le cas de la société française qui est caractérisée, selon Todd (2011), par la non prédominance d'une forme de famille particulière, par rapport aux pays voisins en Europe de l'ouest, bien que la famille nucléaire demeure traditionnellement le modèle de référence dans la société française.

On distingue essentiellement entre quatre types de familles : 1. La famille nucléaire : il s'agit de la famille dite « traditionnelle » ou « complète ». Elle est composée de deux parents de sexes différents qui vivent avec leurs enfants biologiques. Ce modèle de familles correspond au modèle traditionnel dans la plus grande majorité des sociétés et demeurent jusqu'aujourd'hui le modèle le plus répandu en France et dans le monde plus globalement ; 2. La famille monoparentale : il s'agit d'une famille composée d'un seul parent (la mère ou le père) vivant seul avec ses enfants. Depuis les dernières décennies, ce type de familles est en forte croissance dans les sociétés occidentales. Par exemple, en France, le nombre de familles monoparentales a presque doublé dans les quarante années précédentes ; 3. La famille recomposée : c'est une famille issue de parents ayant eu l'un ou les deux d'entre eux des enfants d'une précédente union ; 4. La famille homoparentale : est une famille composée de deux parents de même sexe ayant un ou plusieurs enfants vivants avec eux sous le même toit. Ce type de familles a émergé récemment dans les sociétés occidentales. En France, les couples homosexuels n'ont toujours pas le droit au mariage. Cependant, depuis l'année 1999 et avec la création du PACS, les couples homosexuels français ont le droit de se pacser.

En plus de l'importance primordiale que la famille a acquiert en sociologie, elle occupe une grande place dans les différentes autres disciplines notamment en psychologie, en économie et en sciences juridiques, dérivante de la place qu'elle occupe dans la société. D'un point de vue juridique, la famille est une entité juridique à laquelle presque la moitié du code civil est consacrée. L'évolution de la famille et plus spécifiquement les différents types de la famille apparaissant avec le temps ainsi que les divers besoins dus la particularité de chacun de ses modèles sont des sujets qui préoccupent les législateurs de plus en plus. Ces derniers essayent d'adapter la législation à l'évolution des structures de la famille d'aujourd'hui d'une manière à ce qu'elle réponde aux besoins des nouvelles formes de familles émergentes.

En psychologie, et étant donné que la famille joue un rôle fondamental dans la construction identitaire des individus durant les différentes étapes de leurs vies surtout pendant leur enfance, les psychologues accordent une grande importance aux problèmes liés à la famille. Ils s'intéressent de plus en plus à étudier le rôle de la mère et du père ainsi que les effets du divorce ou d'autres formes de métamorphose subie par la famille sur l'équilibre psychologique des enfants.

D'un point de vue économique, la famille constitue la principale unité de production et de consommation dans une société. Fershtman et Weiss (1998) considère le mariage comme « un partenariat qui effectue des consommations et des productions jointes ». En marketing et comportement du consommateur, la famille en tant qu'unité de consommation et de prise de décision est un élément de recherche central dans les domaines de cette discipline (Commury & Gentry, 2000). En effet, dès les années 1950, la famille attire l'attention des chercheurs en marketing en tant qu'unité d'analyse. L'évolution de la famille et les nouvelles formes d'unions a fait l'objet de nombreuses recherches en marketing principalement focalisées sur les dynamiques de décision de l'achat familial ainsi que le rôle de chacun des membres de la famille.

2. La Famille Traditionnelle en Métamorphose

Les premières évolutions remarquables de la famille traditionnelle se sont effectuées au cours des années d'émigration de la campagne vers les villes. En France la campagne alimente le monde ouvrier par exode rurale au courant des années 1870. Jusqu'à présent, la population des campagnes continue à baisser non seulement en France et les pays développés, mais aussi dans les pays en voie de développement. La population active agricole ne cesse également de baisser en France ainsi qu'au niveau mondial³³. Cette population active a été bouleversée par la mécanisation. Ainsi, entre les années 70 et les années 90, de nouvelles structures de la

³³ Le nombre d'agriculteurs est passé de 7 millions en 1946, soit 36% de la population active alors, à 900.000 en 2015 soit 3.6% de la population active. (INSEE)

famille se sont établies. Durant cette période, la désinstitutionnalisation de la famille a permis le passage d'une famille souche à une famille nucléaire.

La famille dite « souche » est une famille qui représente la famille « traditionnelle » de nos jours étant donné qu'elle correspond au type de famille le plus répandu actuellement dans la société française. La famille souche comporte plusieurs générations qui vivent au sein du même foyer. L'autorité et la hiérarchie prédominaient la structure de ce type de familles. Pendant cette époque, la vieillesse avait une connotation complètement différente de celle de nos jours. Surtout dans le cadre des familles souches, la vieillesse désignait le symbole de la sagesse et du savoir. La sécurité sociale de l'état n'étant pas au même niveau qu'aujourd'hui, le sentiment de sécurité était assuré par la famille où la solidarité et l'intérêt commun formaient des valeurs familiales fondamentales. Cette famille est le plus souvent présentée comme une famille de campagne et la « reproduction sociale » y est souvent présente pour le travail dans les champs. L'éducation des enfants était uniquement assurée par les deux parents qui accordaient une grande importance à la transmission des valeurs et du patrimoine à leurs enfants.

La famille nucléaire est le type de famille qui a suivi la famille souche. Elle est composée d'un couple hétérosexuel et de leurs enfants biologiques. La sécurité assurée par la famille aux enfants est désormais économique dans une société de consommation. L'état contribue à l'assurance des besoins économiques des enfants à travers les allocations familiales par exemple, qui aident les parents à subvenir aux besoins de leurs enfants. En parallèle avec cette évolution, les rôles des parents semblent être les plus touchés par ces changements. En effet, le père n'est plus le seul à subvenir aux besoins de sa famille comme c'était le cas dans les familles souches. Il n'est plus le seul qui va travailler. Le rôle de la mère qui était très stéréotypé et qui se limitait à l'éducation des enfants et les tâches domestiques comme la cuisine et assurer les achats alimentaires et vestimentaires des membres sa famille. Ces rôles fortement stéréotypés entre les pères et les mères ont toutefois changé, principalement grâce aux mouvements révolutionnaires de mai 1968 en France. Cela a permis aux femmes d'avoir accès au vote et d'intégrer le marché de travail d'une manière relativement égalitaire.

Cela a donc impliqué plus d'uniformité et d'équilibre au niveau des rôles des parents et au niveau de la famille d'une manière générale. Ainsi, les hommes d'aujourd'hui sont bien plus impliqués dans le foyer, et assurent de plus en plus des tâches domestiques. Aujourd'hui il est de plus en plus fréquent et socialement accepté de retrouver des cas de père au foyer ou des pères qui prennent des congés de paternité pour s'occuper de leurs nourrissons. La hiérarchie qui régnait dans les familles « traditionnelles » s'est bouleversée voire même effondrée.

De plus en plus de changement ont atteint la structure sociale et l'organisation juridique de la famille entre les années 70 et 90. L'un des principaux changements survenus est le divorce qui est devenu de plus en plus possible voire même banalisé. Dans les périodes à forte influence religieuse, le divorce n'était accordé qu'au roi

sous ordre. Le divorce était complètement interdit jusqu'à l'année 1816. En cette année, le divorce a été ouvert au public mais avec des restrictions juridiques importantes et un regard de la société péjoratif envers les divorcés. En 1884, le divorce est devenu un droit pour tous les individus bien que l'état intervenait souvent pour réduire le nombre de divorcés en ne l'accordant que dans certains cas limités comme l'injure et l'adultère, et en exigeant la présentation d'une preuve devant les juges.

La situation est aujourd'hui bien différente. A partir du XXIème siècle, et depuis les années 70 plus particulièrement, le nombre de divorces en France ne cesse d'augmenter à un point que certains sociologues parlent d'un avenir de familles monoparentales et uniparentales (Kaufmann, 1997). En effet, les statistiques montrent que le nombre de divorce en France a quasiment doublé entre 1966 et 1974 passant de 38000 à 60000. En 1990, le nombre de mariage est de moins en moins important, alors que le nombre de divorce n'a cessé d'accroître pour atteindre 114000 cas. En 2014, ce nombre s'élève à 123500 selon l'INSEE. En outre, le changement ne se limite pas à plus en plus de divorces et moins en moins de mariages, mais la durée des mariages s'avère de moins en moins longue. En effet, le nombre de divorce après moins de trois ans a haussé de 50% entre 1998 et 2003 selon le ministère de la justice. Le divorce qui était un phénomène rare et marginal s'est transformé en acte tout à fait banal. La banalisation du divorce a abouti à une forte émergence des familles monoparentales et de familles recomposées. En effet, selon l'INSEE (2014), la famille française est de plus en plus monoparentale. L'INSEE constate que deux familles françaises sur dix sont des familles monoparentales.

D'autres formes d'union ont également apparues, telles que le PACS³⁴ créé en 1999. Il permet à deux personnes du même sexe ou de sexes opposés, de vivre une vie commune sans être obligés de se marier. Le pacte civil de solidarité (PACS) est un contrat conclu entre deux personnes majeures, de sexe différent ou de même sexe, pour organiser leur vie commune. Le PACS assure les mêmes droits que les couples mariés en ce qui implique le legs du patrimoine ou encore le partage pour les impôts. Le nombre de pactes civils de solidarité s'impose de plus en plus en France jusqu'à concurrencer le nombre de mariage. En effet, en 2009, 175000 pacs ont été signés contre 256000 mariages. En 2010, un quart seulement des unions est célébré grâce aux mariages. Depuis son élaboration, cette forme d'union a toujours séduit les couples homosexuels, leur permettant de mener une vie commune, le mariage homosexuel n'étant alors encore pas permis.

Le bond du nombre de PACS en France est, selon certains sociologues, un signe de fragilité des couples (ruptures plus fréquentes, succession des unions, etc.). Néanmoins, cette hausse reflète aussi le désir de conjugalité et d'engagement conjugal chez les français. Bien que les unions semblent être de moins en moins durables qu'autrefois, et que la naissance du premier enfant semble avoir lieu de plus en plus tard après la première cohabitation du couple, la vie de couple est reportée,

³⁴ Pacte civil de solidarité

mais pas rejetée. En effet, le taux de natalité en France reste en tête en Europe. En 2015, la France détenait toujours le record européen avec 1.96 enfant par femme devant l'Irlande (1,94 enfant). Cela montre également l'importance que constitue le projet d'enfant dans la société française. Il s'agit d'un projet de vie dans la mentalité française.

Section 2 : La Famille Monoparentale dirigée par un Père Isolé en pleine Evolution

1. La Famille Monoparentale

Selon l'INSEE une famille monoparentale est une famille composée d'un parent isolé et d'un ou plusieurs enfants célibataires n'ayant pas d'enfants et vivant sous le même toit avec leur parent isolé. Deux raisons principales sont à l'origine de la monoparentalité : la séparation (le divorce) et le veuvage. Alors que jusqu'aux années 1950 la majorité des parents célibataires étaient des veufs, le progrès médical d'une part, et les changements socio-économiques ayant lieu durant la deuxième moitié du vingtième siècle comme l'imposition des femmes sur le marché de travail d'autre part, ont rendu les cas de divorces et de séparation nettement plus fréquents que ceux de veuvage comme nous l'avons souligné dans le paragraphe précédent.

L'émergence de ce type de famille dans les pays occidentaux et en Europe plus particulièrement est beaucoup plus forte et apparente que dans les pays de l'orient ou en Afrique où le modèle de la grande famille complète et nucléaire prédomine (Hantrais & Letablier, 1996).

Dans le cadre de cette recherche nous nous intéressons plutôt à la famille monoparentale occidentale et plus précisément dans le contexte de la société française sachant que les familles monoparentales présentent des divergences contextuelles même entre les pays européens. Des divergences qui peuvent tantôt être liées à la situation économique du pays, tantôt à l'accompagnement de l'évolution de la société au niveau juridique et politique. C'est ainsi que la notion de la famille monoparentale a été introduite dans le recensement de la population italienne presque vingt ans après son introduction en France vers les années 1982.

L'un des points communs concernant les familles monoparentales occidentales c'est qu'elles s'agissent d'un modèle qui se répand à très grande vitesse. Un autre point commun est celui de la majorité de femmes dirigeantes ce type de familles même si les chiffres montrent une forte augmentation des cas des pères séparés et divorcés ayant droit à une garde alternée ou permanente de leurs enfants.

Aux Etats Unis et selon une étude de Census Bureau, le nombre de familles monoparentales est passé de 17% de la totalité des familles en 1970 à 27% en 2012. Cette même étude montre qu'en 2012, les Etats Unis comptaient environ 13,7 millions pères et mères isolés vivant avec plus de 22 millions d'enfants de moins de 21 ans. Ces enfants constituent 26% du total des enfants américains de moins de 21 ans. Si en 1970 le pourcentage des familles monoparentales américaines dirigées par des pères était de 23%, ce pourcentage s'est élevé à 34% en 2012. (Census Bureau³⁵).

³⁵ U.S. Census Bureau, Current Population Survey, Annual Social and Economic Supplement, selected years, 1970 to 2012

En Italie, le nombre de famille monoparentale a augmenté de 3% durant la dernière décennie passant de 13% de la totalité des ménages italiens en 2001 à 16% en 2011. La répartition entre pères et mère isolés montre une répartition de 83% pour les mères contre 17% pour les pères en 2001, et de 80% pour les mères contre 20% pour les pères en 2011 (Istat, 2014)³⁶.

En Allemagne, et malgré la politique financière et d'allocations extrêmement stricte et jugée injuste envers les ménages monoparentaux, le nombre de ces derniers ne cesse d'augmenter depuis la deuxième moitié du siècle précédent. En effet, le nombre de familles monoparentales a augmenté de 25% entre l'année 1996 et 2008. Alors que ces familles comptaient 14% des familles allemandes en 1996, elles comptaient 19% de la totalité des familles en 2008 soit environ une famille monoparentale parmi chaque cinq familles allemandes. L'étude montre également que 31% des mères isolées vivaient des allocations de chômage comme seules ressources pour leurs familles (Federal statistics Office, 2009).

Le tableau ci-dessous résume l'évolution des familles monoparentales aux Etats Unis et dans certains pays de l'union européenne et d'autres pays occidentaux durant les dernières décennies :

³⁶ Istat 2014, 15° censimento general della popolazione e delle abitazioni 2011.

Pays et Année	Nombre (1.000)	Pourcentage³⁷	Pays et Année	Nombre (1.000)	Pourcentage
USA			Allemagne		
- 1980	6.061	19.5%	- 1991	1.429	15.2%
- 1990	7.752	24.0%	- 1995	2.496	18.8%
- 2000	9.357	27.0%	- 2000	2.274	17.6%
- 2008	10.536	29.0%	- 2008	2.616	21.7%
Canada			Irlande		
- 1981	437	12.7%	- 1981	30	7.2%
- 1991	572	16.2%	- 1991	44	10.7%
- 2001	1.184	23.5%	- 2002	50	17.4%
- 2006	1.276	24.6%	- 2006	78	22.6%
Japon			Pays Bas		
- 1980	796	4.9%	- 1988	179	9.6%
- 1990	934	6.5%	- 2000	240	13.0%
- 2000	996	8.3%	- 2009	310	16.0%
- 2005	1.163	10.2%			
Danemark			Suède		
- 1980	99	13.4%	- 1985	117	11.2%
- 1990	117	17.8%	- 1995	198	17.4%
- 2001	120	18.4%	- 2000	233	21.4%
- 2009	165	21.7%	- 2008	200	18.7%
France			UK		
- 1982	887	10.2%	- 1981	1.010	13.9%
- 1990	1.175	13.2%	- 1991	1.344	19.4%
- 1999	1.494	17.4%	- 2000	1.434	20.7%
- 2005	1.725	19.8%	- 2008	1.750	25.0%

Tableau 4. L'évolution des familles monoparentales dans les pays occidentaux

(Source : U.S Census Bureau. *Statistical abstract of the United States – 2012*)

2. La Famille Monoparentale en France

Aujourd'hui une famille française sur cinq est une famille monoparentale. Si le veuvage était jusqu'aux années 1960 la principale cause de l'apparition de ce type de familles, la séparation et le divorce des couples sont devenus depuis les dernières décennies à l'origine de la formation de ces familles (Letablier, 2011). En sociologie, les chercheurs évoquent une construction conjugale de plus en plus complexe due aux changements socio-économiques ce qui explique l'explosion de ce type de familles, allant jusqu'à parler d'un avenir de ménages unipersonnels ou

³⁷ Pourcentage par rapport au total du nombre des familles avec enfants.

monoparentaux (e.g. Beaumel et Bellamy, 2014 ; Buisson et al, 2015 ; Chardon et al, 2008).

Suite à la banalisation des ruptures de l'union (Ballarin, 2012), le nombre de familles monoparentales françaises a presque doublé dans les quarante années précédentes. En effet, en 2013, la France compte 28,5 millions de ménages selon l'INSEE (rapport 2017). Environ 35% de ces ménages est constitué d'une seule personne. Ils constituent 16 % de la population vivant dans un ménage. Pour la catégorie des personnes âgées de moins de 50 ans, les personnes habitant seules dans leur logement sont surtout des hommes, mais les femmes sont largement majoritaires après 75 ans (8 parmi 10). Il s'agit le plus souvent des femmes veuves survivant à leur conjoint. La part des ménages constitués d'un couple sans enfant au domicile a également augmenté pour atteindre 26 % du nombre total des ménages. Cela est aussi principalement dû au vieillissement de la population.

	1999		2008		2013	
		en %		en %		en %
Ménage composé uniquement						
D'un homme seul	3022.8	12.4%	3767.9	13.8%	4203.4	14.7%
D'une femme seule	4468.9	18.4%	5314.0	19.5%	5679.3	19.9%
D'un couple sans enfant	5965.7	24.5%	7054.7	25.9%	7325.0	25.7%
D'un couple avec enfant(s)	7688.9	31.6%	7488.1	27.5%	7427.4	26.0%
<i>Dont avec enfant(s) de moins de 18 ans</i>	6075.7	25.0%	6075.1	22.3%	6060.8	21.3%
D'une famille monoparentale	1840.3	7.6%	2218.9	8.1%	2449.1	8.6%
<i>Dont avec enfant(s) de moins de 18 ans</i>	1102.6	4.5%	1434.7	5.3%	1585.3	5.6%
Ménages Complexes	1345.7	5.5%	1426.6	5.2%	1432.9	5.0%
<i>Dont avec enfant(s) de moins de 18 ans</i>	422.5	1.7%	365.4	1.3%	358.7	1.3%
Total	24332.3	100.0%	27270.2	100.0%	28517.1	100.0%

Tableau 5. Le nombre des ménages français selon la structure familiale (en milliers)

Source : INSEE, 2017

En 2013, 28% des familles françaises sont formées d'au moins un enfant de moins de 18 ans vivant avec l'un de ses deux parents, ou ses deux parents ou l'un de ses parents et un beau parent. Parmi les 8 millions des familles qui comptent un ou plusieurs enfants mineurs, 1,8 million sont des familles monoparentales. Cela représente donc 22% du total des familles françaises. Depuis 1990, le nombre de familles monoparentales ne cesse d'augmenter passant de 11,9% du total des ménages français en 1990 pour atteindre 21,2% en 2010 (INSEE, 2014). En trois ans seulement, entre 2010 et 2013, cette part a gagné 0,8 points du total des familles françaises.

Selon le ministère de la justice (2010), dans 76,8% de cas de divorce, les enfants sont confiés par la justice à leur mère en résidence permanente alors que 14,8% de ces

enfants vivent en garde alternée et 8,4% sont confiés à leurs pères dans le cadre d'une résidence permanente. En cas de séparation des parents de très jeunes enfants, la résidence chez la mère semble être plus préférée à la résidence alternée (Guillonnet & Moreau, 2013). Il nous semble important de préciser que dans le cadre de notre recherche, nous nous intéressons au cas des pères isolés qui ont la garde de leurs enfants en résidence permanente³⁸, en plus des pères qui ont eu la garde alternée³⁹ de leurs enfants. En effet, la garde alternée est le plus souvent partagée entre les deux parents par semaine (une ou deux semaines chez le père et une ou deux autres chez la mère) ou par mois (un mois chez le père et un autre chez la mère). Ainsi, les aspects concernant la consommation se posent aussi pendant les semaines ou les mois que le père isolé passe seul avec ses enfants et est donc amené à assurer les achats pour sa famille.

D'une manière générale, les familles monoparentales comptent moins d'enfants mineurs au foyer que les couples avec enfants. Alors que le nombre moyen d'enfants âgés de moins de 18 ans est de 1.8 dans une famille « complète », ce nombre est de 1.6 dans les familles monoparentales françaises. En effet, en 2013, 6 familles monoparentales sur 10 ne comptent qu'un enfant mineur, contre 4 sur 10 pour les couples avec enfant(s) selon l'INSEE (2017).

³⁸ 8,4% des enfants français issus de parents divorcés (Ministère de la Justice, 2010)

³⁹ Dans 14,8% des cas de divorces en France, les parents divorcés obtiennent une garde alternée (Ministère de la Justice, 2010).

	2008		2013	
		en %		en %
Couples avec enfants(s)	6270.6	79.4%	6241.7	77.8%
Familles monoparentales	1624.0	20.6%	1754.1	22.2%
Femmes seules avec enfant(s)	1392.8	17.6%	1504.1	18.7%
Hommes seuls avec enfant(s)	231.3	2.9%	280.0	3.5%
Total	7894.6	100.0%	8025.8	100.0%

Tableau 6. La structure des familles avec enfant(s) de moins de 18 ans (en milliers)⁴⁰

Source : INSEE, 2017.

Alors que la notion de la monoparentalité est apparue en France à partir des années 1970, elle s'est largement répandue dans les dernières décennies (Eydoux & Letablier, 2007). En effet, selon l'INSEE, la famille française est de moins en moins traditionnelle et de plus en plus monoparentale. Si le niveau de diplôme des parents isolés a généralement augmenté depuis les années 1990, leur position s'est relativement dégradée par rapport à celle des parents non-divorcés, dont le niveau de diplôme a progressé encore davantage. Alors qu'en 1990, les mères isolées étaient d'une manière générale, plus souvent actives occupées que celles en couple, la situation semble s'être inversée en 2012.

Les familles monoparentales sont souvent considérées comme des familles vulnérables et plus exposées à la pauvreté que les autres types de familles,

⁴⁰ Champ : population des ménages, familles avec au moins un enfant de 0 à 17 ans (en âge révolu).

notamment les familles monoparentales dirigées par des mères célibataires (Séchet et al., 2001). La situation financière des familles monoparentales semble s'aggraver dans les dernières décennies (Herpin & Olier, 1997). Ces constats ne peuvent toutefois pas être généralisés sur toutes les familles monoparentales étant donné que cela dépend aussi d'autres facteurs comme les revenus des parents isolés, le niveau de diplômes obtenus, la catégorie socio-professionnelle à laquelle ils appartiennent et bien d'autres facteurs (Algava, 2002).

En effet, les familles monoparentales sont parmi les premières victimes de la crise de longue durée et elles enregistrent un taux de pauvreté nettement supérieur à celui de la population générale selon l'OPNES (2014). Selon l'INSEE (2013), environ une famille monoparentale sur trois vit en dessous du seuil de pauvreté⁴¹, alors qu'environ seulement une famille avec enfants sur dix vit en dessous du seuil de pauvreté dans le cadre d'un couple non séparé avec des enfants mineurs (INSEE, 2013).

Les familles monoparentales représentent, en effet, plus que 20% de l'ensemble des ménages pauvres. Bien évidemment, plus le nombre d'enfants est important, plus le niveau de pauvreté est grave au sein de ces familles monoparentales. De plus, selon une étude menée par Pirus (2011), les ménages monoparentaux constituent environ le tiers des allocataires bénéficiant du RSA⁴². Ces familles vivent plutôt dans des zones urbaines, et plus particulièrement dans les grands centres urbains de l'Île-de-France et du Sud de la France, où leur part constitue plus de 20 à 27 % (Chardon et al., 2008). Les familles monoparentales sont plus particulièrement présentes dans les quartiers de zones urbaines sensibles (ZUS) dans lesquelles plus d'une famille sur 4 est monoparentale selon l'étude menée par Onzus en 2012.

Quant à la répartition régionale des familles monoparentales, les régions Provence-Alpes-Côte d'Azur, Corse et Occitanie, sont les régions qui comptent les plus fortes proportions de familles monoparentales avec respectivement, 27,4%, 27,3% et 25,2% du nombre total de ménages dans ces régions (INSEE, 2017).

3. Les Pères Isolés en France : Un Phénomène en plein Essor

Bien que le nombre de familles monoparentales dirigées par des mères isolées demeure majoritaire, le nombre de pères isolés à la tête de familles monoparentales est en forte augmentation au cours des dernières décennies, les juges accordant moins systématiquement qu'auparavant la garde principale ou exclusive à la mère. En effet, le nombre de pères isolés en France a plus que doublé dans les deux dernières décennies, passant de 100.000 en 1990 pour atteindre 240.000 en 2011. Une augmentation nettement plus forte du nombre de pères isolés est prévue pour les

⁴¹ Cela correspond à des revenus mensuels inférieurs à 993 euros (INSEE, 2013)

⁴² Revenu de Solidarité Active

années à venir. En effet, selon l'étude de la DREES⁴³, il s'agit d'un phénomène en plein essor dans la société française, d'autant plus que « le nombre de pères isolés augmente plus vite que le nombre des familles monoparentales » comme le relève l'étude de la DREES.

Le 04 mars 2002, une loi relative à l'autorité parentale a été adoptée favorisant la garde alternée des enfants entre les deux parents divorcés au détriment de la garde exclusive auprès de la mère qui était bien plus souvent accordée auparavant. Cela a largement contribué à l'évolution de la part des pères isolés par rapport aux familles monoparentales. Cette part est passée de 11% en 1990 à 15% en 2011 (INSEE, 2011)⁴⁴.

De plus, les parcours de vie des « papas solos » semblent être plus dynamiques que ceux des « mamans isolées » (Gautier, 2006). En effet, en 2010, 19% des parents entrants dans la monoparentalité sont des hommes. La grande majorité (86%) des pères isolés entrent dans la monoparentalité suite à leur séparation ou leur divorce de leur conjointe, contre 8% seulement de cas dus à la naissance d'un enfant dans le cadre d'un couple non-cohabitant, et 6% de cas de veuvage.

⁴³ Direction de la Recherche, des Etudes, de l'Evaluation et des Statistiques

⁴⁴ Cette étude de l'INSEE montre qu'en 1990, 880.000 personnes sont parents d'une famille monoparentale comptant un ou plusieurs enfants mineurs. En 1990, 11% de ces parents isolés étaient des pères isolés. En 1999, cette part est passée à 11%, pour finalement atteindre 15% en 2011. Le champ de cette étude est celui des parents d'une famille monoparentale comptant au moins un enfant mineur en France métropolitaine. (Etude de Recensement de la population 1990-1999. INSEE, Enquête Famille et Logements. INSEE-INED, 2011.

Chapitre VI : Choix Epistémologiques et Méthodologiques

L'objectif principal de ce chapitre est d'exposer notre positionnement épistémologique ainsi que la démarche empirique que nous adoptons dans le cadre de notre recherche. En effet, les choix épistémologiques occupent une place centrale dans le déroulement de toute recherche scientifique. Selon Piaget (1965), la méthodologie représente le corps de la recherche étant donné qu'elle porte sur les différentes méthodes qui visent à produire de la connaissance. L'exposition de nos choix méthodologiques nous permettra également de démontrer la cohérence entre notre problématique et le type de données que nous souhaitons recueillir. Cela fait, en effet, partie de l'approche globale dans laquelle nous menons notre recherche.

Expliciter ses choix épistémologiques s'impose dans le cas des sciences de gestion, car ces dernières connaissent une variété de positionnements épistémologiques : entre le positivisme dominant des recherches en finance et le caractère constructiviste de nombre de recherches en stratégie, les sciences de gestion offre un panorama assez ouvert de positionnements selon les disciplines. Dans le cas particulier des recherches en marketing et en comportement du consommateur, on relève aussi une grande diversité. La discipline est largement traversée par des débats épistémologiques (Bergadaa & Nyeck, 1992) dont les journaux académiques se font l'écho, tels que le dialogue, par articles interposés, entre Hunt et Thompson autour du positivisme et de la montée de l'interprétativisme (Thompson, Locander & Pollio, 1989⁴⁵ ; Hunt, 1991)

Dans un premier temps, nous présenterons les fondements du positionnement épistémologique interprétatif, afin de justifier ensuite l'adoption de ce paradigme dans le cadre de notre recherche tout en tenant en compte les particularités de notre problématique et nos questions de recherche. La seconde section de ce chapitre sera consacrée à nos choix méthodologiques.

⁴⁵ Hunt Shelby D. (1991), Positivism and Paradigm Dominance in Consumer Research: Toward Critical pluralism and Rapprochement, *Journal of Consumer Research*, 18 (June), 32-44

Section 1 : Le choix d'un Positionnement Épistémologique Interprétatif

Le positionnement épistémologique fait référence à la vision à travers laquelle le chercheur perçoit la réalité et donc les données émergentes de son terrain (Avenier & Gavart-Perret, 2012). Il s'agit d'un cheminement vers la connaissance. Le positionnement épistémologique fait également référence à la relation que le chercheur entretient avec les interviewés ou les répondants de son terrain.

1. Paradigmes Scientifiques et Épistémologiques

En sciences de gestion, nous rencontrons essentiellement trois types de positionnement épistémologique, qui relèvent de deux paradigmes principaux, au sens de ce qui est tenu pour vrai à un moment donné par une communauté scientifique. Le premier paradigme conçoit essentiellement la vérité comme une donnée que la science se doit de découvrir et donne lieu au positionnement positiviste (positiviste classique, post-positivisme voire post-post-positivisme, Hunt, 1991). Le second postule que la réalité est construite et génère deux approches : le constructivisme et l'interprétativisme. La distinction se trouve essentiellement dans la question de la perception de la réalité (Girod-Séville & Perret, 1999). Chacun de ces trois positionnements épistémologiques correspondant à une vision différente du monde et de la réalité, il suggère un cheminement différent vers la connaissance.

Dans toute science, le positionnement épistémologique permet de clarifier la conception de la connaissance ainsi que la valeur attendue des connaissances, sans oublier les critères de scientificité (la validité) (Gavart-Perret et al., 2008). En marketing, les questionnements épistémologiques et méthodologiques constituent des questionnements essentiels pour la scientificité de la discipline de marketing comme le développent par exemple Bergàada et Nyeck (1992) ou Avenier (2009). Cette scientificité est régulièrement questionnée, notamment du fait de la pluralité des paradigmes.

Dans un premier temps, c'est la scientificité même de la recherche en marketing qui a été questionnée (par exemple Hunt, 1976, 1993), la discipline peinait à trouver un cadre théorique général et intégrateur tel que la théorie micro-économique pour la Finance. Dans un second temps, le débat s'est développé autour de la question des paradigmes. Alors que le positivisme, directement inspiré des approches développées dans les sciences de la vie ou encore dominant dans les sciences économiques a conduit l'essentiel des recherches jusque dans les années 1980 (avec de notables exceptions), c'est surtout à partir des années 1980 que les chercheurs en marketing se sont approprié d'autres paradigmes épistémologiques, notamment le constructivisme et plus particulièrement l'interprétativisme (e.g. Hirshman & Holbrook, 1992 ; Holbrook, 1999 ; Sherry, 1999).

Dans un ouvrage qui s'est imposé comme un classique dans les sciences de gestion, Girod-Séville et Perret (1999) présentent les principaux fondements de chacun des trois paradigmes épistémologiques, en soulignant les différences dans leur vision du monde et de la réalité. Leur tableau est reproduit ci-dessous :

	Le Positivisme	L'Interprétativisme	Le Constructivisme
Quel est le statut de la connaissance ?	Hypothèse réaliste : il existe une essence propre à l'objet de connaissance	Hypothèse relativiste : l'essence de l'objet ne peut être atteinte	Hypothèse relativiste : l'essence de l'objet ne peut être atteinte (constructivisme modéré) ou n'existe pas (constructivisme radical)
La nature de la « réalité »	Indépendance du sujet et de l'objet. Hypothèse déterministe. Le monde est fait de nécessités.	Dépendance du sujet et de l'objet. Hypothèse intentionnaliste : le monde est fait de possibilités.	Dépendance du sujet et de l'objet. Hypothèse intentionnaliste. Le monde est fait de possibilités.
Comment la connaissance est-elle engendrée ? Le chemin de la connaissance scientifique	La découverte. Recherche formulée en termes de « pour quelles causes... ». Statut privilégié de l'explication.	L'interprétation. Recherche formulée en termes de « pour quelles motivations des acteurs... ». Statut privilégié de la compréhension.	La construction. Recherche formulée en termes de « pour quelles finalités... ». Statut privilégié de la construction.
Quelle est la valeur de la connaissance ? Les critères de validité	Vérifiabilité Confirmabilité Réfutabilité	Idiographie Empathie, révélatrice de l'expérience vécue par les acteurs.	Adéquation Enseignabilité

Tableau 7. Les différents paradigmes épistémologiques (Girod-Séville & Perret, 1999)

Dans les années 80, qui voient émerger les débats épistémologiques en marketing et comportement du consommateur, Peter et Olson (1983) puis Hirschman (1986) ont souligné les différences dans les principes du paradigme post-positiviste et ceux du paradigme interprétatif. Selon eux, dans le paradigme post-positiviste :

- Il existe une seule vérité unique. Elle est directement perceptible ou au moyen d'outils ;
- Le chercheur demeure indépendant du phénomène qu'il étudie. Son travail consiste à l'expliquer ou le prédire mais il ne s'agit en aucun cas de le modifier ;
- Les mêmes causes engendrent toujours les mêmes conséquences ;
- La connaissance est considérée comme généralisable tout le temps et même partout mais sous certaines conditions ;
- La recherche demeure objective. Elle n'est pas influencée par les valeurs individuelles du chercheur ou de l'objet de la recherche, ni par les valeurs sociales du contexte dans lequel elle est menée.

Dans le cadre d'un paradigme interprétatif, l'approche est complètement différente :

- La réalité est construite par les individus. Ainsi, plusieurs réalités peuvent exister. Il n'existe pas une seule réalité unique ;
- Le chercheur ne peut pas rester indépendant de son phénomène étudié. Il interagit avec son contexte ainsi qu'avec son phénomène étudié. C'est à partir de cette interaction que la connaissance et la compréhension sont obtenues ;
- Pas de relation de causalité. Dans le cadre du paradigme interprétatif, il n'est pas possible de distinguer des causes et des conséquences ;
- La connaissance n'est pas généralisable. Elle est enracinée dans le cadre contextuel duquel elle émerge ;
- La recherche est subjective car elle demeure dépendante du système des valeurs dans lequel elle est menée.

Comme nous le constatons d'après la distinction entre les paradigmes épistémologiques, les différences sont existentielles et philosophiques. En effet, Hirschman et Holbrook (1992) soulignent que la source de la distinction entre les différents paradigmes est la philosophie. Ainsi, ils expliquent que la différence ne se limite pas uniquement à la divergence dans la vision vis-à-vis de la réalité. En effet, la différence réside dans la construction de la réalité qui suit un continuum du déterminisme matériel au déterminisme mental (Hirschman & Holbrook, 1992). Dans le tableau ci-dessous, les chercheurs illustrent la philosophie de la connaissance et la vision du monde dans le continuum du déterminisme :

Déterminisme Matériel			Déterminisme Mental		
Philosophie	Empirisme Empirisme du sens commun, empirisme logique	Constructivisme Socioéconomique (marxisme, sociologie de la connaissance, ethnométhodologie, structuralisme génétique)	Interprétativisme herméneutique, sémiotique, criticisme structurel)	Subjectivisme Phénoménologie, Existentialisme	Rationalisme Idéaux, Innés, Idées, Archétypes
Vision de la Réalité	Construction Physique de la Réalité (CPR)	Construction sociale de la Réalité (CSR)	Construction Linguistique de la Réalité (CLR)	Construction Individuelle de la Réalité (CIR)	Construction Mentale de la Réalité (CMR)
Vision de la Nature Humaine	Homo Sensans	Homo Socius	Homo Narrans	Homo Individuus	Homo Cogitans
Auteurs Représentatifs	Ayer Berkeley, Hume, Hempel, Locke, Popper	Engels, Garfinkel, Goldman, Mannheim, Marx, Schütz	Dilthey, Schleiermacher	Heidegger, Husserl, Merleau-Ponty, Sartre	Fichte, Jung, Kant, Leibniz, Platon, Spinoza

Tableau 8. La philosophie de la connaissance et la vision du monde (Hirschman & Holbrook, 1992)

Appliquée à notre problématique des pères isolés, une approche positiviste (ou d'inspiration positiviste) consisterait à concevoir cette situation comme une réalité, qu'il faudrait définir, mesurer et quantifier. Si cette approche est intéressante, elle ne correspond pas vraiment à l'ambition de ce travail doctoral, qui est plutôt d'analyser la manière dont ces pères se perçoivent et se définissent. En nous intéressant aux pères isolés, à la manière dont ils se perçoivent et se définissent, nous nous

inscrivons dans une approche interprétativiste. C'est pourquoi cette dernière fera plus d'un développement plus important dans la partie suivante.

2. Les Fondements du Paradigme Interprétativiste

Il peut parfois sembler délicat de distinguer interprétativisme et constructivisme. Selon Guba et Lincoln (1989), l'assimilation de l'interprétativisme au constructivisme peut être liée à leur émergence commune du contexte philosophique et historique. La différence réside, toutefois, dans le processus de production de la connaissance. En effet, l'interprétativisme consiste à une création de connaissance résultante de la compréhension du sens perçu par les acteurs au phénomène étudié ou à leur réalité. La connaissance est également produite à partir de l'interprétation du chercheur. Ainsi, le paradigme interprétatif a pu jouer un rôle incontournable au sein des recherches en sciences sociales (Weber, 1956). Dans tout travail de compréhension d'un phénomène social, le sociologue doit s'intéresser en premier lieu au sens que les acteurs concernés donnent à leur situation.

L'interprétation fait intervenir les éléments du contexte spatio-temporel propres à chaque étude, ou au phénomène étudié ou les acteurs concernés. Dans le paradigme interprétativiste, ces éléments doivent être pris en considération dans le processus d'interprétation du chercheur (Girod-Séville & Perret, 2003). Alors que l'objectivité du chercheur exigée au sein des sciences exactes consiste à une prise de distance par rapport au contexte, les fondements du paradigme interprétativiste consiste à l'immersion du chercheur dans le contexte de sa recherche afin d'établir une proximité avec les acteurs jusqu'à même devenir l'un d'entre eux (Gadamer, 1996).

Cependant, Geertz (1973) a manifesté son désaccord avec l'immersion totale du chercheur jusqu'à une « proximité exagérée » car, selon lui, le but n'est pas de se mettre dans la peau de l'acteur concerné, mais de « lire par-dessus son épaule », ce qui exige une proximité limitée permettant au chercheur la prise de recul vis-à-vis du phénomène qu'il étudie (Leca & Plé, 2008). Il s'agit donc de la position du chercheur qui, pour certains interprétativistes tels que Geertz (1973), doit s'intéresser aux conceptions établies par les acteurs de son terrain, ce qui lui permettra de les comparer avec ses propres conceptions avant de s'impliquer dans le terrain. Pour Paillé et Mucchielli (2003), cela exige une sorte d'empathie de la part du chercheur afin que cette ouverture soit envisageable.

La divergence dans les positions de Geertz (1973) et celle présentée par Gadamer (1996), met également l'accent sur le processus de production du sens au sein du paradigme interprétatif, et la place centrale qu'il occupe au sein de ce paradigme. L'interprétativisme consiste, en effet, à une production de sens explicitée à travers la

construction effectuée par les acteurs sociaux concernés. Selon Geertz (1999, p.30)⁴⁶, la production du sens fait référence à « ce que les institutions, les actions, les images, les déclarations, les événements, les usages et tous les objets habituels d'intérêt socio scientifique, veulent dire pour ceux dont ils sont les institutions les actions, les usages, etc. »

Ainsi, ce processus de production du sens assure un statut pour la connaissance, qui rend l'essence de l'objet de l'étude demeure non-atteinte, et l'interaction entre le sujet et l'objet interdépendante (Le Moigne, 1990). La particularité de l'approche interprétative réside toutefois dans la compréhension des motivations des acteurs, qui, dans le cadre d'une étude en marketing, font référence aux consommateurs. Alors que le constructivisme vise à comprendre la finalité par la construction d'un phénomène de consommation, l'interprétativisme consiste à comprendre le phénomène et à étudier et éclaircir les motivations de ses acteurs.

L'interprétativisme s'intéresse donc aux réflexions portées par les acteurs à l'égard de leurs pratiques et leurs comportements, et au sens qu'ils donnent à ces pratiques. Ce sens est fortement influencé par le contexte socio-culturel, ce qui implique l'appropriation de représentations sociales et symboliques par les consommateurs (Thompson, Pollio et Locander, 1994). Le travail du chercheur consiste à interpréter et comprendre ces symboles et le sens qu'elles portent pour les consommateurs (Hirschman, 1986 ; Arnould & Thompson, 2005).

Selon Goffman (1973), les individus évoluent dans un système d'interactions qui résulte de l'ensemble des interactions qu'ils effectuent avec leur entourage, mais aussi de toutes les interactions effectuées dans leur environnement. Ainsi, les individus effectuent un travail de « mise en forme de la coexistence du jeu social guidé par le système normatif et dans un environnement physique » (Goffman, 1973). Par conséquent, l'évolution des individus s'effectue dans un environnement émanant de leurs réflexions. C'est ainsi que tout individu contribue à la construction des structures sociales tout en étant influencé par elles (Goffman, 1973). La contribution des individus à la construction des structures sociales s'effectue principalement à travers leur interprétation des différentes interactions ayant lieu entre eux et les autres individus de leur entourage, et celles ayant lieu entre les individus de leur environnement physique.

Comme nous avons pu le souligner précédemment, dans le cadre de cette approche, le rôle du chercheur consiste à avoir une vision de la réalité au travers l'interprétation de la façon dont le consommateur la vit, l'exprime et le sens qu'il lui donne. Ainsi, la création de la connaissance évolue parce que le sens donné par l'individu évolue également. L'interprétation est donc rétrospective (Garfinkel, 1967 ; Mucchielli, 2000).

⁴⁶ Cité dans Leca & Plé (2008, p.5)

Pour une meilleure interprétation, le chercheur doit extraire les faits de leur contexte, afin de procéder à leur interprétation sous-forme de texte. C'est le concept de la textualisation qui est d'importance centrale dans le cadre d'une approche interprétativiste (Clifford, 1988). La textualisation consiste à la transformation des discussions, des observations, des comportements, et des habitudes en base de données retirées de leur contexte (Clifford, 1988). Cela permet au chercheur d'interpréter un phénomène et des comportements à partir de données qu'il a constituées hors de son terrain (Geertz, 1973). En effet, la consommation peut être étudiée comme un texte, comme le soulignent Hirschman et Holbrook dans leur article de 1992.

Mais le discours obtenu ne doit pas seulement être textualisé, il doit aussi être contextualisé. En effet, en adoptant une approche interprétative, le chercheur ne produit pas une connaissance généralisable et qui peut être testée partout et à tout moment. Ainsi, les causes qui aboutissent à un certain phénomène ne sont pas forcément toutes identiques. Elles peuvent varier. Dans le cadre de ce paradigme, la connaissance produite est fortement incarnée dans le contexte du phénomène duquel elle émane. L'importance centrale du concept de la contextualisation dans le paradigme interprétativiste réside également dans la prise en considération de l'influence du contexte socio-culturel sur le sens que les individus donnent à leur comportement (Thompson et al., 1989).

La place du cadre conceptuel et théorique est un autre aspect important dans les fondements du paradigme interprétativiste. Si dans certaines recherches, le cadre théorique émerge du terrain (e.g. Fischer et Otnes, 2006), dans la majorité des recherches qui s'inscrivent dans le paradigme interprétativiste, l'objet de la recherche se définit au fur et à mesure de l'avancement de la recherche. Dès lors, le cadre théorique ne peut être défini totalement en amont, il pourra être intégré au fur et à mesure de l'interprétation des données. Dans une vision inductive et déductive, le chercheur effectue des allers-retours entre la littérature et son terrain (McCracken, 1988).

L'évaluation de la connaissance produite par une recherche qui s'inscrit dans le paradigme interprétativiste s'effectue au travers des critères d'évaluation de la scientificité. Dans le tableau ci-dessous nous citons certains des principaux critères d'évaluation :

La crédibilité du chercheur	La crédibilité du chercheur fait référence à sa prise en considération de la pluralité des réalités qu'il découvre (Lincoln & Guba, 1985).
La robustesse de la recherche	La robustesse revient à limiter les biais liés à l'engagement du chercheur dans la recherche (Derbaix & Brée, 2000).
La confirmabilité de la recherche	Une recherche interprétative ne doit en aucun cas donner lieu à des préjugés ou tenir en considération les opinions personnelles de son chercheur (Wallendorf & Belk, 1989).
La transférabilité de la recherche	La transférabilité fait référence à l'habilité à comparer les résultats de la recherche avec ceux d'une autre recherche appliquée dans un contexte différent (Hirschman, 1986).
La saturation de la recherche	La saturation consiste à s'assurer que le phénomène a été exploré dans sa globalité d'une manière suffisamment approfondie.
L'idiographie	L'idiographie consiste à une description détaillée du phénomène étudié et du contexte de la recherche (Girod-Séville & Perret, 1999).

Tableau 9. Les critères d'évaluation d'une recherche interprétativiste

L'interprétativisme en Marketing et en comportement du consommateur

En marketing, l'usage de l'interprétativisme est apparu avec l'émergence d'une nouvelle vision de la consommation et donc d'une nouvelle approche de la recherche en marketing. Alors que la vision initiale de la consommation, dérivée des travaux

des économistes, consiste à considérer les achats comme le résultat d'un processus de décision que la firme aura le soin de comprendre pour l'influencer, une nouvelle vision émerge vers les années 80, qui consiste à considérer la consommation comme une activité essentiellement sociale et non seulement économique mais aussi une activité qui procure au consommateur expérience et sensation (Holbrook & Hirschmann, 1982). Cette nouvelle vision de la consommation ne pouvait se contenter des approches essentiellement cognitivistes de l'achat, et ont fait émerger notamment l'approche interprétativiste, plus à même de saisir le ressenti du consommateur ou la valeur qu'il accorde à un chat et une consommation.

Cette nouvelle vision de la consommation émergente en marketing, particulièrement à partir des années 1990, a conduit de plus en plus de chercheurs à adopter des méthodologies qualitatives, inspirées des travaux en sociologie, afin d'accompagner la nouvelle vision sociale de la consommation. Ces recherches ont couvert une large palette de sujets combinant la sociologie et le marketing (e.g. Firat, 1994 ; Holt, 1995 ; Penaloza, 1994 ; Schouten, 1991), et ont peu à peu gagné en légitimité. Une part grandissante dans des revues du premier rang de la discipline telles que le « Journal of Consumer Research » a donc été consacrée à la publication de ces travaux

En 2005, un courant de pensée en marketing a été institutionnalisé et « brandé » par Arnould et Thompson (2005) ; il s'agit de la *Consumer Culture Theory* (Askegaard et Linnet, 2011). Ce courant consiste à étudier la consommation dans une approche culturelle, en s'appuyant notamment sur l'importance que la consommation occupe dans la vie quotidienne des consommateurs post-modernes. Deux conférences annuelles sont principalement dédiées aux recherches qui s'inscrivent dans ce courant : la CCTC (*Consumer Culture Theory Conference*) et celle de la ACR (*Association for Consumer Research*). Arnould et Thompson montrent que des recherches dans cette veine existent depuis quelques années déjà, qu'elles forment un ensemble cohérent de travaux qui ont contribué à éclairer notre compréhension des phénomènes de consommation, aux Etats-Unis et dans d'autres sociétés. Ils identifient par ailleurs quatre axes principaux de travaux, dont l'axe majoritaire est l'axe identitaire. Plus précisément, ces quatre axes sont les sous-cultures de consommation, les projets identitaires des consommateurs, l'étude socio-historique de la consommation ainsi que les stratégies interprétatives du consommateur

Ce courant est cependant loin de se limiter aux publications anglo-saxonnes. Nombre d'articles et de publications francophones s'inscrivant dans ce courant de recherche ont apparu dès le début des années 1990 (e.g. Badot & Cova, 1995 ; Bourgeon & Filser, 1993 ; Cova, 1995 ; Heilbrunn, 1996 ; Hetzel, 1995). Depuis, ces recherches occupent une place grandissante dans la recherche francophone en marketing, notamment au sein de l'AFM (Association Française de Marketing) et dans la revue Recherche et Applications en Marketing (e.g. Özçağlar-Toulouse & Cova, 2010).

Afin d'accompagner cette nouvelle vision de la consommation au plan méthodologique, le paradigme interprétativiste a été largement mobilisé en marketing dès la fin des années 1980, la période de l'émergence de l'approche sociale du marketing (e.g. Belk et al., 1989 ; Holbrook & O'Shaughnessy, 1984 ; Hudson & Ozanne, 1988 ; Sherry, 1991). Le paradigme interprétativiste assurait la transformation de la recherche en marketing, d'une approche rationnelle (au sens économique du terme) et économique vers une approche plus émotionnelle, sociale et culturelle, permettant l'évolution de la discipline afin de répondre aux nouveaux enjeux de la société post-moderne (Firat & Vankatesh, 1995).

Selon Firat et Vankatesh (1993 ; 1995), le consommateur post-moderne est plus susceptible de vivre sa consommation comme une expérience, voire même de s'engager dans une multitude d'expériences de consommation, qui reflètent la multitude d'identités qui peuvent coexister dans l'individu post-moderne (Firat, 1991). Par exemple, dans son article « *Gender and Consumption : Transcending the Feminine ?* », Firat (1994) considère que la masculinité du consommateur post-moderne exprime sa version féminine à travers la consommation, de la même sorte que la version masculine de la féminité peut être exprimée à travers les expériences vécues par la consommation.

Le paradigme interprétativiste assure donc la prise en compte de la dimension expérientielle dans les pratiques de consommation ; une dimension presque abandonnée par le paradigme positiviste, sans pour autant que ce dernier soit remis en question par l'interprétativisme. Le paradigme interprétativiste consiste à ce que le chercheur étudie le consommateur en tenant compte de la particularité du contexte dans lequel le phénomène de consommation étudié émerge, selon un idéal existentialiste. Il s'agit bien du concept de la contextualité que nous avons eu l'occasion de définir précédemment en définissant les fondements de l'interprétativisme.

Le contexte permet, en effet, de donner du sens au phénomène de consommation étudié (Dilley, 1999)⁴⁷. Il simplifie sa compréhension par le chercheur. Le courant de la CCT (*Consumer Culture Theory*), accorde une importance élevée au contexte (Askegaard & Trolle-Linnet, 2011). La prise en compte du contexte évite de donner au consommateur une totale autonomie de décision et d'action (*agency*) et rappelle l'importance des structures sociales dans lesquelles le consommateur agit. En d'autres termes, la prise en compte du contexte permet d'apporter des éléments de réponse au débat agent/structure (Askegaard & Linnet, 2011).

⁴⁷ Cité dans Cléret (2011)

Nous décidons d'inscrire notre recherche s'inscrit dans la *Consumer Culture Theory* puisque les notions de d'identité et de rôles y tiennent une place importante. Plus particulièrement, nous l'inscrivons dans l'axe qui s'attache à étudier l'élaboration ou la réalisation des projets identitaires des consommateurs. En effet, notre objectif est de comprendre, au travers de notre recherche, le rôle que la consommation joue dans la construction de l'identité de rôle et de genre du père isolé. Dans la sous-section suivante, nous argumentons d'une manière détaillée l'adoption du paradigme interprétativiste au sein de notre recherche.

3. Le Positionnement Interprétatif de notre Recherche

Dans cette partie, nous nous attardons à la présentation de notre positionnement épistémologique. En effet, la décision d'adopter le paradigme interprétativiste dans le cadre de notre recherche a été le résultat d'une longue réflexivité épistémologique. Notre objectif est de nous assurer que le paradigme interprétativiste répond de la manière la plus adaptée, et qu'il permet, tout en tenant compte de la particularité de notre recherche, d'enrichir nos données, et par conséquent nos résultats.

Pour procéder au choix du paradigme épistémologique, nous avons commencé notre raisonnement par notre problématique principale. En d'autres termes, l'objet et l'objectif de notre recherche. En effet, afin de choisir un positionnement épistémologique approprié et une méthodologie adaptée, le chercheur doit en premier temps raisonner par rapport à sa problématique centrale, les questions de recherche qui en découlent, ainsi que l'objet de la recherche (Bergadàa & Nyeck, 1992).

Dans le cadre de notre recherche, notre objectif principal est de comprendre comment un père isolé, en se retrouvant seul face à ses enfants, construit son identité de rôle et de genre et comment la consommation familiale peut y contribuer. Les dimensions identitaire et symbolique sont donc très présentes dans notre recherche. Or l'identité se construit par la confrontation à autrui mais aussi par une élaboration intime. Nous devons pouvoir saisir comment le père se voit et se sent. En outre, par une contextualisation de notre recherche, réalisée dans le contexte français, la dimension socio-culturelle doit être également prise en compte d'un point de vue épistémologique, et ce, d'autant plus que notre recherche concerne la famille, l'une des premières institutions de la société.

Suite à toutes ces particularités qui doivent être prises en compte au plan épistémologique et méthodologique de toute recherche, nous vous proposons de détailler comment le paradigme interprétativiste répond de la manière la plus

pertinente à chacune de ces particularités, afin de démontrer qu'il s'agit du paradigme le plus approprié pour notre recherche.

L'interprétativisme et la dimension symbolique et socio-culturelle de la consommation

Les chercheurs qui adhèrent au paradigme interprétativiste ont tendance à mener des recherches axées sur les dimensions symbolique, sociale et culturelle de la consommation. Ainsi, ils s'inscrivent dans la nouvelle vision du marketing et de la consommation, une approche émotionnelle et socio-culturelle, qui diverge de l'approche plus économique de la consommation. Les aspects symboliques et socio-culturels sont pris en compte dans l'ensemble du processus de consommation mais incluent aussi la phase qui précède la consommation, c'est-à-dire l'acquisition, et celle qui suit la consommation c'est-à-dire la possession et l'usage des biens et services. De plus, ces chercheurs invitent à une analyse du phénomène de consommation étudié, qui s'effectue à trois niveaux : macro, méso et micro, comme le soulignent Eric Arnould et Craig Thompson (2005).

L'importance du contexte est considérée par l'adoption d'une vision « plurivoque et interactionnelle » du monde. Il s'agit d'un des fondements les plus importants du paradigme interprétativiste. Comme nous avons pu le souligner précédemment, l'interprétativisme consiste à considérer que les « mêmes causes n'engendrent pas forcément les mêmes conséquences ». Ainsi, le contexte socio-culturel dans lequel le phénomène de consommation est étudié, joue un rôle non négligeable. En effet, les stéréotypes liés aux rôles de genre (*sex roles*) diffèrent d'une culture à une autre et d'un pays à un autre. De même, le partage des tâches entre les deux membres du couple ainsi que le niveau d'égalité entre les femmes et les hommes change d'un pays à un autre ⁴⁸. De même, au niveau législatif, certains pays favorisent les résidences alternées des enfants en cas de divorce de leurs parents plus que d'autres. Nous l'avons bien constaté dans le chapitre V de notre recherche, l'émergence de familles monoparentales dirigées par des pères isolés n'est pas de la même ampleur d'un pays à un autre, bien que, d'une manière générale, les études montrent que ce type de familles est en forte émergence dans la majorité des sociétés occidentales. Tenir toutes les particularités contextuelles dans l'analyse des données obtenues peut nuancer les résultats sans pour autant réduire la réalité (Deshpande, 1983 ; Spiggle, 1994).

En outre, au sein de notre recherche, nous nous intéressons au rôle des achats familiaux dans la construction identitaire des pères isolés. Nous ne pouvons pas

⁴⁸ Selon le Forum Economique Mondial, la France occupe la 15^{ème} place en termes d'égalité femme-homme. Les pays scandinaves, la Norvège (1^{ère}), la Finlande (2^{ème}) et la Suède (3^{ème}) sont les plus avancés à ce niveau.

adopter une approche cognitiviste, qui conduirait à limiter l'analyse au processus de décision suivi par le père. Même si ce processus est a priori différent du processus conjoint suivi par les couples parentaux, il présente sans doute peu de spécificité, s'agissant d'un processus individuel se réalisant certes dans un contexte particulier, mais un processus individuel cependant, ne s'éloignant guère des autres processus étudiés par les chercheurs cognitivistes. Adopter le paradigme interprétativiste nous permettra au contraire de saisir les enjeux identitaires de la consommation familiale assurée par les pères isolés, et ainsi de mieux rendre compte du sens que cette consommation porte pour ces pères, en étudiant la façon dont ils vivent la sphère domestique. En effet, nous avons pu montrer dans notre revue de littérature, que le comportement de consommation fait partie des conduites comportementales associées aux rôles parentaux, et que ces comportements contribuent à la (re)construction identitaire des parents (e.g. Otnes, 2005 ; Otnes, Lowrey & Kim, 1993 ; Otnes & McGrath, 2001). Toutes ces recherches mettent en avant l'ancrage de ces pratiques de consommation dans un contexte culturel spécifique.

De plus, étudier le rôle de la consommation dans la (re)construction du rôle du père isolé, nous invite à étudier les liens établis entre les « pères solos » et leurs enfants, suite aux interactions qui ont lieu entre eux en faisant du shopping. L'objectif de notre recherche n'est pas d'étudier la manière dont ses interactions contribuent à l'élaboration de l'identité de l'enfant (De Singly, 2000), cela pourrait faire l'objet d'une toute autre recherche. Nous nous intéressons uniquement aux enjeux identitaires des pères, car ce sont eux que cette situation de famille monoparentale affecte le plus en termes de rôle et d'identité. Cependant, afin d'avoir une image complète de ces enjeux, s'intéresser aux relations renouées entre les pères isolés et leurs enfants autour des pratiques de consommation nous sera très utile. En adoptant le paradigme interprétativiste, nous pouvons mieux comprendre les enjeux socio-culturels des relations construites autour du shopping entre nos interviewés et leurs enfants (e.g. Belk, 2010 ; Epp & Price, 2008 ; Penaloza & Gilly, 1999).

Par ailleurs, nous avons pu montrer dans notre revue de littérature que les hommes se servent de la consommation afin de compenser un manque (la théorie de la consommation compensatoire), ou bien d'exprimer leur identité en s'appropriant des ressources symboliques des biens qu'ils consomment (e.g. Bakewell et al., 2006 ; Holt & Thompson, 2004). La littérature montre en effet que les hommes ont de plus en plus recours à la consommation et à ses significations symboliques afin de « sauver » leur identité masculine menacée par les changements socio-économiques (Patterson & Elliott, 2002 ; Schouten & McAlexander, 1995 ; Schroeder & Zwick, 2004 ; Sherry et al., 2001). Tous ces aspects confirment que les ressources symboliques que la consommation offre aux consommateurs leur permettent de bricoler leur identité (Arnould & Thompson, 2005 ; Askegaard et al., 2005). En mobilisant le paradigme interprétativiste, nous pourrions mieux comprendre le sens attribué par nos interviewés aux ressources symboliques de consommation qu'ils s'approprient.

En outre, ce paradigme épistémologique nous permet d'analyser la manière dont les pères isolés s'approprient les biens de consommation qu'ils achètent pour eux ou pour leurs enfants. En effet, plusieurs recherches montrent qu'en effectuant des achats, les consommateurs cherchent à construire leur identité et de l'exprimer aux personnes avec qui ils interagissent (e.g. Fischer et Arnold, 1990 ; McCracken, 1986 ; Otnes & McGrath, 2001 ; Solomon, 1983).

Ce faisant, nous inscrivons notre recherche dans une tradition aujourd'hui déjà ancienne de travaux interprétativistes autour de la consommation familiale ; le prochain paragraphe sera donc consacré à cet aspect.

Interprétativisme et consommation familiale

La consommation familiale concerne les achats réalisés pour le foyer (produits alimentaires, produits d'entretien, équipement du foyer, dépenses de vacances communes,...) comme les achats spécifiquement destinés à chacun des enfants. Elle peut aussi inclure les dépenses destinées aux deux parents, si ceux-ci relèvent du budget familial (Rigaux-Bricmont, 1977).

En effet, contrairement aux enfants adultes qui réalisent leurs achats d'une manière assez autonome, la consommation des enfants qui vivent toujours chez leurs parents reste très dépendante de leurs parents (Moore, Wilkie & Litz, 2002). De plus, les enjeux de construction du rôle parental par la consommation sont bien plus présents quand il s'agit d'enfants mineurs (e.g. Gentina, Collin-Lachaud & Fosse-Gomez, 2012 ; Gentina & Fosse-Gomez, 2006). La prise en compte de l'influence des enfants sur l'achat de leurs pères est donc indispensable pour une compréhension complète des enjeux de la consommation familiale au sein des familles monoparentales gérées par des pères seuls.

Longtemps, ces achats familiaux ont été abordés dans une perspective traditionnelle de prise de décision. Il s'agissait de savoir qui, de la mère ou du père, influençait le plus la décision, et ce, tout au long du processus d'achat (par exemple Davis, 1976, Davis et Rigaux, 1974, Rudd et Koehler, 1990,...). Le concept d'influence y joue un rôle essentiel. D'abord considérés comme simples observateurs, les enfants sont progressivement devenus des acteurs à part entière de la décision familiale. Sur les pas des travaux pionniers de Berey et Pollay (1968), de nombreux chercheurs ont en effet cherché à comprendre la place occupée par les enfants dans ces décisions (par exemple Tissier-Desbordes 1982 ; Foxman Tansuhaj et Ekström, 1989, ...). Les approches sont généralement positivistes, il s'agit de mesurer une influence.

Par ailleurs, Flurry (2007) montre que l'influence des enfants est nettement plus importante au sein des familles modernes qu'au sein des familles traditionnelles.

Cela est, selon elle, dû à la place importante que l'enfant occupe dans les familles modernes. Il s'avère que les enfants ont principalement une influence à deux niveaux du processus de prise de décision d'achat. Le premier est au niveau de la collecte d'information sur les produits/services. Le deuxième est au niveau de la décision finale d'achat. C'est là où l'enfant a la plus grande influence sur la décision de ses parents (Dalakas et Shoham 2003 ; Kaur et Singh 2006). Evidemment cette influence n'est pas de la même dans toutes les situations, elle varie d'une situation à un autre.

En effet, plusieurs facteurs font varier l'importance de l'influence des enfants :

- L'âge : plus l'enfant est âgé, plus son avis a une crédibilité et donc plus son influence est importante (Gotze et al. 2009). Cela s'explique par le fait qu'avec l'âge les enfants ont plus d'expériences avec les produits, une expérience qui peut même dépasser les connaissances des parents surtout en ce qui concerne certains types de produits, comme les produits technologiques.
- La place de l'enfant dans la hiérarchie de naissance de l'enfant : Selon Flurry (2007) l'importance de l'influence de l'enfant diminue avec son classement dans la famille. L'avis de l'ainé est donc le plus pris en considération par les parents.
- Le genre : la différence de l'influence de l'enfant selon son genre a diminué selon Flurry (2007), même si les études précédentes avaient montré que la fille adolescente est l'enfant ayant la plus grande influence d'achat sur ses parents (Lee et Collins 1999)⁴⁹.

En addition de ces facteurs qui dépendent de l'enfant lui-même, d'autres facteurs influencent aussi l'importance du rôle de l'enfant dans la décision d'achat. L'un de ces facteurs nous intéresse particulièrement car il touche à la structure de la famille. Dans les familles monoparentales, Ahuja et Stinson (1993) montrent que l'enfant a tendance à faire les courses seul pour sa famille ou accompagné des autres membres de la famille trois fois plus souvent qu'un enfant issu d'une famille « régulière ». Cela s'explique pour Flurry (2007) par le fait que les enfants issus de familles monoparentales ont relativement plus d'indépendance et de responsabilités que les autres.

Plus récemment, ces travaux sur la consommation familiale se sont inscrits dans un paradigme interprétativiste. L'article de Commuri et Gentry (2000) met en relief les apports enrichissants de ce paradigme pour les recherches sur la consommation familiale. Les auteurs considèrent que de nouvelles méthodologies doivent être mis en place afin d'étudier la consommation familiale d'une manière plus approfondie. Cette approche est particulièrement pertinente dans l'analyse des rôles familiaux. Thompson (1996) et Thompson et al. (1990) ont ainsi adopté l'interprétativisme afin

⁴⁹ Références du paragraphe cité dans Beneke et al. (2011) African Journal of Business Management Vol.5 (10), pp. 3807-3812, 18 May 2011

d'étudier le comportement de consommation des mères dans la vie quotidienne mettant à jour les tensions identitaires qu'elles vivent entre leur éducation et les mentalités dominantes de l'époque qu'elles vivent. Ainsi, en adoptant une méthodologie phénoménologique, ils ont pu mettre en avant le lien entre le mode de vie de ces mères avec la consommation familiale dont elles étaient principalement responsables. Palan et Wilkes (1997) ont également opté pour le paradigme interprétativiste afin de mieux comprendre les décisions d'achat au sein des familles. Dans l'argumentation de leur choix méthodologique, les auteurs soulignent les limites des autres méthodologies, particulièrement dans le domaine de la consommation familiale, notamment en termes d'approfondissement des interprétations des données du terrain.

Dans les recherches en marketing sur la consommation familiale, plusieurs appels invitaient les chercheurs à plus d'innovation au plan méthodologique (e.g. Corfman, 1990 ; Tansuhaj & Foxman, 1990). Cependant, malgré ces multiples appels, peu de travaux sur la consommation familiale ont pu faire preuve d'innovation au niveau de leur méthodologie selon Palan et Wilkes (1997). Certains chercheurs ont toutefois pu innover méthodologiquement dans leurs recherches sur l'achat familial, tels que Heisley et Holmes (1987) qui ont adopté une approche anthropologique, ainsi que d'autres chercheurs qui ont effectué des focus groupes de famille et des entretiens de groupes (e.g. Epp & Price, 2008 ; Stoltman & Gentry, 1992). On note aujourd'hui un certain renouveau dans les recherches sur la consommation familiale, et il est certain que l'approche interprétativiste n'y est pas étrangère (Coskuner-Balli & Thompson, 2013 ; Epp & Price, 2008 ; Harrison, Gentry & Commuri, 2012 ; Molander, 2016).

Pour toutes les raisons citées précédemment, nous décidons d'inscrire notre recherche dans le paradigme interprétativiste, afin de favoriser la capture la plus large possible (Commuri & Gentry, 2000) des enjeux de la consommation familiale au sein des familles monoparentales dirigées par un père isolé. Cette approche nous permettra de comprendre d'une manière plus approfondie la construction de l'identité du père isolé par la consommation.

Mais une autre raison nous pousse à adopter cette approche : le caractère délicat du sujet de notre recherche. Cette dimension fait l'objet du paragraphe suivant.

L'interprétativisme et les sujets délicats

Notre recherche concerne les pères isolés, et porte donc sur un sujet que l'on peut considérer comme délicat. En effet, les pères isolés sont des pères qui ont vécu soit un veuvage, soit un divorce. Ces deux événements de vie peuvent être considérés comme traumatisants. Et nous verrons qu'en effet, bien rares sont les pères interviewés qui ont bien vécu le divorce. Que ce soit la période qui précède la séparation, pendant le déroulement du divorce ou même après, les pères isolés sont presque tous passés par des périodes assez difficiles sur le plan matériel comme

psychologique. Même si nous décidons de prendre des précautions, comme de ne pas interroger des pères fraîchement divorcés, il est certain que le traumatisme est encore vif. Or ne nous plaçant pas dans une position de thérapeute, nous ne souhaitons pas faire revivre aux pères interrogés ce moment difficile de leur vie⁵⁰. Afin de ne pas biaiser nos données, nous devons limiter le caractère trop émotionnel des informations et être sûrs que les pères ont eu suffisamment de recul par rapport à leur situation.

Une recherche peut être considérée comme une étude délicate, lorsque son sujet fait appel à des fortes émotions (le plus souvent négatives), à l'éthique ou à tout ce qui relève de la vie privée des individus comme la sexualité (e.g. Ger & Sandikci, 2006). Par exemple, le divorce (e.g. Ahuja et al., 1993), la religion (e.g. Shreim, 2009), la mort (e.g. Urien & Guiot, 2007), la pauvreté (e.g. Gorge, 2014), et l'ethnicité (e.g. Régany, 2012), peuvent être considérés comme des sujets sensibles. La complexité du sujet se manifeste le plus dans le contexte de la recherche, plus particulièrement pendant la période que les chercheurs passent sur le terrain. La délicatesse de certaines recherches ne réside pas vraiment dans le sujet en soi, mais plutôt dans la relation entre le sujet et l'environnement socio-culturel dans lequel ces recherches sont effectuées (Renzetti & Lee, 1993).

Lee (1993) souligne que travailler sur un sujet sensible exige une finesse extrême de la part du chercheur qui peut être parfois perçu comme un « espion ». Selon Lee (1993), il est donc préférable que le chercheur soit en relation direct avec les individus concernés, et de prendre son temps à établir un minimum de confiance entre lui et son interviewé afin que ce dernier puisse s'exprimer d'une manière plus ouverte, notamment quand il s'agit d'un sujet qui touche à sa vie privée. Le divorce, la relation conjugale avant le divorce, sont tous des aspects que nous avons abordés en détails avec nos interviewés. Ces sujets sont en effet considérés comme des sujets assez délicats.

⁵⁰ Dans la suite, nous verrons que nous avons décidé de ne pas interviewer que des pères qui ont divorcé depuis plus d'un an

Section 2 : Une Méthodologie Phénoménologique et Projective

L'approche méthodologique fait référence au processus de production de la connaissance. Un chercheur doit faire ses choix méthodologiques par rapport aux objectifs de sa recherche. En effet, l'approche méthodologique doit être la plus pertinente afin de valider la recherche (Gavard-Perret et al., 1998). De plus, le choix méthodologique doit être en toute cohérence avec le paradigme épistémologique dans lequel s'inscrit la recherche. En effet, comme nous avons pu le souligner précédemment, tout paradigme favorise un certain nombre de méthodes de collecte et d'analyse de données (Deshpande, 1983).

Quant à notre recherche, l'adoption du paradigme interprétativiste, nous a offert une variété de méthodologies qualitatives qui sont susceptibles d'être appliquées afin de mieux répondre à notre problématique et nos questions de recherche. En effet, pour une compréhension plus approfondie de notre terrain, nous avons décidé de combiner deux méthodes de recherche. Une méthodologie phénoménologique que nous avons complétée par une méthodologie projective. La mobilisation de ces deux méthodologies nous paraît tout à fait cohérente.

En effet, l'approche phénoménologique nous permet, par le biais des entretiens individuels que nous avons menés, de tracer les événements importants de la vie des pères isolés, d'investiguer sur leur vécu, leurs expériences de consommation, et leur façon de gérer leur vie quotidienne, celle de leurs enfants, et la consommation de leur famille. Cela nous permet donc de comprendre la façon dont les pères isolés vivent la gestion de la consommation familiale au travers leur récit (McCracken, 1988). De plus, cette méthode nous permet d'investiguer leur parcours conjugal, leur background socio-culturel ainsi que d'autres éléments sur leur trajectoire identitaire. L'approche projective, nous permet de compléter nos données, et de les enrichir par des données moins rationalisées, reflétant d'une manière plus proche de la réalité, les émotions de l'individu, ses pensées et son idéologie (Kline, 1983 ; Webb, 1992).

La phase empirique de notre recherche s'est étalée sur une période de deux ans. En effet, nous effectuons des allers-retours entre le terrain et la théorie (McCracken, 1988).

1. L'Approche Phénoménologique

L'objectif de cette partie est de traiter les fondements philosophiques de la méthodologie phénoménologique, ainsi que ses champs d'application dans les

recherches en marketing. Nous présentons de même les principales raisons de l'adoption de cette approche dans le cadre de notre recherche ainsi que les méthodes auxquelles nous avons recours afin d'atteindre le « dialogue phénoménologique » avec nos pères isolés interviewés (Thompson et al., 1989).

1.1. L'Approche Phénoménologie en Marketing

Entre les années 1970 et fin 1980, les chercheurs en marketing qui adoptaient le paradigme interprétativiste, optaient plutôt pour des méthodologies sémiotiques (e.g. Holbrook & Grayson, 1986 ; Sherry & Camargo, 1987), ethnographiques (e.g. Arnould & Wallendorf, 1994 ; Belk, 1987 ; Belk, Sherry & Wallendorf, 1988 ; Hirschman, 1986 ; Holbrook, 1987), ou même structuralistes (e.g. Levy, 1981 ; O'Shaughnessy, 1987). Bien que, dans certains cas, ces études se caractérisaient par une approche phénoménologique, la mobilisation de cette perspective n'était pas théorisée.

L'une des premières recherches à adopter l'approche phénoménologique en comportement du consommateur est celle de Thompson, Locander, et Pollio (1989). En effet, ces chercheurs ont adopté la perspective phénoménologique afin d'étudier et de comprendre d'une manière approfondie des phénomènes de consommation et l'expérience que l'individu vit à travers sa consommation. Ainsi, Thompson, Locander et Pollio (1989) ont inscrit la phénoménologie dans une perspective philosophique existentialiste. Ils la définissent comme étant une méthodologie « phénoméno-existentialiste ». Selon eux, cette méthode consiste à considérer l'expérience vécue par le consommateur comme étant le noyau de la méthodologie.

L'approche phénoménologique est positionnée comme une méthodologie alternative aux perspectives psycho-cognitiviste et behaviouriste (Thompson, Locander & Pollio, 1989). En effet, selon la pensée behaviouriste (Howard, 1965 ; Hull, 1943), lorsque la compréhension du comportement est atteinte par le chercheur, d'autres concepts comme la conscience du consommateur, son imagination ou même sa pensée, sont considérés comme marginaux (Skinner, 1974). Si ces concepts ont été partiellement négligés par la perspective behaviouriste, l'approche psycho-cognitiviste, comme son intitulé l'indique, tient en compte l'aspect cognitif (mental) en plus de l'aspect comportemental. En marketing, les recherches qui se sont inscrites dans la perspective psycho-cognitiviste, ont principalement traité des structures mentales qui constituent la cognition du consommateur, ainsi que les modes de traitement des informations aboutissant à la prise de décision d'achat par les consommateurs (Thompson et al., 1989). Cependant, ces recherches ont priorisé les aspects cognitifs au détriment de la notion expérientielle de la consommation, peu présente dans leur approche.

Ainsi, selon Thompson et al. (1989), l'idéal serait de tenir en compte l'aspect expérientielle en plus de l'aspect cognitif, ce qui assure une meilleure compréhension des processus d'achat des consommateurs en dévoilant les véritables motivations qui en sont à l'origine (Belk, 1984 ; Deshpande, 1983 ; Holbrook & Hirschman, 1982 ; Levy, 1981).

Une Philosophie Existentialiste

Edmund Husserl, le fondateur de la phénoménologie, définit cette perspective comme un courant philosophique qui consiste à étudier l'expérience vécue par les individus (Husserl, 1913)⁵¹. Ce courant philosophique est existentialiste étant donné qu'elle vise à répondre à des questions essentielles qui parviennent à des moments critiques dans l'existence de l'individu. En effet, l'approche phénoménologique vise à répondre à deux questions essentielles : comment l'individu doit-il vivre ? Et comment fait-il un choix ? Tout en tenant en compte les conséquences de ses choix sur sa propre existence ainsi que celle de ceux qui l'entourent. Selon le philosophe allemand Martin Heidegger⁵², la première étape de la compréhension de l'expérience vécue par les individus, consiste à l'analyse du « comportement conscient » qui permet d'analyser les principaux enjeux de l'expérience vécue par les individus. En effet, la phénoménologie consiste à considérer le monde comme étant reconstitué par l'individu.

La phénoménologie existentielle s'intéresse à la description des expériences vécues par les individus. Selon cette approche, le vécu est perçu comme une expérience subjective reconstruite par les individus. La subjectivité de l'expérience provient principalement de l'influence de l'environnement de l'individu sur son vécu. Ainsi, Sartre (1962) considère que le contexte joue un rôle primordial dans le sens que porte l'expérience pour l'individu qui l'a vécue. En effet, dans les fondements de la phénoménologie existentielle, l'expérience vécue par les individus n'aurait pas de sens sans son contexte existentiel. En outre, chaque expérience porte un sens propre à elle-même. Un sens qui peut varier d'un sujet à un autre (Thompson et al., 1989).

Ainsi, en adoptant une méthodologie phénoménologique, le chercheur doit percevoir le phénomène étudié selon une perspective bien déterminée (Merleau-Ponty, 1981), car la considération du phénomène d'une manière globale risque de ne pas permettre au chercheur d'appréhender le sens que porte pour les individus qui le vivent (Thompson et al., 1989). L'interprétation d'un phénomène de consommation est donc centrale dans la compréhension du sens émané. La perspective adoptée dans l'étude du phénomène fait que certains éléments sont considérés comme d'une importance supérieure par rapport à d'autres. Le chercheur doit se focaliser sur les éléments

⁵¹ Cité dans Ricœur (1950)

⁵² Cité dans Gallimard (1989)

auxquels le consommateur accorde une grande importance selon la façon dont ce dernier vit son expérience de consommation. L'importance accordée à certains éléments de l'expérience de consommation vécue par l'individu, se manifeste par l'imagination de ce dernier, ses pensées, son comportement, ainsi que ses réactions émotionnelles.

1.2. La Phénoménologie dans notre Recherche

L'objectif de notre recherche est de comprendre comment les pères isolés font face seuls à la consommation familiale ainsi que la façon dont ils vivent l'accomplissement des tâches de la sphère domestique. L'adoption d'une méthodologie phénoménologique, nous permet de se focaliser sur l'expérience de consommation vécue par les pères isolés en assurant les achats familiaux. De plus, nous nous intéressons au sens que ces expériences de consommation portent au niveau identitaire chez nos interviewés. Cela nous paraît en parfaite cohérence avec l'adoption du paradigme interprétativiste dans le cadre de notre recherche, qui insiste sur les dimensions symboliques et socio-culturelles de la consommation.

En outre, nous nous intéressons à la contribution des expériences de consommations vécues par les pères isolés à la (re)construction de leur identité de genre et de rôle. L'identité de genre et l'identité de rôle sont décrites comme subjectives (Epp & Price, 2008 ; Otnes, 2005). La subjectivité de ces concepts réside essentiellement dans leur contextualisation. Ainsi, selon l'approche phénoménologique, la connaissance de notre recherche est produite par le vécu de nos interviewés. L'importance accordée au vécu des individus par cette méthode, nous assure une meilleure compréhension des expériences de consommation des pères isolés et de la manière dont ils les vivent, tout en tenant compte de la subjectivité de ce vécu.

Ainsi, les discours narratifs sont privilégiés en phénoménologie. Ces discours permettent à nos interviewés d'exprimer leur réalité de la façon dont ils l'ont construite d'une manière subjective (Philips & Hardy, 2002). En introspection narrative, le récit constitue un élément primordial dans l'expression des idées et des représentations (Van Dijk, 1990). Les entretiens phénoménologiques individuels nous permettent d'approfondir les notions traitées et de partir d'éléments biographiques, et donne aux interviewés une grande marge pour s'exprimer et aborder tous les sujets dont ils souhaitent parler.

La contextualisation est également l'une des particularités de notre recherche, auxquelles la phénoménologie répond parfaitement. En effet, l'émergence de ce type de familles monoparentales gérées par des pères isolés, les stéréotypes de genre et de rôles de genre, ne peuvent pas être considérées d'une manière indépendante du contexte socio-culturel dans lequel ils sont étudiés (Molander, 2016 ; Spigle, 1992).

L'expérience vécue par nos pères isolés est donc fortement influencée par le contexte socio-culturel dans lequel elles sont produites. L'approche phénoménologique assure la prise en compte de l'aspect socio-culturel étant donné qu'elle met en relief l'influence et le pouvoir des systèmes culturels (Thompson et al. , 1989).

2. L'Approche Projective

Les techniques projectives sont souvent utilisées en marketing et comportement du consommateur dans l'objectif d'investiguer des aspects sur lesquels les répondants sont plus réticents ou incapable d'exprimer leurs pensées et leurs sentiments par des questions directes. Dans cette partie, nous exposons en premier temps les fondements des techniques projectives ainsi que leurs champs d'application en marketing. Nous présentons ensuite les enjeux de l'adoption de cette méthodologie dans le cadre de notre recherche et la complémentarité entre l'approche phénoménologique et les techniques projectives dans la perspective d'obtenir des données plus approfondies.

2.1. Les Techniques Projectives en Marketing

Les techniques projectives sont des méthodes qui consistent à l'exposition des répondants à des stimuli divers, et à leur demander de les décrire, d'y réagir, et de les interpréter (Adréani & Conchon, 2009). Selon les professeurs Françoise Conchon et Jean-Claude Adréani (2009), cette méthode aide à « dévoiler les idées les plus profondes, inconscientes et cachées des interviewés » que les méthodes de questionnement directes ou même indirectes ne permettent pas (Colman, 2001). Les techniques projectives facilitent l'articulation des pensées des interviewés en permettant à ces derniers de projeter leurs avis et pensées sur des individus ou des choses autres qu'eux. Cela évite la répression de ces pensées (Boddy, 2004b). Ainsi, les méthodes projectives permettent aux participants d'exprimer des pensées qu'ils n'auraient pas exprimées, ou qu'ils n'auraient pas abordées de la même manière. Les interviewés sont invités à répondre aux stimuli dans le but qu'ils projettent des aspects de leurs propres pensées et sentiment via les stimuli.

Les méthodes projectives ne se limitent pas aux recherches qualitatives (Levy, 1994), mais peuvent également être utiles dans le cadre d'une recherche quantitative (Boddy, 2005). Cependant, ce type de techniques reste le plus souvent utilisé dans des études qualitatives notamment en comportement du consommateur (Gordon & Langmaid, 1990), où le but de ces techniques consiste à faciliter l'acquisition d'une compréhension plus profonde des notions recherchées.

Alors que les méthodes projectives sont le plus souvent utilisées en études psychanalytiques et en psychologie d'une manière plus générale (Dichter, 1964), leur mobilisation dans le cadre d'études en marketing, a émergé en début des années 1990, avec l'émergence des méthodes qualitatives en marketing et comportement du consommateur (Catterall, 1998 ; Fram & Cibotti 1991; Miller 1991). Dichter (1964) distingue entre le rôle de la projection dans le cadre d'une recherche en psychanalyse par rapport à une recherche en comportement du consommateur. En effet, dans le cadre d'une recherche en comportement du consommateur, la projection signifie projeter des idées subjectives concernant un phénomène de consommation ou une expérience de consommation vécue. Ces techniques permettent au consommateur de se projeter sur une autre personne, ce qui lui permet d'exprimer d'une manière plus facile des sentiments intimes ou des pensées délicates.

Catterall (1998) note que la façon dont les études sur le comportement du consommateur étaient enseignées, était fonctionnaliste, technique et assez étroite, sans vraiment tenir en compte des évènements historiques et sociétaux. Ce gap intellectuel dans certaines études en comportement du consommateur, explique la remise en question de la validité et de la fiabilité des méthodes projectives.

En effet, alors qu'elles ont été appliquées dès les années 1940 en marketing, les techniques projectives n'ont gagné de fiabilité dans cette discipline qu'à partir des années 1990, lorsqu'elles ont commencé à être de plus en plus répandues dans ce domaine (Catterall & Ibbotson, 2000). Le but étant d'encourager les répondants à exprimer des pensées et des comportements qui pourraient être autrement retenus en raison d'embarras ou de peur, si des méthodes de questionnement directes ou indirectes ont été appliquées. Les chercheurs en marketing ont emprunté les méthodes projectives de la psychanalyse et de la psychologie clinique (Boddy, 2004a ; Robson, 2000) où elles sont encore très répandues (Richman, 1996) afin de mieux comprendre les personnalités ainsi que les troubles de personnalité. Le concept de projection provient, en effet, à l'origine, des travaux de Freud sur la paranoïa (Lilienfeld, Wood & Garb, 2000), où il a conceptualisé la projection en tant que mécanisme de défense par lequel les gens attribuent inconsciemment leurs propres défauts de personnalité aux autres.

Les techniques projectives peuvent être classées comme des méthodes d'investigation indirectes et structurées, permettant de comprendre les « pourquoi » des situations ou de certains phénomènes (Webb, 1992). Ces techniques ne sont pas utilisées pour mesurer, mais pour dévoiler les croyances, les émotions et les motivations que les consommateurs ont parfois du mal à exprimer pour une raison ou une autre (Webb, 1992). Ainsi, les techniques projectives sont considérées comme le meilleur moyen pour le chercheur pour accéder à la vie privée des répondants, en abordant des sujets émanant de leurs perspectives intérieures d'une manière qu'ils se sentent confortables avec (Gordon & Langmaid, 1988 ; Loudon & Della-Bitta, 1993).

Ainsi, les chercheurs ont recours aux techniques projectives afin de « transcender les barrières de communication » pour reprendre l'expression de Suné Donoghue (2000). En effet, dans certaines circonstances, il est presque impossible d'obtenir des informations précises concernant certaines expériences, ou certaines significations, simplement en leur posant des questions directes (Haire, 1950). Dans le cadre de certains sujets délicats, les répondants ont tendance à ne pas partager toutes leurs pensées et leurs expériences avec le chercheur, qui reste après tout un étranger pour eux (Berkman & Gilson, 1986).

En outre, les répondants ont tendance à donner des réponses qui correspondent aux normes sociales et aux stéréotypes notamment lorsque le sujet de l'interview porte sur ce sujet (Green, 1984). Les répondants préfèrent donner des réponses qui sont socialement acceptables (Sampson, 1986 ; Will et al., 1996). Les réactions des interviewés aux techniques projectives ne sont toutefois pas considérées dans la signification à laquelle ils s'attendent, mais doivent être interprétées par les chercheurs dans leurs significations sous-jacentes en se basant sur le comportement manifesté de leurs interviewés (Levy, 1981 ; Sampson, 1986).

Les techniques projectives ont toutefois certains inconvénients. En effet, leur mise en place peut s'avérer dans certains cas une tâche très complexe (Burns & Lennon, 1993). En effet, les réponses des participants ne prennent pas tout leur sens sans l'interprétation des chercheurs qui doivent évaluer ces données (Churchill, 1991). C'est une des raisons pour lesquelles, les méthodes projectives sont critiquées, car elle pousse à remettre en cause la question de subjectivité des chercheurs (Sampson, 1986).

De plus, certains sujets ne parviennent pas facilement à se projeter dans une autre personne. D'autres refusent même de jouer un rôle donné dans le cadre de certaines méthodes projectives (Webb, 1992).

Cependant, les techniques projectives peuvent apporter une véritable richesse aux données d'une recherche notamment lorsque cette dernière porte sur les valeurs, les croyances, et le comportement des individus (Kassarjian, 1974). Les méthodes projectives permettent, en effet, d'obtenir une vision complète sur le fonctionnement des individus (Thorndike, 1986).

L'un des avantages majeurs des techniques projectives est « la malléabilité de leur application » (Solomon, 1994). En effet, les techniques projectives peuvent être introduites à des stages différents du terrain et de la discussion. Elles peuvent être utilisées comme un moyen de relancer les répondants ou de « briser la glace » entre le chercheur et son répondant, ou même entre les répondants lorsqu'il s'agit d'un entretien collectif (Green, 1984). Les techniques projectives créent une nouvelle énergie dans la discussion et mettent en avant de nouveaux aspects du sujet de la recherche.

Contrairement aux questions directes dans le cadre d'un entretien, les répondants ne sont, le plus souvent, pas au courant du véritable objectif de l'exercice projectif. Bien qu'ils soient conscients des objectifs généraux de l'étude à laquelle ils participent, les répondants n'ont aucune idée précise sur les aspects significatifs de leurs réponses. En effet, les répondants ne perçoivent pas des « bonnes ou mauvaises » réponses à l'exercice, surtout qu'ils sont encouragés à développer le plus possible et donc donner un grand nombre d'idées (Wagner, 1995).

2.2. Les Techniques Projectives dans notre Recherche

Comme nous l'avons bien souligné en présentant les fondements de la méthodologie projective, l'adoption de cette méthodologie sera complémentaire à nos entretiens individuels (Adréani & Conchon, 2009), d'autant plus que notre recherche porte sur un sujet sensible (Gordon & Langmaid, 1988 ; Loudon & Della-Bitta, 1993). En effet, pour éviter l'embarras ou l'inconfort que certaines questions pourraient provoquer dans le cadre des entretiens individuels, appliquer les techniques projectives sur nos pères isolés leur permet de se projeter sur d'autres situations où ils se sentiraient moins visés.

En effet, l'étude de Will et al. (1996) montre la grande utilité des techniques projectives dans le cadre des recherches qui portent sur des sujets socialement sensibles. Les chercheurs visaient à explorer les perceptions des femmes des facteurs qui affectent leur santé. La recherche porte sur des aspects délicats comme la connaissance des femmes sur les moyens contraceptifs, et à étudier les émotions, les comportements, les sentiments et les expériences de ces femmes. Cette recherche met en avant la fiabilité et la richesse des données obtenues via les techniques projectives par rapport à d'autres méthodologies non-projectives.

En outre, les techniques projectives permettent aux pères isolés de se projeter dans certaines situations, ce qui nous permet d'obtenir des données plus précises et riches. En effet, certains pères ne parvenaient pas à nous raconter des expériences de consommation précises quand nous leur en demandions. Les techniques projectives leur permettent de s'y inspirer et de penser à des expériences qu'ils ont vécues en assurant seuls les achats de leurs familles.

De plus, certains pères isolés auraient tendance à donner des réponses socialement acceptables (Sampson, 1986 ; Will et al., 1996) quant aux stéréotypes des tâches ménagères, de la sphère intérieure, et de la façon dont ils vivent l'accomplissement de ces tâches. En réagissant à des matériaux projectifs, nos interviewés auraient tendance à moins rationaliser leurs réponses et à être influencés par les normes sociales, étant donné que, grâce aux méthodes projectives, ils ne seraient pas forcément conscients des objectifs sous-jacents des chercheurs (Green, 1984 ; Levy, 1981). En effet, selon Will et al. (1996), les techniques projectives ne se limitent pas

aux sujets sociaux, mais peuvent aussi apporter leurs contributions méthodologiques à des recherches qui portent sur les stéréotypes des consommateurs et sur les pratiques de consommation qui défient les stéréotypes de genre (Donoghue, 1998).

En croisant l'intérêt de leur recherche entre la différence entre les genres d'une part et les différences culturelles d'autre part, pour étudier le comportement des consommateurs dans trois pays (les Etats-Unis, le Danemark et la Turquie), Belk, Ger et Askegaard (1997) ont mis en relief les apports des méthodes projectives par rapport aux autres méthodes qualitatives et quantitatives traditionnelles, notamment lorsqu'il s'agit d'étudier l'influence culturelle sur les identités des genre dans une culture de consommation. Selon eux, les techniques projectives se sont avérées très utiles dans une variété de contextes de recherche sur les consommateurs, dans lesquels des méthodes de questionnement directes ne permettent pas de saisir une compréhension adéquate des processus de comportement des consommateurs et du symbolisme de la consommation (e.g., Branthwaite & Lunn 1985; Gordon & Langmaid 1988; McGrath, Sherry, & Levy 1993; McWilliam & Dumas 1985; Sherry, McGrath, & Levy 1992, 1993, 1995; Zaltman 1995; Zaltman & Coulter 1995; Zaltman & Higie 1993; Zaltman & Schuck 1995; Zaltman, Zaltman, Cramer, Finkle, & Randel 1995). Nous considérons que les techniques projectives seront aussi enrichissantes pour notre recherche qui vise à étudier le rôle de la consommation familiale dans la construction de l'identité de genre et de rôle des pères isolés tout en tenant en compte le contexte socio-culturel dans lequel nous la menons.

Chapitre VII : La Collecte des Données et la Méthode d'Analyse

Le septième chapitre de notre recherche sera dédié à la présentation des méthodes de collecte des données, du déroulement de cette collecte ainsi que de la méthode d'analyse des données. Il s'agit de la phase empirique, une étape clé dans l'aboutissement de notre recherche, étant donné qu'elle consiste à la rencontre des pères isolés, d'explorer leurs vies quotidiennes, leurs pratiques de consommation, leur gestion de la sphère interne. Toutes ces données seront analysées et interprétées de notre part.

Nous présenterons, en premier temps, les méthodes qualitatives de collecte de données auxquelles nous avons eu recours. En effet, après avoir présenté nos choix épistémologiques phénoménologique et projective dans le chapitre précédent, nous présenterons les apports des entretiens semi-directifs dans le cadre de notre recherche, ainsi que les techniques projectives auxquelles nous avons eu recours.

Nous définirons ensuite le « protocole » de notre échantillonnage et notre population mère ainsi que ses critères de choix. Nous présenterons également les méthodes de recrutement de nos répondants et nous récapitulerons les différents profils de ces derniers.

Nous terminerons ce chapitre par la présentation de notre choix de la méthode d'analyse en cohérence avec notre positionnement épistémologique interprétativiste.

Section 1 : Des Méthodes Qualitatives

Le choix méthodologique est le choix de la méthode d'accès à l'information, de la comprendre et de l'analyser. L'approche qualitative est une méthodologie qui permet une collecte de données non quantifiables, non chiffrées contrairement à la méthodologie quantitative qui assure un traitement de données quantifiables et chiffrées. Le choix méthodologique est lié au positionnement épistémologique afin de définir une démarche empirique cohérente au sein de la recherche. Ayant adopté le paradigme épistémologique interprétativiste, la méthodologie qualitative est privilégiée pour la collecte de nos données (Girod-Séville & Perret, 1999). D'autre part, une méthode quantitative est privilégiée dans le cadre d'un positionnement épistémologique positiviste, étant donné qu'elle permet l'obtention de résultats chiffrés et donc d'une seule « réalité » mesurable, ce qui est en toute cohérence avec les fondements du paradigme positiviste (Miguaise, 2014).

La méthodologie quantitative qui consiste au traitement statistique de données chiffrées, a une démarche bien définie grâce à des résultats « attendus ». En effet, il s'agit de valider une ou plusieurs hypothèses inspirées des théories liées au sujet de la recherche. La démarche de la méthodologie quantitative se présente comme suit : 1. Définition des hypothèses ; 2. Le test ; 3. Traitement statistique des données ; 4. Analyse des données ; 5. Validation (ou non-validation) des hypothèses ; 6. Généralisation des résultats.

Contrairement à la méthodologie quantitative, la méthodologie qualitative est une approche qui laisse les portes ouvertes à des résultats « inattendus ». Dans le tableau ci-dessous une récapitulation comparative entre la méthodologie quantitative et qualitative :

Critères	Méthodologie Qualitative	Méthodologie Quantitative
Description	Examen et interprétation non numérique d'observations, en vue de découvrir des explications sous-jacentes et des modes d'interrelation	Représentation et manipulation numériques d'observations en vue de décrire et d'expliquer le phénomène dont rendent comptes ces observations
Objectifs	Dégager et analyser les éléments qui échappent à la quantification	Classer les éléments, les compter, construire des modèles statistiques pour expliquer les données
Raisonnement	Approche inductive qui se termine avec des hypothèses et des théories	Approche déductive qui débute par des hypothèses et des théories
Cible	Echantillon, petit groupe	Grand groupe d'individus
Nature des données	Données non quantifiables (mots, images)	Données quantifiables (chiffres et statistiques)
Techniques utilisées	Entretien, focus groupe, observation (face à face)	Entretien, Internet, courrier, etc.
Type de questions	Questions ouvertes	Questions précises, fermées, QCM
Type d'analyse	Description narrative	Estimation numérique
Démarche suivie	Subjective (observation, entretiens approfondis)	Objective (mesure précise de la cible)
Rôle du chercheur dans la collecte de données	Il est l'instrument de collecte des données	Il utilise des outils tels que les questionnaires pour collecter des données chiffrées

Tableau 10. Les méthodologies qualitative et quantitative (Gomez, 2009)

Notre recherche qui porte sur les enjeux identitaires des pères isolés dans la sphère domestique, nécessitent des résultats non prédéfinis, permettant au chercheur d'approfondir toute notion nécessaire pour la compréhension de la consommation familiale au sein des familles monoparentales gérées par des pères solos. Ainsi, la méthode qualitative nous permet de ne pas avoir des hypothèses comme un point de

départ, mais plutôt de se fier en premier temps au terrain, car ce qui nous intéresse, c'est la façon dont ces pères isolés vivent ces expériences de consommation et donc la façon dont ils parlent. En outre, les dimensions sociales et culturelles fortement présentes au sein de notre recherche, impliquent l'adoption de la méthodologie qualitative qui assure l'obtention d'une richesse d'informations (Pellemans, 1999).

De plus, étant donné que notre recherche porte sur un sujet sensible, le contact direct entre le chercheur et l'interviewé, assure un meilleur approfondissement des différents aspects du sujet, et permet à l'interviewé de briser sa « peur » (Boddy, 2004a) ou sa réticence, et donc donner plus de précisions sur ces expériences vécues qui peuvent être parfois issues de sa vie privée compte tenue du sujet personnel.

En toute cohérence avec notre positionnement épistémologique interprétativiste, nous avons recours à deux méthodes qualitatives : Les entretiens phénoménologiques dans le cadre de la méthodologie phénoménologique, et l'exposition de photographies dans le cadre des techniques projectives.

1. Les Entretiens Phénoménologiques

1.1. Définition et Principes

L'entretien individuel est l'un des méthodes qualitatives les plus répandues en sciences de gestion et en comportement du consommateur (Denzin & Lincoln, 1994 ; Grbich, 1999 ; Kvale, 1996 ; Murray & Chamberlain, 1999). Ces entretiens laissent une place privilégiée pour la phénoménologie (Thompson et al., 1994). Les entretiens individuels que nous avons menés, s'inscrivent dans la psychologie phénoménologique (e.g. Giorgi, 1975 ; Santiago & Delefosse, 2001). Les fondements de ce type d'entretiens correspondent à la vision phénoménologique. Un entretien phénoménologique est un entretien qui est mené en profondeur (Thompson et al., 1989). Les entretiens phénoménologiques ont émergé en comportement du consommateur avec l'émergence d'une nouvelle vision du marketing qui consiste à une approche irrationnelle (Gavard-Perret et al., 2008).

L'entretien phénoménologique accorde une grande importance aux expériences vécues par le répondant afin de comprendre le sens qu'elles portent auprès de lui. L'objectif est donc d'identifier la structure de l'expérience vécue (Giorgi, 1975 ; Smith, 2003 ; Smith & Osborn, 2004⁵³). En effet, la construction du sens réside dans les détails des expériences vécues par l'interviewé. Le chercheur doit donc inciter son répondant à décrire en détails les diverses facettes du phénomène étudié (Giorgi, 1975).

En plus de la profondeur des entretiens, l'interaction entre la recherche, le chercheur et son répondant constitue également l'un des principaux fondements des entretiens

⁵³ Dans Bruchez et al. (2006)

phénoménologiques. En effet, la construction du sens (Girogi, 1975) est assurée par l'interaction entre l'intervieweur et son interviewé, puisqu'elle explicite le vécu à travers une situation dialogique réfléchissante (Bruchez et al., 2006). C'est au travers de cette situation dialogique que la connaissance est produite.

L'interaction entre le chercheur et son interviewé exige que le chercheur veille à la collection d'une expérience authentiquement phénoménologique que Salanskis (2006) décrit comme une « expérience traversée ». Ainsi, le travail du chercheur ne se limite pas à se focaliser sur une description minutieuse des représentations, des évocations et des considérations émotionnelles. En effet, dans un entretien phénoménologique, le chercheur a un rôle primordial dans la conduite de l'entretien. Il doit chercher à comprendre d'une manière approfondie la puissance des expériences vécues par ses répondants (Salanskis, 2006). Retracer le cheminement de l'individu contribue à la compréhension approfondie des expériences vécues par les répondants. Cela lui permet, en effet, de centrer son entretien sur les processus cognitifs des interviewés/ Ainsi, la signification et le sens portés par l'expérience vécue sera plus facile à dévoiler (Bruchez et al., 2006).

L'entretien phénoménologique est un entretien rétrospectif et non-directif. Il correspond à une forme d'autobiographie (Bertaux, 1980 ; 1997 ; Gavard-Perret et al., 2008) consistant à faire raconter l'interviewé certaines étapes biographiques de sa vie (e.g. Atkinson, 1998 ; Cherrier & Murray, 2007 ; Özçağlar-Toulouse, 2006). Sous forme narrative à la première personne, l'entretien phénoménologique vise à mieux comprendre le lien entre une pratique de consommation et des événements particuliers de la vie du consommateur, ainsi que de comprendre la façon dont ce dernier la vit et l'interprète.

L'un des principaux avantages de l'entretien phénoménologique dans le cadre d'une recherche, est la souplesse qu'il offre dans sa préparation et sa gestion. En effet, l'entretien phénoménologique permet au chercheur de combiner des phases directives avec d'autres qui le sont moins (Kosmadakis, Stoléru & Allilaire, 2011). Cela permet au chercheur d'équilibrer entre, d'une part, la liberté du répondant à aborder tous les sujets qui lui semblent pertinents, et d'autre part, au chercheur de recentrer l'entretien vers les notions qui l'intéressent.

Thompson et al. (1989) ont été les premiers chercheurs à mettre en place cette méthode dans la discipline de comportement du consommateur. Selon eux, afin de mener à bien un entretien phénoménologique, plusieurs règles doivent être respectées par le chercheur.

En début d'entretien, le chercheur doit toujours commencer l'entretien par demander l'autorisation pour enregistrer en insistant sur la confidentialité de l'entretien. Le chercheur doit ensuite, mettre son interviewé à l'aise en introduisant le sujet et les objectifs de la recherche. Le but d'un entretien phénoménologique est d'obtenir une auto-description de la part de l'interviewé sur ces expériences de consommation, qui

doit lui-même guider la discussion, selon les principes des entretiens phénoménologiques. En effet, bien que ce soit au chercheur de poser une première question introductive afin de lancer la discussion, les questions qui suivent de l'intervieweur, découlent des réponses de son répondant. Ainsi, la discussion n'est pas linéaire, mais circulaire. Et la structure de l'entretien, ainsi que le type de la conversation ne doivent pas être prédéterminés. Certains chercheurs préfèrent, toutefois, d'avoir recours à un guide d'entretien afin de ne pas oublier d'aborder des notions qui lui semblent indispensables pour une compréhension complète du phénomène étudié. De même, le guide peut permettre au chercheur de relancer la discussion si le répondant n'a plus de choses à raconter.

La mise en confiance de l'interviewé par le chercheur est indispensable pour que les répondants puissent s'exprimer sans réticence sur le sujet, et pour qu'ils puissent décrire la façon dont ils vivent leurs expériences de consommation au niveau le plus profond possible. La mise en confiance des répondants est encore plus importante lorsque la recherche porte sur un sujet sensible (Ger & Sandikci, 2006). La position d'égalité entre le chercheur et son répondant contribue également à la mise en confiance de l'interviewé. En effet, le chercheur ne doit pas donner l'impression qu'il maîtrise le sujet plus que son répondant (Kvale, 1983). Bien au contraire, le chercheur ne doit pas oublier que c'est la façon dont le répondant décrit ses expériences de consommation, qui fait l'objet de sa recherche. Le chercheur est donc invité à considérer son répondant comme l'expert. C'est son répondant qui a une meilleure connaissance du sujet étant donné que c'est lui qui a vécu ces expériences. Selon Bourdieu (1980), en donnant l'impression à son interviewé, qu'il est en situation de « supériorité épistémologique », le chercheur peut limiter la richesse de ses données.

Les entretiens phénoménologiques consistent également à ne pas avoir une hypothèse théorique comme point de départ, conformément aux fondements du paradigme épistémologique phénoménologique. Les questions du chercheur ne doivent pas donc répondre à des hypothèses théoriques, mais doivent être uniquement découlées des réponses de leur interviewé. Pour illustrer cette idée, Thompson et al. (1989) donnent l'exemple de la question : « Que symbolise ce produit pour vous ? ». Dans le cadre d'un entretien phénoménologique, ce type de questions ne doit pas être posé. Cette question est considérée comme théorique et trop abstraite pour les répondants.

Les questions du chercheur doivent plutôt porter sur des faits en lien avec une expérience de consommation particulière et non-abstraite. Elles doivent être descriptives et non théoriques. Concrètes et non-abstraites. Elles doivent porter sur la description de l'expérience. Des questions comme : « Racontez-moi la dernière fois que vous avez utilisé ce produit ». Il est donc important de contextualiser la question par rapport à une expérience bien précise. Cela aide l'interviewé à se situer et donc à fournir plus de précisions sur son expérience de consommation, et à décrire son vécu vis-à-vis de l'achat et la consommation de ce produit.

Pour relancer, le chercheur doit rebondir sur les réponses de ses interviewés notamment si ces derniers abordent des notions clés dans leur expérience de consommation sans les développer. En se basant sur le discours de son répondant, le chercheur doit revenir sur des termes ou des situations abordées. Par exemple, si l'interviewé indique : « Je n'aime pas faire les courses avec mes enfants », le chercheur pourraient relancer en lui demandant : « Pensez à la dernière fois que vous avez fait les courses avec vos enfants. Comment cela s'était-il passé ? ».

Si le « comment » est privilégié parce qu'il assure une réponse descriptive de la part du répondant, le « pourquoi », est à éviter car il détourne l'attention de l'interviewé de la description de l'expérience qu'il a vécue (Thompson et al., 1989). Les chercheurs peuvent, cependant, des questions de « comment » qui portent dans leur fond sur du « pourquoi ». C'est ensuite au chercheur d'interpréter les réponses sous-jacentes au « pourquoi » dans les réponses du « comment ». Le « pourquoi » est à éviter parce que l'interviewé ne peut pas expliquer d'une manière précise les raisons de son comportement de consommation d'une façon consciente. En effet, l'évitement du pourquoi distingue l'approche des entretiens phénoménologiques par rapport à l'approche traditionnelle de mener un entretien (Thompson et al., 1989). Selon Thompson et al. (1989) la question de « pourquoi » n'incite pas l'interviewé à décrire l'expérience de consommation vécue. De plus, étant intrusive, la question de « pourquoi » n'aide pas à l'obtention d'informations pertinentes. En effet, elle met l'interviewé dans une position de justification. En outre, les questions de « pourquoi » peuvent mettre le répondant mal à l'aise s'il interprète la question du chercheur comme un « jugement de valeur » ou comme un « appel à la rationalisation ». C'est la raison pour laquelle cette question est considérée comme non-utile et non-efficace (Thompson et al., 1989).

Thompson et al. (1989) donnent l'exemple d'un interviewé qui affirme à son intervieweur qu'il ne compare pas les prix quand il fait ses courses. Si le chercheur lui demande « pourquoi ? », le répondant aurait tendance à chercher des justifications rationnelles afin de justifier son comportement d'achat. Cependant, dans une approche phénoménologique, ce ne sont pas les justifications des consommateurs de leur comportement de consommation qui nous intéresse, mais sa description des moindres détails de l'expérience de consommation et des enjeux de sa consommation. Au lieu de lui demander pourquoi il ne compare pas les prix des produits qu'ils achètent en faisant ses courses, le chercheur ferait mieux de demander à son interviewé de lui décrire « comment s'est passée la dernière fois qu'il a effectué un achat sans comparer les prix ». Cette formulation de la question incite le répondant à décrire en détails son expérience d'achat, et relance la discussion entre le chercheur et son sujet, sur la « non comparaison des prix » (Thompson et al., 1989).

Bien évidemment, le but n'est pas de s'arrêter à la description du répondant mais d'obtenir à partir de sa description précise et détaillée, une compréhension plus approfondie de son comportement et du sens que cette expérience revêt pour le

consommateur. Pour reprendre l'exemple de la non comparaison des prix des produits, ce comportement peut avoir plusieurs significations. Il peut par exemple signifier que le prix est un critère qui n'a pas d'importance pour l'interviewé. Mais, ne pas comparer les prix, pourrait également signifier que le consommateur n'est pas investi dans ses courses. Une autre explication peut être aussi possible, comme par exemple, que le consommateur n'ait pas les compétences nécessaires pour comparer les prix de ses produits achetés.

Ainsi, Thompson et al. (1989) soulignent que dans le cadre de toute recherche scientifique, le chercheur ne doit pas s'arrêter au niveau descriptif provenant des éléments de réponses obtenus par ses interviewés au « comment ». Le rôle de chercheur est d'analyser ces données afin de comprendre le « pourquoi » et donc définir les structures du phénomène de consommation étudié. En effet, selon Deshpande (1983), le niveau descriptif ne constitue qu'une première étape dans le chemin vers la production de la connaissance dans le cadre de toute recherche scientifique. Si l'observation est une méthode qui assure la description à la troisième personne de la part du chercheur (Peretz, 1998), l'entretien est une méthode qui assure une description à la première personne provenant directement de l'individu concerné. En effet, Thompson et al. (1989) confrontent ces deux méthodes, celle de la description à la première personne et celle à la troisième personne (*first-person description vs third person description*). Selon eux, l'apport de la description à la première personne, en d'autres termes les entretiens, est de permettre d'atteindre une compréhension véritablement phénoméno-existentialiste étant donné qu'elle permet de décrire les expériences de consommation vécues ainsi que la valeur qui s'en dégage et le sens qu'elle porte pour le consommateur.

En outre, les entretiens phénoménologiques permettent la prise en considération des limites de choix des consommateurs. En effet, d'une manière générale, les consommateurs disposent de multiples choix en termes de consommation, tels que le choix du canal de distribution, le choix du point de vente, ainsi que celui du produit et de la marque. Ces choix contribuent donc au sens produit par son expérience de consommation ainsi que la construction de son identité à travers ses pratiques de consommation.

La dimension identitaire de la consommation est donc incitée dans les entretiens phénoménologiques. En effet, en décrivant ses expériences de consommation, le consommateur décrit également des aspects de son soi : « son soi passé, son soi présent, son soi à devenir, son soi perçu ainsi que son soi idéal » (Cherrier & Murray, 2007). Ainsi, les entretiens phénoménologiques permettent au chercheur d'identifier les structures de la (re)construction identitaire du consommateur notamment lors qu'elle est créée suite à des ruptures (Holt & Thompson, 2004). Des ruptures comme le divorce, engendrent des tensions qui sont parfois résolues sur le marché.

Pour toutes ces raisons, les entretiens phénoménologiques seront notre méthodologie principale de recueil de données en toute cohérence avec notre positionnement

épistémologique interprétativiste. Nous présenterons dans la partie suivante, l'élaboration de notre guide d'entretien et plus particulièrement les thèmes que nous souhaitons aborder.

1.2. La Mise en Place des Entretiens

Bien que nous soyons dans le cadre d'entretiens phénoménologiques qui consistent à ce que l'interviewé guide la conversation entre lui et le chercheur, et à ce que les questions de ce dernier soient majoritairement inspirées du discours de son interviewé, nous avons élaboré un guide d'entretien avant de mener notre tout premier entretien. Le but de ce guide d'entretien n'est pas prédéfinir les questions à poser aux pères isolés, car conformément aux principes des entretiens phénoménologiques, ce sont ces derniers qui guident les entretiens. Cependant, le but du guide d'entretien était de définir des aspects du sujet et des thèmes larges à aborder avec les interviewés dans les cas où ces derniers ne les abordent pas par eux-mêmes, ainsi que des idées de relance dans les moments où les interviewés cessent de parler et considèrent qu'ils n'ont plus rien à ajouter. De plus le guide d'entretien permet de suivre une logique sans forcément que ce soit une structure figée pour l'entretien.

D'une manière générale, la plus grande majorité des pères isolés que nous avons interviewés, ont suivi la même trajectoire. Les entretiens commençaient par une introduction générale de la part du chercheur (Thompson et al., 1989), pour laisser la parole ensuite à l'interviewé de se présenter et de nous présenter son background familial, l'histoire de sa famille, ce qui mène à l'histoire de son couple et le divorce ou la séparation. Après avoir raconté en détails les circonstances de leur séparation, nos pères solos ont tendance à décrire leur quotidien, la gestion de leur vie quotidienne, ainsi que celle de leurs enfants. Cela aboutit donc à la gestion de la sphère domestique et aux pratiques de consommation qui en font partie. En parlant des enjeux quotidiens, et des façons dont ils font face à leur situation de cumul de rôles, la dimension de rôle est approfondie.

Introduction

En premier temps, le chercheur commence par se présenter et présenter son parcours pour arriver au sujet de sa recherche. Le but de cette présentation est de mettre le répondant à l'aise et de créer une ambiance détendue et de confiance, surtout que la recherche porte sur un sujet personnel et délicat. C'est aussi parce que le fait de parler d'études - même sans avoir précisé s'il s'agit d'études supérieures ou pas - fait « peur » à certaines personnes notamment ceux n'ont pas eu l'occasion d'effectuer des études universitaires. Donc cette présentation permet de faire connaître l'intervieweur. Cette présentation permet également d'introduire brièvement la

recherche. Nous n'avons pas dévoilé les objectifs de notre recherche en détails. Le but est de satisfaire la curiosité de certains répondants. En effet, nous avons constaté que certains pères isolés posaient beaucoup de questions sur les objectifs de notre recherche. Cela faisait partie de la méfiance de ces pères isolés, surtout que le sujet porte sur leur vie personnelle et familiale.

Cette introduction est également l'occasion d'insister sur la confidentialité de l'entretien et le respect de la vie privée des répondants. En effet, après avoir pris la permission pour l'enregistrement audio de l'entretien, nous informons immédiatement notre répondant que son prénom, ainsi que celui de son ex-épouse et ses enfants seront modifiés, et que l'enregistrement audio sera retranscrit et ensuite supprimé. Cela donne encore plus de confiance au répondant et lui permet de s'exprimer en toute liberté sur tous les aspects du sujet qu'il souhaite évoquer.

Après avoir créé une ambiance détendue et de confiance, nous invitons notre répondant à se présenter et à parler de son parcours. Cette présentation nous permet d'avoir une idée sur son background en général : l'âge, la situation familiale, la région, les études, la profession, le nombre de frères et de sœurs, le nombre d'enfants, et bien d'autres informations essentielles. Au cas où le répondant ne précise pas une information indispensable, nous nous permettons de lui demander des questions précises. De plus, la présentation permet de découvrir les événements qui ont marqué le répondant au cours de sa vie ; des événements auxquels il accorde une grande importance. En effet, la plus grande majorité des répondants ont évoqué en détails le divorce en se présentant.

La Situation Familiale et la Séparation

La présentation de l'interviewé le mène à parler de sa vie familiale et de sa situation sentimentale. Une bonne compréhension du sujet nécessite une connaissance approfondie du parcours conjugal des pères isolés interviewés. Le répondant est invité à parler de son enfance, ses parents, sa relation avec ses parents, la relation entre ses parents, ses frères et sœurs, de sa vie de couple, sa relation avec son ex-épouse, et même de ses relations antérieures, de sa vie professionnelle. Chaque élément de sa vie peut constituer un élément d'analyse important. Les pères isolés interviewés avaient tous tendance à parler du divorce, de la façon dont ils l'ont vécu, et des longues périodes de démarches judiciaires pour qu'il soit prononcé.

De même, les pères isolés interviewés ont évoqué en détails les circonstances de l'obtention de la garde de leurs enfants, et pour certains, leurs « combats » pour l'obtention de la garde de leurs enfants ainsi que les longues démarches juridiques qu'ils ont dû suivre pour obtenir cette garde. Nos questions visaient à approfondir leur perception de leur couple et de la notion du couple en général, ainsi que leur perception de la famille qu'ils ont fondée, et de la notion de famille en général. Pour se faire, nous avons incité nos interviewés à se comparer à d'autres couples, comme

celui de leurs parents ou de leurs proches. Cela aide nos interviewés à donner plus de détails sur leur couple et leur perception de ce couple.

Evoquer les relations entre les deux membres du couple avant la séparation, nous emmène à approfondir la répartition des tâches, dont les tâches domestiques et les achats familiaux au sein du couple. En effet, une compréhension approfondie du fonctionnement du couple et de la répartition des tâches entre ses deux membres, est indispensable pour l'analyse du comportement du père isolé après sa séparation. Dans certains cas, la répartition inégalitaire des tâches entre la mère et le père était l'une des raisons du divorce. Ainsi, en abordant les aspects quotidiens de leur vie familiale, la conversation emmenait « naturellement » aux pratiques de consommation et à la gestion de la sphère domestique. Cela est également le cas des couples où l'arrivée du premier enfant était une source de tensions au sein du couple ; un cas relativement commun parmi les pères isolés que nous avons interviewés.

Les Pratiques de Consommation

En expliquant le fonctionnement de leur couple avant le divorce, dont la répartition des tâches et la consommation familiale font partie, les pères isolés interviewés sont amenés à décrire leurs pratiques de consommation après leur séparation. Nous avons incité nos interviewés à rentrer le plus possible en détails en leur demandant de nous raconter des expériences précises comme la dernière fois qu'ils ont fait les courses alimentaires et la dernière fois qu'ils ont effectué des achats vestimentaires pour leurs enfants (Thompson et al., 1989). De plus, le fait que la grande majorité des entretiens soient effectués aux foyers des pères isolés, nous a permis d'observer l'état de la maison, ce qui aide également les pères à illustrer leurs propos quant à la gestion de la sphère domestique.

Nous cherchons à comprendre comment un père solo passe sa journée avec ses enfants sans la présence d'une mère. Ainsi, nous avons investigué sur la vie quotidienne de ces pères et de leur façon de gérer le quotidien de leur famille monoparentale. Nous leur avons demandé de décrire une journée typique en semaine de leur vie avec leurs enfants, et d'un samedi ou un dimanche typique avec leurs enfants. Cela nous mène évidemment à parler des pratiques de consommation de ces pères et de la façon dont ils jonglent entre leur vie professionnelle et la gestion de la sphère domestique.

Nous poussons nos interviewés à comparer leur vie quotidienne et leur investissement dans la consommation familiale et les tâches domestiques comme la cuisine et le ménage, entre la période d'avant leur séparation et celle d'après. Les questions posées sont précises afin de comprendre l'évolution de l'investissement des pères dans la consommation de leurs familles. La période qui suit la séparation est d'une grande importance, étant donné que c'est la période où les pères isolés

mettent en place leurs stratégies pour faire face à leur situation. C'est en approfondissant cette partie en particulier que nous pouvons comprendre le sens que la consommation familiale porte pour ces pères et donc la dimension identitaire de cette consommation.

En leur encourageant à décrire en détails leurs pratiques de consommation, nous pouvons comprendre la relation qu'ils entretiennent avec le marché, et l'évolution de cette relation avec leur passage à la vie de père isolé. Cela nous a également permis d'avoir des informations sur les activités culturelles et sportives que les pères isolés partagent avec leurs enfants et comment ces activités sont vécues et perçues par eux. Cela nous mène donc aux relations qu'ils entretiennent avec leurs enfants et leur façon de vivre leur rôle de père en tant que père isolé.

Etre Père

Au-delà des pratiques de consommation et de la gestion de la sphère intérieure, nous nous intéressons également à la perception des pères isolés de leur rôle de père et à la façon dont ils vivent et exercent ce rôle, ainsi qu'à la place du marché dans leur conception du rôle paternel et parental en général. Il nous est, en effet, important de comprendre comment leur rôle de père a changé après la séparation et leur perception de ce changement ainsi que de la façon dont ils l'ont vécu. Nous avons, de même, investigué leur perception du rôle de la mère et de la signification de ce rôle. Etant en situation de cumul de rôles maternel et paternel, nous cherchons à comprendre les frontières qui, selon eux, existent entre ces deux rôles et les fonctions qui doivent être entre ces deux rôles, s'ils considèrent que ces frontières existent. Pour se faire, nous leur avons posés des questions sur leur perception du père idéal, de la mère idéale, de ce que c'est qu'être, selon eux, une bonne maman, un bon papa, une mauvaise maman, et un mauvais papa, et de la façon dont ils se considèrent comme pères. Les pères isolés interviewés sont aussi amenés à parler des défis qu'ils rencontrent en tant que pères vivant seuls avec leurs enfants ainsi que du regard de la société sur leur situation. C'est l'occasion de parler des entraides et du soutien entre les pères isolés à travers des associations comme SOS Papa, ou sur des groupes créés sur les réseaux sociaux tel que le groupe « SOS papa soutien aux pères séparés de leurs enfants ».

Conclusion des Entretiens

Dans la conclusion des entretiens, nous demandons à nos interviewés de parler de n'importe quel sujet ou aspect qu'ils souhaitent aborder et qu'ils n'avaient pas eu l'occasion d'aborder pendant l'entretien, ou si ils souhaitent ajouter quelque chose. Nous leur demandons également s'ils s'attendaient à des questions que nous n'avons pas posées pendant l'entretien. Le but étant de laisser encore plus de marge

d'expression aux interviewés conformément aux principes des entretiens phénoménologiques (Thompson et al., 1989) et d'être sûr que l'interviewé ait toute la liberté d'aborder tous les aspects du sujet qu'il souhaite. Nous demandons à la fin des entretiens la permission de recontacter nos interviewés si besoin, au cas où nous aimerions approfondir un point ou au cas où nous nous rendons compte de quelques informations manquantes après la retranscription de l'entretien. Malgré leur emploi de temps assez chargé, les pères isolés interviewés étaient très collaboratifs et prêts à partager avec nous toute sorte d'informations même celles les plus personnelles. Nous avons également constaté le besoin de ces pères de parler de leur situation. En leur remerciant à la fin de l'entretien, pour leur temps et leur collaboration, plusieurs pères ont répondu que c'est à eux de nous remercier parce que, selon eux, l'entretien « leur a fait du bien ! »

2. Les Techniques Projectives :

Dans le but d'enrichir nos données et d'inciter nos répondants à s'exprimer sur leurs expériences de consommation, nous avons eu recours à des méthodes projectives qui nous permettent de dépasser les limites des questionnements directs (Colman, 2001). En effet, malgré la richesse des données obtenues dans le cadre des entretiens phénoménologiques qui constituent notre méthode principale de collecte de données, ces entretiens nous permettent d'obtenir des réponses rationalisées et parfois très réfléchies de la part des répondants (Boddy, 2004b). Ainsi, la mise en place des méthodes projectives a constitué une source d'informations « profondes, inconscientes et cachées » de nos interviewés (Adréani & Conchon, 2009).

En outre, les méthodes projectives nous ont permis de relancer la conversation à des moments où certains interviewés n'étaient plus inspirés. Les méthodes projectives aidaient les pères à exprimer leurs idées et à relancer le débat en apportant de nouvelles idées de la part de nos répondants. En effet, le sens produit que nous souhaitons obtenir à travers notre rencontre avec nos répondants, nécessitait un travail d'expression qui n'était pas tout le temps facile pour certains pères à certains moments de l'entretien. En complétant nos questionnements directs mais d'autres indirects, qui font appel à leur imagination et qui les incitent à exprimer des expériences de consommation concrètes et détaillées. A ce titre, les méthodes projectives étaient donc incluses dans nos entretiens.

En effet, nos répondants qui étaient amenés à exprimer en détails leurs expériences de consommation, ne trouvaient pas tout le temps les éléments nécessaires pour reconstruire l'expérience et l'exprimer d'une manière claire et structurée. Le caractère ludique des méthodes projectives (Lombart, 2008) aide à libérer la parole d'une manière pertinente et structurée dans l'esprit du répondant (Boulaire, 2004). A ce titre, nous avons exposé nos répondants à des photographies en rapport avec la famille, la consommation familiale et les pères isolés, en leur demandant d'y réagir,

de décrire ce qu'ils voient, de commenter ou d'imaginer ce qu'il se passe dans la situation mise en scène. Selon Belk (2006), les photographies, grâce à leur caractère « évocateur », constituent une méthode efficace pour enrichir le discours du répondant, et permettent au chercheur d'accéder au cœur de l'expérience de son interviewé.

Nous avons ainsi eu recours à douze photographies qui visaient à installer nos interviewés dans une sphère suggestive où leur attention est saisie et leur disposition à l'imagination amorcée. L'objectif est de transformer cette projection en source de discours sur leurs propres pratiques de consommation (Dion, 2007).

Ci-dessous les photographies exposées et certaines des idées évoquées suite à l'exposition de chacune d'entre elles.



Cette photographie incitait les interviewés à parler de leur investissement dans la sphère domestique avant et après leur séparation. Elle met en relief également la situation de dépassement suite à la charge des tâches qu'ils sont amenés à effectuer. Certains pères ont évoqué la notion de compétences pour effectuer certaines tâches domestiques notamment quand il s'agit du repassage, une activité évitée par un grand nombre des pères isolés interviewés. L'organisation et la capacité à la polyvalence ont été également évoquées par certains pères en réagissant à cette photo.

Encadré 1 : Les pères, le repassage et la sphère domestique



Le but de cette photographie est d'investiguer sur l'implication des pères isolés dans le soin de leurs enfants et leur réticence à effectuer certaines tâches traditionnellement dévouées au rôle maternel. Certaines réactions portaient sur le manque des compétences pour effectuer certaines tâches et aux difficultés rencontrées à les accomplir depuis leur séparation. D'autres commentaires portaient sur une comparaison entre la réticence de leurs pères par rapport à leur implication dans le soin de leurs enfants. Cela nous emmenait à poser des questions sur leur perception de l'évolution de la paternité.

Encadré 2 : Les pères et le soin des enfants



L'exposition de cette photographie aidait les pères à raconter leurs expériences de consommation et la façon dont ils vivent les moments passés à faire les courses quotidiennes. Cela nous a également permis d'avoir une idée plus concrète du degré d'investissement de ces pères dans les achats familiaux et les défis rencontrés.

Encadré 3 : Les pères isolés et les courses



Par le biais de cette photo, nous avons cherché à mieux investiguer la façon dont les pères isolés perçoivent le rôle maternel, et l'accomplissement de ce rôle de la part de leurs ex-épouses. En outre, cette photographie représente le rôle affectif envers un enfant assuré par une mère. Cela incitait nos interviewés à parler des stéréotypes des rôles parentaux et à mieux comprendre la répartition des tâches au sein de leurs couples avant la séparation.

Encadré 4 : Le rôle affectif et les mères



Cette photo qui est censée « faire rire » le public et qui fait partie d'une série de photos largement partagées sur les réseaux sociaux dernièrement (accessibles publiquement sur facebook sur le lien suivant : https://www.facebook.com/pg/humorcabron/photos/?tab=album&album_id=2100811999934750), fait allusion à l'incompétence des hommes quand il s'agit du soin des enfants et à leur incapacité à être polyvalents dans la sphère domestique. Par le biais de cette photo, nous avons pu avoir l'avis de nos interviewés sur le regard de la société sur le rôle paternel notamment dans la sphère domestique, et sur ce qu'ils pensent des stéréotypes qui semblent être toujours incarnés dans l'esprit collectif. Certains pères ont réagi à cette photo en évoquant le cas des pères-au-foyer.

Encadré 5 : Les pères au domicile et les stéréotypes



Le but de cette photographie est de pousser les pères à parler de leurs relations avec leurs enfants, et de pousser la discussion vers les pratiques de consommations et les biens échangés entre eux et leurs enfants notamment lors de certaines occasions particulières telles que la fête des pères ou leur anniversaire. Plusieurs pères ont évoqué la différence entre l'importance de la fête des pères par rapport à la fête des mères. Le cadeau offert par les enfants était presque le seul moyen de comparaison adopté par nos interviewés pour évaluer l'importance accordée par leurs enfants pour ces évènements.

Encadré 6 : La fête des pères



A travers cette photographie, nous avons souhaité savoir comment les pères isolés organisent seuls des événements familiaux importants tels que le repas de Noël et les anniversaires de leurs enfants. En effet, il s'agit d'évènements où la consommation familiale et les biens échangés sont de grande importance. Le but est également de comprendre comment ce type d'évènements familiaux changent par rapport à avant la séparation, non seulement au niveau de l'organisation mais aussi au niveau de la façon dont ils sont vécus. Entre les pères qui délèguent l'organisation de ces évènements à leurs propres mères, et ceux qui continuent à compter sur leurs ex-épouses pour les anniversaires de leurs enfants, ou ceux qui ont leur propre façon de les organiser, les pères isolés mettent en place diverses stratégies afin d'accomplir ce type de tâches auparavant partagées avec leurs ex-épouses.

Encadré 7 : Noël et les anniversaires des enfants



Ces photographies aidaient les pères à nous décrire certains moments passés avec leurs enfants comme les repas et les activités extérieures. Etant donné que ces photos présentent la mère et le père, cela a poussé nos interviewés à comparer la place qu'occupe ces moments dans les relations entre les membres de leurs familles monoparentales par rapport à avant la séparation. Certains pères ont évoqué l'importance de la présence de la mère et du père pour le bien-être de leurs enfants.

Encadré 8 : Les moments partagés en famille



Ricky Martin est père célibataire depuis 2008. Il a deux fils qu'il a eus grâce à une mère porteuse. Il élève seul ses deux enfants. En demandant nos interviewés comment ils imaginaient la vie de Ricky Martin, et ce qu'ils pensent des cas des pères célibataires et des familles uni-parentales gérées par des hommes, nous souhaitons comprendre l'importance de la présence de la mère au sein de la famille, pour nos interviewés et ainsi, leur perception du partage des rôles parentaux entre la mère et le père.

Encadré 9 : Ricky Martin, un père célibataire



Cette photo met en relief les différences biologiques d'un père par rapport à une mère et l'impact de cela sur les tâches accomplies par chacun des deux parents. Nous avons cherché à savoir si, selon nos interviewés, certaines tâches ne peuvent être accomplies que par l'un des deux membres du couple. Certains de nos interviewés ont commenté en évoquant le rôle des produits et des services de consommation pour remplacer le rôle de la mère notamment dans le cadre d'une famille monoparentale dirigée par un père isolé ou célibataire.

Encadré 10 : Des limites biologiques ?

Section 2 : La Démarche de Collecte des Données

Cette section est dédiée à la présentation des prédispositions et des préoccupations qui concernent la démarche de notre collecte de données. Nous définirons plus particulièrement notre population mère, les critères de choix de notre échantillon, ainsi que la mise en œuvre de la collecte de nos données.

1. Echantillonnage et Description de l'Echantillon

1.1. Le Processus d'Echantillonnage

Après avoir défini la problématique principale de notre recherche ainsi que les questions de recherche qui en découlent, et après avoir décidé des choix épistémologiques et méthodologiques à adopter au sein de notre recherche, il était temps de procéder à la définition de notre population mère afin de pouvoir avoir accès au terrain en recrutant nos interviewés.

Dans le cadre d'une recherche qualitative, le phénomène de consommation est étudié à partir du point de vue du consommateur, ce qui assure, selon Savoie-Zajc (2006), une compréhension complète du phénomène dans sa complexité, et permet de lui donner du sens car elle consiste à tenir en compte les différentes interactions que le consommateur effectue et auxquelles il répond (Savoie-Zajc, 2006). Ainsi, contrairement aux études quantitatives statistiques où la représentativité est de type probabiliste, la représentativité de l'échantillon dans le cadre d'une recherche qualitative n'est pas à être considérée dans une vision probabiliste. En effet, cela ne constitue pas la finalité de l'échantillonnage dans le cadre d'une recherche qualitative et ne correspond pas à ses fondements d'un point de vue méthodologique (Miles & Huberman, 1994 [2003]).

Ainsi, le but de l'échantillonnage n'est pas de chercher à améliorer la représentativité de notre échantillon, mais d'élargir le plus possible le champ d'investigation de notre recherche. Ce sont, en effet, les particularités de notre recherche, telles que sa problématique, ses questions de recherche et son contexte, qui vont nous permettre de passer de la population mère à l'échantillon. Nous ne cherchons donc pas à obtenir une représentativité statistique, mais plutôt une représentativité qualitative qui consiste à considérer chaque interviewé comme étant représentatif dans son vécu, son expérience et dans le sens qu'il donne à ses expériences de consommation (Glaser & Strauss, 1967).

Selon Miles et Huberman (1994)⁵⁴, dans le cadre de toute recherche qualitative, pour aborder la question d'échantillonnage, trois aspects principaux sont à prendre en considération :

- L'intention prédéfinie des chercheurs concernant les cas à étudier : des cas uniques, multiples, extrêmes ou homogènes, etc. ;
- Le cadre théorique qui fait émerger l'objet de sa recherche et qui permet de justifier des critères d'échantillonnage ;
- Et la prise en compte des conditions de l'accès des chercheurs à leur terrain, notamment les difficultés que les chercheurs rencontrent dans le cadre de certaines recherches, ainsi que d'autres aspects comme la disponibilité des interviewés et les coûts engendrés.

Afin d'optimiser la richesse des données obtenues, Bertaux (1997) a identifié trois critères à prendre en compte dans le processus d'échantillonnage :

- Le principe de « la variété des positions » qui nécessite une construction progressive de l'échantillonnage. Ce principe est inspiré du concept du « *theoretical sampling* » (échantillonnage théorique) de Glaser et Strauss (1967). L'idée est de chercher à varier, autant que possible, les cas étudiés. Cela permet d'obtenir plusieurs visions du même phénomène étudié. Ainsi, il est plus enrichissant d'interviewer des individus qui ont vécu des expériences de consommation différentes les uns des autres et qui accordent des sens différents au même phénomène de consommation ;
- Les chercheurs doivent être à la recherche de la « différentialité » au sein de leur échantillon. En effet, le recrutement des individus ayant des caractères différents, des modes d'organisation et des comportements différents, permet d'obtenir des cheminements identitaires variés ce qui contribue à la richesse des données collectées ;
- Le troisième critère est celui de la « variété des témoignages » qui consiste à ce qu'un cas ne faisant pas partie de l'échantillon ne doit pas remettre en cause les résultats obtenus à travers l'échantillon.

Le nombre des répondants est également un point majeur à prendre en compte dans la construction de l'échantillon. Bien qu'en principe le nombre des recrutés se décide au fur et à mesure de l'avancement de la collecte des données, et bien qu'il soit plutôt défini par rapport à la saturation des données (Roussel & Wacheux, 2005), certains chercheurs et certaines revues de recherche recommandent un nombre minimal et maximal des interviewés. Par exemple, le nombre minimal d'interviewés toléré est de douze répondants selon McCracken (1988). A son tour, Creswell (1998) recommande environ dix interviewés en moyenne dans le cadre d'une étude phénoménologique, et entre vingt et trente recrutés dans le cadre d'une recherche de type théorie enracinée. Quant au *Journal of Consumer Research*, le nombre de

⁵⁴ Cités par Creswell (1998, p.119) dans Savoie-Zajc (2007)

répondants conseillé est entre trois et vingt individus recrutés (Thompson & Haytko, 1997).

Conformément aux fondements de la méthodologie qualitative, et comme nous avons eu l'occasion de le souligner à plusieurs reprises, le nombre de répondants n'a pas une grande importance et n'a pas d'impact sur la validité des résultats étant donné que chaque cas est considéré comme un cas à part entière. D'ailleurs, certains chercheurs tels que Gavard-Perret et al. (2008) considèrent même, que dans le cadre des études interprétativistes, la taille des échantillons ne doit pas être très importante afin de permettre au chercheur d'approfondir son interprétation d'un nombre limité de cas, plutôt que de se distraire dans une quantité de données trop importante à interpréter. En effet, le nombre des répondants doit avant tout dépendre de la qualité et la richesse des données obtenues, ainsi que de la méthode de collecte de données adaptée et les objectifs de la recherche.

L'un des facteurs principaux qui décident du nombre des répondants dans le cadre d'une recherche qualitative est celui de la saturation. En effet, selon Roussel et Wacheux (2005), les chercheurs sont appelés à cesser le recrutement de nouveaux répondants lorsqu'ils se rendent compte de la saturation théorique et sémantique de leurs données. La saturation théorique est atteinte lorsque l'étude de nouveaux sujets ne contribue plus à l'alimentation de la théorisation qui émerge du terrain. D'autre part, la saturation sémantique est atteinte lorsque les entretiens supplémentaires n'apportent plus de nouveaux éléments de compréhension du phénomène étudié par rapport aux entretiens déjà effectués.

1.2. La Description de notre Echantillon

En respectant les règles d'échantillonnage que nous avons citées dans la sous-section précédente, la construction de notre échantillon s'est effectuée d'une façon progressive. En effet, nous avons en premier temps effectué sept entretiens que nous avons retranscrits et analysés. Nous avons ensuite progressivement effectué les douze entretiens supplémentaires en effectuant d'une manière simultanée la collecte, la retranscription et l'analyse des données collectées. A bout du vingtième entretien, nous avons considéré que nous avons atteint la saturation théorique mais aussi sémantique de nos données qui ne nous apportaient plus de nouvelles informations (Glaser & Strauss, 1967).

De la Population Mère à l'Echantillon

La population mère d'une recherche constitue la population sur laquelle porte l'étude et au sein de laquelle est prélevé l'échantillon étudié. Comme nous l'avons souligné précédemment, dans le cadre de notre recherche, nous nous limitons à interviewer les pères et n'entretiens pas leurs ex-épouses ni leurs enfants. En effet,

ce que nous cherchons à comprendre est l'expérience que le père vit et le sens qu'il lui accorde. Nous nous intéressons à la façon dont le père exerce sa paternité. L'avis de son ex-épouses ou des enfants vis-à-vis de son rôle paternel ne constitue pas l'objet de notre recherche. Ainsi, intervenir les ex-épouses n'aurait pas apporté des éléments de réponses à notre problématique et nos questions de recherche. Ce choix a été confirmé après avoir interviewé les pères et les mères dans un certain nombre de familles ordinaires. De plus, prendre en compte l'avis des ex-épouses des pères isolés pourrait porter sur des jugements dus à l'incident du divorce, plutôt que des informations fiables.

Ainsi, plusieurs critères ont été pris en considération afin de définir notre population mère :

- Le premier critère de sélection est bien évidemment le ciblage par le genre. En effet, dans le cadre de notre recherche, nous n'étudions que les personnes du genre masculin.
- Le deuxième critère de recrutement est le statut familial de ces hommes. Nous cherchons des hommes qui sont pères d'au moins un enfant⁵⁵. Au-delà des enjeux identitaires masculins, nous nous intéressons aux aspects identitaires du rôle familial. Le statut de père est donc indispensable pour répondre à nos questions de recherches.
- Nous ciblons des pères isolés qui ont été marié, pacsé ou en union libre et qui se sont séparé. Nous avons éliminé le cas des pères veufs, en considérant que la mort de la conjointe fait intervenir des enjeux fondamentalement différents de ceux de la séparation.
- Ces pères isolés recrutés doivent avoir la garde permanente ou alternée de leur(s) enfant(s). En effet, nous considérons que des gardes comme un weekend ou un mois pendant les vacances d'été, ne sont pas suffisantes pour étudier les problématiques de consommation en vue du temps limité que les pères passent avec leurs enfants. Nos interviewés sont tous des pères qui ont eu une garde alternée (environ 50% du temps des enfants passé chez eux) ou une garde permanente de leurs enfants.
- De plus, les pères isolés recrutés doivent avoir vécu seuls avec leurs enfants sans une présence féminine. En effet, notre recherche porte sur le comportement de consommation des pères qui se retrouvent seuls avec leurs enfants. Si un nombre limité de nos interviewés se sont remis avec une conjointe, notre recherche se focalisait sur la période qu'ils ont vécue seuls avec leurs enfants. Les pères isolés interviewés concernés par ce cas, se sont

⁵⁵ Des enfants âgés de moins de 18 ans et vivent encore chez leurs parents.

mis avec leur nouvelle conjointe depuis pas plus de deux ans. Cela nous permet d'être sûrs que les informations fournies par ces pères sur la période où ils vivaient seuls avec leurs enfants sont suffisamment détaillées et pertinentes. Étudier le changement des stratégies mises en place par les pères isolés lors de l'arrivée de leurs nouvelles conjointes, enrichit les données et contribue à une meilleure compréhension des enjeux de leur gestion de la consommation familiale.

- Nous avons également exigé que les pères recrutés aient passé au moins un an en ayant la garde alternée ou permanente de leurs enfants. Après avoir vécu cette situation pendant un an ou plus, les pères isolés auraient passé la période de crise qui suit le divorce et qui peut durer quelques mois. Ainsi, cela nous permet d'interviewer des pères qui ont suffisamment de recul par rapport à leur situation et surtout par rapport à leur séparation. En outre, cela nous permet d'investiguer comment ces pères ont pu progressivement faire face à leur situation et mettre en place des stratégies qui leur permettent de s'acculturer à la sphère domestique.

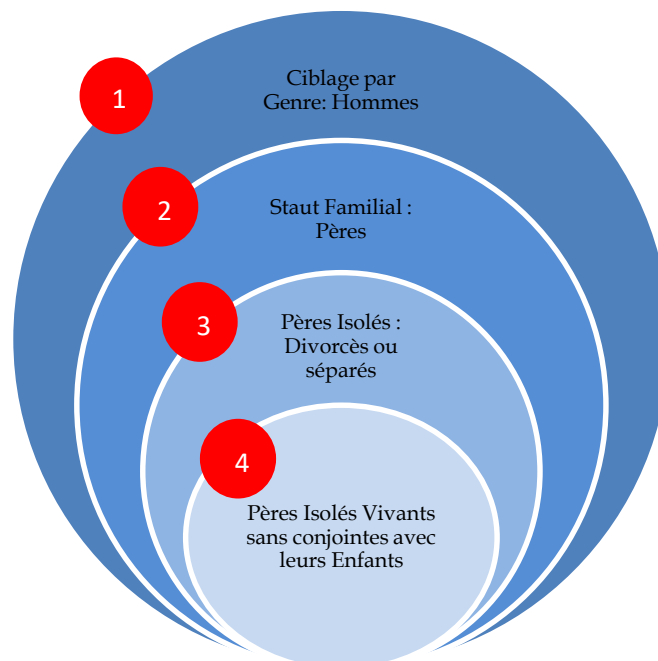


Figure 7. Les critères de recrutement de l'échantillon

Après avoir défini le profil des pères isolés qui nous semble être le plus pertinent et enrichissant pour notre recherche, nous avons procédé au recrutement de nos répondants.

Le Recrutement des Répondants

Le chercheur a la possibilité d'avoir recours à différents moyens de recrutement afin de trouver des répondants qui appartiennent à sa population mère et qui correspondent à ses critères de recrutement. Le chercheur doit mobiliser tous les moyens dont il dispose afin de trouver les personnes qui sont le plus susceptibles de fournir des éléments enrichissants pour sa recherche.

A ce titre, dans le cadre de notre recherche, nous avons principalement eu recours à trois moyens de recrutement de nos interviewés :

- Le premier était à travers l'association SOS Papa qui nous a mis en contact avec des pères qui font partie de l'association et qui correspondent aux profils que nous recherchions.
- Certains répondants ont été recrutés à travers les réseaux sociaux notamment Facebook. En effet, nous nous sommes connectés à plusieurs pages Facebook⁵⁶ qui concernent les causes des pères isolés ainsi que les droits des pères divorcés en France. Nous avons pu contacter des pères qui étaient membres de ces groupes et qui satisfaisaient nos critères de recrutement.
- Le troisième moyen de recrutement des répondants est le réseau de connaissance. En effet, parler à ses proches, amis et collègues est souvent efficace afin de trouver dans leur réseau de connaissance, des personnes qui correspondent au profil recherché.

Dans le tableau 10 ci-dessous, nous synthétisons les caractéristiques de notre échantillon de répondants : le nom, l'âge⁵⁷, la commune/le département, le statut, la profession, les noms de leurs enfants et leur âge. Le tableau 11 présente les informations concernant la vie conjugale de nos répondants ainsi que les informations concernant leur séparation et la garde de leurs enfants : le nombre d'années de vie commune, l'année de séparation, le type de garde des enfants ainsi que l'âge des enfants lors de la séparation. Le tableau 12 restitue les informations concernant le déroulement des entretiens notamment la durée de l'entretien et le nombre de pages de retranscrites.

⁵⁶ Page « SOS Papa Demandons l'équité réelle Père Mère lors des jugements ». Lien de la page :

<https://www.facebook.com/#!/groups/137375319608952/?fref=ts>

Page « Un papa et pourquoi pas ». Lien de la page :

<https://www.facebook.com/#!/groups/454942604577463/?fref=ts>

Page « SOS Papa Nord ». Lien de la page :

<https://www.facebook.com/#!/SOSPAPANORDPICARDIE?fref=ts>

⁵⁷ L'âge indiqué des pères isolés interviewés ainsi que celui de leurs enfants, est l'âge qu'ils avaient lors du passage de l'entretien.

Informant	Age	Commune, Département	Profession	Enfants (Age)
Alexis	43 ans	La Madeleine, Nord	Directeur d'entreprise	Eva (5) Juna (5)
Armando	34 ans	Montpellier, Hérault	Technicien informatique	Paulo (5)
Arnaud	51 ans	Amiens, Picardie	Employé en communication	Camille (12)
Bertrand	43 ans	Lille, Nord	Professeur universitaire	Marion (18) Mathias (14) Claire (10)
Charles	26 ans	Lille, Nord	Agent de sécurité	Elvira (2)
Emilios	42 ans	Calais, Pas-de- Calais	Vétérinaire	Alfredos (7)
Eric	35 ans	Paris, Ile-de- France	Etudiant en médecine	Diane (10) Emmanuel (9)
Gabriel	49 ans	Dunkerque, Pas- de-Calais	Responsable technique (maintenance)	Elisa (16)
Georgi	52 ans	Lille, Nord	Photographe	Lucas (14)
Gilbert	40 ans	Villeneuve d'Ascq, Nord	Infirmier	Adèle (9)
Jean	32 ans	Albert, Picardie	Père-au-foyer	Jérémy (6) Axelle (4)
Jean-Baptiste	48 ans	Tourcoing, Nord	Verrier	Florence (12) Gauthier (11)
Karim	36 ans	Paris, Ile-de- France	Commerçant	Rachida (5)
Loïc	38 ans	Seclin, Nord	Chef de chantier	Eva (9) Aline (4)

Marc	58 ans	Calais, Pas-de-Calais	Au chômage	Timothée (22) Adriana (20)
Omar	38 ans	Dunkerque, Pas-de-Calais	Commerçant	Marouane (4)
Paul-Etienne	47 ans	Gerberoy, Picardie	Agriculteur	Henri (20) Georges (17) Michel (13)
Philibert	41 ans	Lille, Nord	Electricien	Tiphaine (12)
Sylvain	43 ans	Ostende - Belgique	Poissonnier	Julie (18) Marie (17)
Valentin	35 ans	Pelissanne, Bouches-du-Rhône	Militaire	Ophélie (6)

Tableau 10. Notre échantillon de pères isolés interviewés

Informant	Nombre d'Années de Vie Commune	Année de Séparation	Type de Garde des Enfants	Age des Enfants lors de la Séparation
Alexis	5 ans	2009	Alternée	Eva (4) Juna (4)
Armando	9 ans	2010	Permanente	Paulo (7 mois)
Arnaud	9 ans	2001	Permanente	Camille (3)
Bertrand	20 ans	2013	Alternée	Marion (16) Mathias (12) Claire (8)
Charles	5 ans	2010	Alternée	Elvira (5 mois)
Emilios	8 ans	2011	Permanente	Alfredos (5)

Eric	9 ans	2015	Alternée	Diane (8) Emmanuel (7)
Gabriel	10 ans	2003	Alternée	Elisa (3)
Georgi	14 ans	2015	Permanente	Lucas (12)
Gilbert	8 ans	2008	Alternée	Adèle (2)
Jean	1 an	2010	Permanente	Jérémy (4) Axelle (2)
Jean-Baptiste	12 ans	2012	Alternée	Florence (8) Gauthier (7)
Karim	2 ans	2012	Permanente	Rachida (4)
Loïc	14 ans	2013	Alternée	Eva (7) Aline (2)
Marc	22 ans	2005	Permanente	Timothée (11) Adriana (9)
Omar	2 ans	2013	Permanente	Marouane (2)
Paul-Etienne	15 ans	2009	Permanente	Henri (15) Georges (12) Michel (8)
Philibert	8 ans	2007	Alternée	Tiphaine (6)
Sylvain	16 ans	2010	Permanente	Julie (14) Marie (13)
Valentin	6 ans	2011	Alternée	Ophélie (4)

Tableau 11. Les informations relatives à la séparation des pères isolés interviewés

Informant	Durée de l'Entretien	Nombre de Pages Retranscrites
Alexis	1h 30'	17 pages
Armando	1h 33'	22 pages
Arnaud	1h 24'	10 pages
Bertrand	2h 33'	44 pages
Charles	1h 06'	9 pages
Emilios	2h 03'	16 pages
Eric	1h 04'	15 pages
Gabriel	1h 42'	23 pages
Georgi	1h 30'	20 pages
Gilbert	1h 15'	25 pages
Jean	2h 21'	46 pages
Jean-Baptiste	1h 31'	24 pages
Karim	1h 10'	23 pages
Loïc	1h 42'	26 pages
Marc	2h 15'	28 pages
Omar	1h 20'	19 pages
Paul-Etienne	1h 41'	29 pages
Philibert	1h 26'	28 pages
Sylvain	2h 22'	59 pages
Valentin	1h 04'	7 pages
	32h 53'	490 pages

Tableau 12. Les entretiens avec nos répondants

La Diversité de notre Echantillon

Notre échantillon est diversifié au niveau de plusieurs critères :

- L'âge : Les pères isolés que nous avons interviewés ont des âges qui varient entre 26 et 58 ans. En effet, nous avons veillé à avoir plusieurs classes d'âge au sein de notre échantillon afin de comprendre si cela peut influencer la façon dont les pères isolés assurent la consommation familiale.
- Lieu d'habitation : Nos répondants habitent dans des zones variées. Alors que certains habitent dans des grandes villes telles que Paris, Lille et d'autres zones urbaines, d'autres habitent dans des zones semi-urbaines comme Seclin, et d'autres dans des zones rurales comme Gerberoy. Cela peut certainement avoir un impact sur le mode de consommation de ces pères ainsi que la variété de leurs choix.
- La région de provenance : Bien que la majorité de nos pères interviewés soient de la région de Hauts-de-France, étant donné que nous sommes basés à Lille dans le nord de la France, nous avons veillé à interviewer des pères français de plusieurs régions de la France (Ile-de-France, Occitanie, Provence-Alpes-Côte d'Azur, etc.).
- Professions : Entre l'infirmier, le photographe, le professeur à l'université, l'agent de sécurité, et bien d'autres métiers, chaque père isolé de notre échantillon a un métier différent des autres répondants. La diversité des professions donne une richesse à notre échantillon d'autant plus que chaque profession implique un mode de vie, un temps de disponibilité et une familiarité avec la sphère domestique différents.
- Les classes sociales : Certains de nos pères isolés sont pauvres, d'autres appartiennent à la classe moyenne et d'autres appartiennent à une classe sociale supérieure. Nous considérons qu'il est important de prendre en considération la classe sociale du père isolé dans l'analyse de son comportement face à sa situation. En effet, les moyens financiers dont dispose le père, jouent un rôle non-négligeable dans son recours à des services qui l'aident à la gestion de la consommation de sa famille.
- Le type de la garde : Alors que l'obtention de la garde alternée de leurs enfants est bien plus répandue que la garde permanente pour les pères isolés, nous avons veillé à avoir une répartition égalitaire entre le nombre de cas de garde alternée et celui de garde permanente. En effet, notre échantillon est constitué de dix pères solos qui ont la garde permanente de leurs enfants, et dix autres qui ont obtenu la garde alternée.

- L'âge des enfants : L'âge des enfants de nos répondants lors de leur séparation varie entre 5 mois et 16 ans. Bien évidemment, s'occuper seul d'un nourrisson de quelques mois est bien différent que de s'occuper d'un adolescent. Ainsi, l'âge des enfants est un critère à prendre en compte dans la constitution de l'échantillon ainsi que dans l'analyse des données.

- Les origines des répondants : Notre recherche porte sur les pères isolés français. Ainsi, tous nos répondants sont des pères isolés de nationalité française. Cependant, certains d'entre eux sont d'origines étrangères tels que Armando qui est d'origine mexicaine, Emilios qui est d'origine grecque, Georgi qui est d'origine serbe, Karim qui est d'origine kabyle, et Omar qui est d'origine marocaine. Interviewer des pères solos qui ont vécu dans des familles de cultures hétérogènes, contribue à la richesse de nos données et permet à notre échantillon de prendre en considération, dans une mesure, la diversité des familles françaises.

Section 3 : La Méthode d'Analyse des Données

Après avoir collecté les données, le chercheur doit analyser ses données pour aboutir aux résultats de sa recherche. La méthode d'analyse des données doit correspondre à la nature des données de la recherche et doit être en cohérence avec le positionnement épistémologique de la recherche. A ce titre, nous avons collecté des données qualitatives et nous nous inscrivons dans un paradigme interprétativiste qui a comme objectif de saisir les interprétations établies par les sujets concernés, en l'occurrence les pères isolés.

Ainsi, Paillé (1996) définit l'analyse qualitative comme étant une démarche discursive qui consiste à reformuler, à expliquer ou/et à théoriser un témoignage, un phénomène ou tout simplement une expérience. Il s'agit donc de se servir de ressources fournies à travers la langue, afin d'atteindre un niveau de compréhension et de théorisation du phénomène ou de l'expérience étudiée suffisamment satisfaisant (Gadamer, 1960). En effet, il s'agit d'un travail complexe qui débute par une lecture émique des données qualitatives, pour passer à un niveau de lecture étique afin d'aboutir finalement à la théorisation des données (Paillé & Mucchielli, 2003 ; 2005). C'est le cheminement de la théorisation des données défini par Thompson (1996).

Plus concrètement, l'atteinte de la théorisation des données passe par les étapes suivantes :

- La définition du cadre interprétatif qui permet au chercheur de savoir comment agir sur ses données collectées. Il s'agit de l'approche à adopter dans la lecture des données ainsi que des actions à effectuer sur celles-ci. Dans ce sens, l'approche herméneutique est la mieux placée dans l'interprétation des textes. En effet, selon Thouard (2002), l'approche herméneutique est considérée comme la « théorie de l'interprétation » qui permet de déchiffrer les données qualitatives de la manière la plus pertinente. Cette approche offre au chercheur la possibilité de saisir l'attitude à développer vis-à-vis de ses données notamment dans le cheminement de transition du niveau émique au niveau étique de lecture des données.
- Il s'agit ensuite de définir la technique à adopter afin d'opérationnaliser le cheminement interprétatif. En effet, après avoir décidé des actions à opérer sur les données, le chercheur doit décider de la technique qui lui permet d'y procéder. Cette technique doit avoir comme objectif de théoriser les données analysées. En ce qui concerne notre recherche, nous avons adopté le codage à visée théorique de nos données. Ce codage permet la théorisation de nos données et nous semble la technique la plus adaptée à la nature de nos données collectées.

Dans les prochains paragraphes, nous allons présenter, en premier temps, le cadre interprétatif herméneutique qui sera l'approche que nous adopterons dans la lecture et l'analyse de nos données. Nous allons par la suite présenter la méthode de codage à visée théorique que nous adoptons pour analyser nos données.

1. La Méthode Herméneutique

Notre recherche s'inscrit dans une approche phénoméno-existentialiste. Cette approche consiste à faire émerger des données un discours phénoménologique et un effort herméneutique (e.g. Arnold & Fischer, 1994 ; Thompson, 1997). Ce discours est au cœur des réflexions épistémologiques selon les fondements du paradigme interprétatif.

La méthode herméneutique correspond à l'approche phénoménologique étant donné qu'elle consiste à analyser les données par rapport au phénomène manifesté. En outre, la notion de sens associe l'herméneutique à la phénoménologie. En effet, tout comme dans l'approche phénoménologique, l'herméneutique consiste à la recherche du sens dégagé par le discours des individus concernés par le phénomène recherché. A ce titre, au sein de notre recherche, nous nous intéressons au sens que donnent les pères isolés à leurs expériences au sein de la sphère domestique et en étant responsable de la consommation familiale. En d'autres termes, c'est leur propre interprétation de leur réalité et de leurs expériences en rapport avec leur situation de pères isolés que nous cherchons à étudier.

A ce niveau-là, l'herméneutique se situe aussi dans la phénoménologie car la compréhension et l'interprétation constituent des étapes dans le cheminement de construction du sens (Ricoeur, 1969). En effet, à travers tout ce qui leur permet de s'exprimer, comme le langage, les individus reconstruisent leurs expériences vécues mais aussi leur vision du monde (Philippe & Hardy, 2002). La construction du sens par l'individu est le résultat d'un « maillage socialement partagé » constitué par le savoir de l'individu concerné, ses croyances, ses idéaux sociaux ainsi que ses idées reçues vis-à-vis de la nature de la vie sociale (Thompson et al., 1989).

C'est ce sens qui est socialement et culturellement construit qui nous permet de comprendre le rôle des expériences de consommation vécues dans la construction identitaire du consommateur. En effet, en comportement du consommateur, l'approche herméneutique ou ce que définissent Thompson et al. (1989) par « effort herméneutique » consiste à la restitution du sens des expériences de consommation vécues, exprimées par les consommateurs à travers des données linguistiques. La restitution du sens correspond aussi à l'interprétation non seulement du « dit » mais aussi du « non dit » (Thompson, Pollio & Locander, 1994).

La restitution du « non dit » consiste à étudier les significations socialement et culturellement construites auxquelles l'interviewé a recours afin d'exprimer et

d'interpréter son expérience de consommation. En effet, le mode de consommation, les décisions d'achats, ainsi que les expériences qui en émanent, sont construites dans un maillage culturel obtenu par les différentes interactions sociales de l'individu, autrement dite la socialisation. Cela signifie que ce maillage culturel est construit de l'ensemble des connaissances, des croyances, des idées reçues, ainsi que de tout type de significations socio-historique. D'autres éléments comme les médias, les organisations politiques, les institutions d'éducation et bien d'autres jouent également un rôle dans la constitution de ce maillage culturel. Ainsi, cette position est particulièrement pertinente pour notre recherche, car elle nous permet de prendre en compte l'influence des facteurs socio-culturels sur les stéréotypes de genre, la répartition des rôles parentaux et bien d'autres aspects qui nous semblent pertinents dans le cadre de notre recherche.

C'est à travers ces significations culturelles que le sens donné par le consommateur à ses expériences de consommation contribue à construction de son identité. En effet, le discours du consommateur portant sur leurs expériences de consommation reflète sa restitution de sa propre interprétation de ses expériences vécues ainsi que du sens de son soi. Le maillage culturel permet ainsi l'auto-construction de l'identité du consommateur. A ce titre, l'interprétation doit être effectuée en prenant en considération la dualité entre ce qui est apparent et ce qui est sous-jacent. En effet, le sens recherché émane du « sous-jacent ». Ainsi, le processus d'interprétation ne se limite pas à la l'étude du discours mais à l'acquisition d'une connaissance complète « des lieux, des symboles, ainsi que des pratiques et de tous les aspects empiriques du contexte étudié » comme le soulignent Leca et Plé (2008).

Dans son étude qui s'inscrit dans l'anthropologie culturelle, Geertz (1973 ; 1998) invite les chercheurs à ne pas procéder à une description littérale des actions des individus mais à une « description dense » (*thick description*) qui consiste à la prise en considération des spécificités du contexte culturel dans lequel elles sont produites. Selon lui, cela permet d'expliquer le fait que deux personnes puissent interpréter la même action d'une manière différente et par conséquent ne pas y attribuer le même sens. En marketing et comportement du consommateur, l'approche herméneutique est plus répandue dans le cadre des recherches qui adoptent une perspective socio-culturelle de la consommation (e.g. Arnold & Fischer, 1994 ; Thompson, 1990 ; Thompson et al., 1990).

Dans l'analyse des données qualitatives, le codage est mis en place afin d'aider les chercheurs à mieux interpréter leurs données. Le concept du codage consiste à réduire et découper les données en leur attribuant des catégories (Allard-Poesi & Maréchal, 2003). Il s'agit plus particulièrement de sélectionner et de simplifier les données qualitatives (Miles & Huberman, 1994)⁵⁸. Suite à cette condensation des données, le codage peut même être considéré comme un processus de théorisation des données notamment dans le cadre d'un codage à visée théorique. A ce titre, le

⁵⁸ Dans Point & Voynet-Fourboul (2006)

codage ne se limite pas à la description objective et systématique des données (Bardin, 1977) mais consiste à un traitement approfondi des données et implique des réflexions continues de la part du chercheur dans l'objectif d'aboutir à la théorisation de leurs données. Dans cette perspective, le codage n'est pas qu'une simple étape qui précède l'analyse des données, mais peut être considéré comme une analyse des données.

Il existe plusieurs types de codages. L'une des méthodes traditionnelles de codage est celle de l'analyse de contenu (Bardin, 1977). Cette méthode vise à réduire le matériau collecté. Elle englobe un ensemble de méthodes d'analyse de documents, le plus souvent textuels. L'analyse de contenu permet d'expliquer le ou les sens qui y sont contenus et/ou les manières dont ils parviennent à faire effet de sens (Mucchielli, 1986). Les entretiens semi-structurés sont les adaptés à cette méthode d'analyse. Cependant cette méthode présente un risque de perte de sens suite à l'application de de catégories théoriques préalablement fixées.

Le codage thématique « est un processus pour encoder l'information qualitative. Il peut être utilisé avec la plupart des méthodes qualitatives et permet de transformer des données qualitatives en données quantitatives si tel est le désir du chercheur » (Boyatzis, 1998, p. 4). La limite de cette méthode réside dans sa comparaison de groupes prédéfinis (Flick, 1998)⁵⁹.

Quant au codage à visée théorique, il vise à organiser et donner du sens aux données collectées en insistant sur l'interprétation (Glaser & Strauss, 1967 ; Strauss & Corbin, 1990). Cette méthode consiste à développer des catégories et des relations entre les catégories (codages axial et sélectif) afin de développer des théories enracinées. Les limites de cette méthode résident dans le fait qu'elle soit difficile à enseigner, ainsi que dans la difficulté d'appliquer le principe « d'échantillonnage théorique » en addition du risque d'un grand nombre de codes.

2. Le Codage à Visée Théorique

Le codage à visée théorique s'inscrit dans la « *grounded theory* » qui consiste à construire la théorisation de la recherche à partir des données. Un processus inductif et heuristique est mis en place afin d'assurer la condensation des données (Kelle, 1995). Les données sont déconstruites et ensuite reconstruite (Lessard-Hébert, Goyette & Boutin, 1997). Ce codage permet en effet de se détacher du premier niveau de lecture des données afin de comprendre le sens sous-jacent du discours de ses répondants. Après le codage, le chercheur procède à une catégorisation de ces codes. Cela lui permet de trouver des liens entre les différents discours de ses interviewés. La catégorisation des codes assure une lecture étiquette des données et garantit leur théorisation par la suite (Paillé & Mucchielli, 2005). C'est au chercheur de décider

⁵⁹ Dans Point et Voynet-Fourboul (2006)

dans quelle mesure la catégorisation des données sera affinée. En effet, alors certains chercheurs préfèrent détailler leurs catégories en sous-catégories, d'autres trouvent qu'il est plus judicieux de les regrouper.

Avant de procéder à l'analyse de ses données, le chercheur est invité à éviter certains travers afin d'assurer la fiabilité de leur codage à visée théorique. Selon Point et Voynet-Fourboul (2006), six travers sont particulièrement à éviter pour un codage à visée théorique fiable :

- La paraphrase : de simples citations du corpus ne tiennent pas lieu d'analyse.
- Le réductionnisme : se contenter des codes et abandonner les corpus de base.
- La linéarité des opérations : le processus de codage exige des « va-et-vient » entre les données analysées et les catégories établies. Il ne s'agit pas d'un processus linéaire.
- La technicisation : la surexploitation des données et la mobilisation d'outils non nécessaires à l'analyse son également à éviter.
- L'enlisement : l'enlisement dans l'analyse ainsi que le recueil des données peut nuire l'interprétation de ces dernières.
- La détemporisation : le temps consacré au codage des données est non négligeable dans la procédure d'analyse. Toute tentative de limitation du temps du codage nuit à la fiabilité de l'analyse.

Par ailleurs, Point et Voynet-Fourboul (2006) invitent les chercheurs à distinguer entre les terminologies des codes et celles des catégories. Bien que certains chercheurs ne procèdent pas à cette distinction dans leur processus de codage (e.g. Miles & Huberman, 1994), la majorité des chercheurs considèrent qu'il est plus judicieux de distinguer entre les codes et les catégories au niveau de la terminologie (Hlady & Rispal, 2002 ; Paillé & Mucchielli, 2005). Dans le cadre de notre recherche, nous distinguons entre les codes et les catégories. En effet, le code est une unité d'analyse alors que la catégorie regroupe plusieurs codes et fait émerger un premier niveau d'interprétation et de théorisation (Paillé & Mucchielli, 2005). Les propriétés synthétiques des catégories décrivent le phénomène étudié sous un angle déterminé.

La nature de l'unité d'analyse est également à prendre en compte. Il existe plusieurs types d'unités d'analyse comme un mot, une phrase ou un paragraphe. Bien que le choix de l'unité d'analyse s'impose seul (Glaser & Strauss, 1967), le chercheur est invité à se référer au sens que porte l'extrait analysé de ses données afin de définir et délimiter l'unité d'analyse (Dumez, 2005). Cela signifie que le chercheur n'est pas obligé d'adopter le même type d'unité d'analyse dans son codage.

Face à un volume important de données, le chercheur peut avoir recours à des logiciels afin de lui simplifier le codage, une tâche qui peut s'avérer complexe notamment lorsque les données sont de volume considérable (Bournois et al., 2002). Cependant, le chercheur a également tout à fait le droit de ne prendre en compte aucune hiérarchie entre les catégories. Dans ce cas-là, le travail de codage consiste

tout simplement à croiser manuellement les catégories et d'identifier les relations entre elles. Il s'agit du « tous azimuts » défini par Point et Voynet-Fourboul (2006). Dans le cadre de notre recherche, nous avons effectué le codage de notre corpus d'une façon manuelle. Selon Morse (1994), malgré la complexité de cette tâche, le codage manuel permet au chercheur de s'imprégner davantage de ses données, ce qui est indispensable pour mener à bien un codage à visée théorique.

Tous ces aspects ont été pris en compte dans la mise en place du codage à visée théorique dans le cadre de notre recherche. La figure ci-dessous schématise les différentes étapes de mise en pratique de l'analyse de nos données.

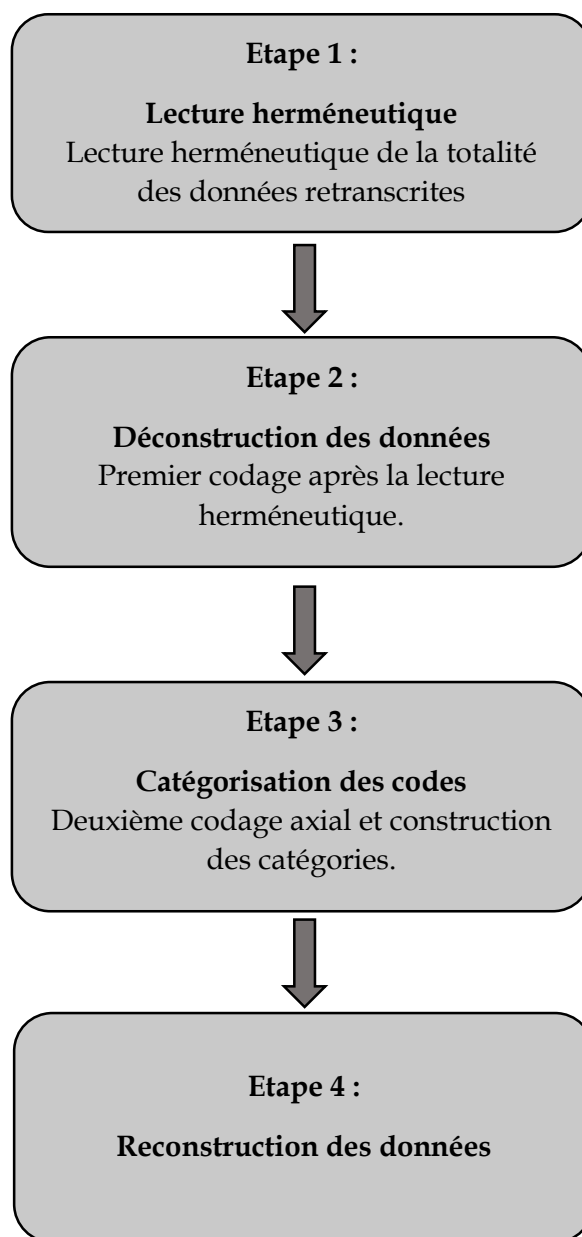


Figure 8. Le processus de mise en place de l'analyse des données

L'objectif de ce processus est de comprendre en profondeur l'histoire que les données initiales racontent. C'est dans cet objectif-là, que la déconstruction des données et leur reconstruction par la suite sont mises en place. En effet, c'est le principe herméneutique de la partie et du tout mobilisé par Molino (1985). Le tout, représente la totalité de la matière collectée. C'est-à-dire l'ensemble des pages retranscrites à partir de nos vingt entretiens. En premier temps, le chercheur doit identifier le sens sous-jacent de chaque récit. Il ne s'agit pas du sens « émique » dégagé par la

première lecture herméneutique, mais du sens « étique » obtenu lors d'une deuxième lecture herméneutique. Dans cette perspective, nous avons effectué un premier codage qui consistait à considérer chaque entretien comme in « tout » constitué de plusieurs « parties » conformément au principe de la partie et du tout (Molino, 1985). Nous avons procédé ensuite au codage de chaque partie et ensuite au niveau de la totalité de l'entretien. Nous obtenons ainsi l'histoire racontée par chaque père isolé, d'une manière séparée, à un niveau étique.

Une fois ce travail au niveau de chaque entretien réalisé, nous avons procédé au codage axial qui consiste à la mise en lien entre les différentes unités d'analyses identifiées au niveau de nos vingt entretiens. Ainsi, en combinant ses éléments d'un récit à un autre, nous avançons vers la théorisation de nos données. La construction des catégories suite au codage axial, forme l'histoire racontée par tous les pères isolés interviewés reconstruite à un niveau étique qui nous apporte des éléments de réponses à notre problématique et nos questions de recherche.

Nous présentons en détails dans les prochains paragraphes la mise en place de chaque étape d'analyse de nos données.

Première étape : la lecture herméneutique

La totalité de nos entretiens retranscrits ont été imprimés. La première étape d'analyse de nos données consiste à la lecture de chaque entretien comme un « tout ». Nous avons procédé à la lecture de chaque entretien sans aucun ordre particulier (ni par rapport au volume des données retranscrites de chaque entretien, ni par rapport à l'ordre dans lequel les entretiens ont été effectués). Plusieurs lectures ont été réalisées pour chaque entretien. Le nombre de lectures a varié d'un entretien à un autre. Tous les entretiens ont été lus au moins quatre fois, allant jusqu'à six fois pour certains entretiens pendant cette première étape. En effet, la lecture de chaque entretien continue jusqu'à ce que nous nous jugions suffisamment imprégnés de l'histoire racontée par notre répondant. A partir de la troisième lecture, des notes ont été prises de notre part concernant les occurrences de certaines idées dans le récit de nos répondants.

Les lectures supplémentaires avaient comme objectif d'identifier les différentes façons dont la même idée est exprimée. Dans cette perspective, ces lectures visaient à lire la totalité des entretiens en tant que « tout » où chaque entretien est considéré comme une « partie » du « tout », contrairement aux premières lectures, où chaque entretien en soi était lu comme un « tout ». Cela nous a permis d'acquérir une maîtrise de nos données et des caractéristiques de chaque entretien réalisé. Ce travail a été effectué à travers des « va-et-vient » entre chaque entretien et les notes des autres entretiens prises au début de cette étape. A ce titre, notre but était de comprendre le positionnement de chaque « partie » par rapport au « tout » de notre corpus de données.

Une fois ce travail effectué, nous sommes revenus à une lecture d'entretien par entretien (une lecture ou l'entretien est considéré le « tout »). Le but de ce travail est d'identifier d'une manière non exhaustive les unités de sens qui émergent de chaque entretien. Ainsi, les « va-et-vient » s'effectuent au sein du même entretien afin de mettre en perspective le sens émergé par les « parties » par rapport à celui émergé par le « tout ». La contextualisation de chaque partie de l'entretien permet d'attirer notre attention sur toute sorte de contradictions ou d'incohérence au sein du récit. En effet, c'est un travail qui permet de préparer la deuxième étape d'analyse, celle du codage, et simplifie cette tâche.

Deuxième étape : La déconstruction des données

La déconstruction des données se réalise en premier temps par le codage des entretiens. Le codage consiste à attribuer à chaque partie du récit (les extraits du récit, les verbatim) afin de présenter l'idée principale qu'elle traite. Ainsi, le code doit exprimer le discours du répondant de la manière la plus « fidèle » possible. En effet, le code doit refléter le sens porté par l'extrait du discours concerné. Ce sens peut être explicite, c'est-à-dire exprimée d'une manière claire et directe par le répondant, mais peut être parfois aussi implicite, exigeant plus de réflexion de la part du chercheur. C'est ainsi que nous pouvons atteindre le niveau étique de lecture de nos données.

Bien évidemment, seuls le récit de nos répondants fait objet de ce codage. Les interventions de l'intervieweur ne font pas objet de codage. Etant donné que nous n'avons eu recours à aucun logiciel informatique dans notre analyse, nous avons adopté un format simple de présentation du codage. En effet, cela se présente en un tableau constitué de deux colonnes : la première colonne est attribuée aux codes, la seconde comporte les extraits du texte analysé et inclut nos commentaires que nous avons notés dans nos lectures préalables et que nous avons distingués par une autre couleur. Ci-dessous, un extrait du codage correspondant à cette étape, appliqué sur l'entretien avec Alexis.

<p>III. 11. Etre père est une responsabilité</p>	<p>« Votre vie change fondamentalement quand vous avez des enfants car quand vous travaillez jusque 23h le soir, partir en déplacement sans réfléchir juste parce qu'il faut le faire... Il y a des concessions à faire. c'est une responsabilité supplémentaire qui arrive, une grosse responsabilité ! »</p> <p>Pour Alexis, devenir père c'est passer d'un mode de vie libre à un mode de vie plus responsable.</p>
<p>III.12.Etre père est un engagement</p>	<p>M: « Donc vous trouvez que l'arrivée des enfants a changé quelque chose ? »</p> <p>A: « Ah fondamentalement oui ! On ne vit pas de la même façon avec les deux enfants ! On change de vie. On passe d'un schéma complètement libre, puisqu'il n'y a rien concrètement qui nous retient. La maison ça se vend, le mariage vous pouvez divorcer. Le jour où vous avez des enfants les choses évoluent complètement. A partir de ce moment-là, ça vous lie à vie avec la personne avec qui vous avez des enfants. »</p> <p>Selon Alexis, ce n'est pas le mariage qui engage l'homme avec son épouse mais plutôt l'arrivée des enfants engage le père avec la mère et ses enfants à vie même après le divorce.</p>

Tableau 13. Extrait d'une grille de codage d'un entretien

Dans leur codage, les chercheurs sont invités à éviter l'utilisation des codes conceptuels à ce niveau-là afin d'éviter toute éventuelle confusion avec les étapes de théorisation qui suivent. Cependant, plusieurs verbatim (de plusieurs entretiens parfois) peuvent avoir le même code. Ils seront regroupés dans une étape ultérieure, permettant au chercheur de mieux construire son analyse. Les verbatim qui illustrent le mieux l'idée du code seront sélectionnés afin de mieux expliciter les résultats.

En outre, le même extrait du discours, peut parfois faire appel à plusieurs idées liées les unes aux autres. Dans ce genre de situation, c'est au chercheur de décider comment coder l'extrait en question. Il a le choix entre coder d'une manière large qui inclut les différentes idées auxquelles le verbatim en question fait référence, ou avoir recours à des codes très précis. Dans le cadre de notre recherche, nous avons préféré d'opter pour les codes qui englobent parfois plusieurs idées liées les unes aux autres, afin d'éviter un nombre excessif de codes, ce qui pourrait nuire au sens essentiel de nos données et aux principaux objectifs de notre recherche.

Troisième étape : La catégorisation des codes

La catégorisation des codes consiste à les organiser et les regrouper. Pour ce faire, le chercheur est amené à identifier les liens entre les différents éléments de ses données. Cela se réalise concrètement par le regroupement des codes dans des catégories ou des sous-catégories. Les sous-catégories représentent un aspect d'un certain concept. Le regroupement par catégories a, quant à lui, lieu lorsque la combinaison des codes mène à un concept. C'est la raison pour laquelle ces catégories sont appelées « des catégories conceptualisantes » (Strauss & Corbin, 1990). Ce codage est le codage axial car il nécessite le passage par les différents axes de codes afin d'aboutir aux catégories finales. Le codage axial est considéré comme une préparation pour l'étape finale d'analyse, celle de la reconstruction des données.

Quatrième étape : La reconstruction des données

Cette dernière étape du codage consiste à combiner les catégories conceptualisantes (Strauss & Corbin, 1990). Chaque combinaison raconte une partie de l'histoire qui émerge des données. La totalité de ces combinaisons correspond à l'histoire complète émergente de nos données. C'est au chercheur de regrouper ces catégories selon sa propre interprétation. Dans la majorité des cas, les combinaisons des catégories réalisées par le chercheur sont fortement influencées par ses premières organisations de ses données. Cependant, le chercheur doit prendre en compte le fait que les possibilités de catégorisation sont considérablement plus réduites par rapport aux premières étapes de combinaisons, étant donné que le cadre théorique qui règne autour de ce travail devient plus en plus évident avec l'avancement de ces combinaisons.

3. Evaluation du codage à visée théorique :

L'évaluation du codage consiste à vérifier la validité ainsi que la fiabilité du codage effectué. Alors que les chercheurs ont généralement recours au double codage pour vérifier la validité et la fiabilité de leurs recherches, Paillé et Mucchelli (2005)

considèrent qu'il est inapproprié d'appliquer cette méthode d'évaluation dans le cadre d'un codage à visée théorique, étant donné que cette méthode correspond à une approche déductive qui fondamentalement incohérent avec l'approche interprétativiste. De plus, effectuer un double codage consisterait à faire intervenir une personne externe au terrain de la recherche afin d'effectuer ce codage de nos données. Cette personne externe manque de maîtrise du terrain de la recherche (Morse, 1994) ce qui affecte la qualité du codage ainsi que la validité et la fiabilité des résultats de la recherche.

Dans le cadre d'une recherche qui adopte le codage à visée théorique, l'évaluateur juge le travail de théorisation effectué par le chercheur. Son évaluation se focalise principalement sur la catégorisation ainsi que l'interprétation réalisée par le chercheur. C'est, en effet, parce que la fiabilité du codage réside essentiellement dans le processus interprétatif réalisé (Flick, 1998) notamment le travail de conceptualisation et de théorisation des données. En d'autres termes, le chercheur doit faire preuve dans son interprétation de distinction entre ses premières lectures émiques, des lectures étiques après ses interprétations. En outre, le chercheur doit justifier ses interprétations ainsi que la saturation du processus d'interprétation de ses données.

A ce titre, Point et Voynet-Fourboul (2006) invitent le chercheur à remettre tout ce matériel incluant ses explications et interprétations à son évaluateur qui est amené à examiner sa cohérence ainsi que la pertinence de la théorisation notamment en rapport à la problématique et les questions de recherche. En effet, l'observateur doit évaluer la complétude analytique de la recherche, c'est-à-dire s'assurer que le codage du chercheur couvre les différents aspects de la problématique. L'évaluateur est également amené à vérifier la non-dispersion des données. Il s'agit de veiller à ce que la plus grande majorité des données soient en rapport avec les objectifs de la recherche.

Dans le cadre de notre recherche, notre codage ainsi que l'argumentation de nos interprétations et les justifications de la saturation de notre travail de catégorisation, ont été soumis à notre évaluateur comme recommandé par Point et Voynet-Fourboul (2006). Notre évaluateur a validé la bonne fiabilité de notre codage ainsi que celle de nos interprétations. Cependant, dans les premières versions envoyées, notre évaluateur nous avait invités à mieux préciser certaines de nos catégories. L'évaluateur a conclu en faveur d'une bonne fiabilité de notre codage.

<p style="text-align: center;">TROISIEME PARTIE :</p> <p style="text-align: center;">RESULTATS DE LA RECHERCHE</p>
--

Chapitre VIII. Les Pères et la Gestion du Foyer et de la Consommation Familiale

Chapitre IX. La Reconstruction du Rôle Parental

Chapitre X. La Reconstruction de l'Identité du Rôle Paternel par la Consommation

L'objectif de notre recherche est d'analyser le comportement de consommation des pères isolés et de mieux comprendre comment ces derniers font face à la consommation familiale sans la présence de leurs épouses. Après avoir combiné dans notre méthodologie les entretiens phénoménologiques avec les méthodes projectives, nous avons analysé et interprété nos données obtenues en ayant recours à la méthode herméneutique d'analyse. Dans cette troisième partie, nous présentons les résultats de notre recherche répartis sur trois chapitres.

En premier temps, nous allons restituer l'histoire de chaque père, de son couple et de son background culturel, professionnel et familial. Tracer les principaux traits de l'identité de chacun des pères, nous permettra de comprendre d'une manière plus approfondie sa construction identitaire et particulièrement la construction de son identité parentale. Afin de passer à un niveau d'analyse plus approfondi, une première analyse descriptive est nécessaire. Il s'agit d'analyser la vie quotidienne des pères isolés et de leurs pratiques de consommation. Selon la façon dont ces pères gèrent la sphère domestique et assurent les achats familiaux, nous avons pu identifier trois catégories principales de pères isolés. Les pères résilients sont des pères qui adoptent le rôle de la mère et assurent les fonctions que leurs ex-épouses assuraient avant la séparation. Les pères bricoleurs assurent une partie des tâches de leurs ex-épouses et délèguent une autre partie au marché ou à leur réseau féminin. Les pères démissionnaires refusent d'assurer la plus grande partie des tâches de leurs ex-épouses et rencontrent des difficultés qui les rendent doublement isolés.

Après avoir identifié ces trois catégories de pères isolés dans le huitième chapitre, le neuvième chapitre sera consacré à la façon dont les pères isolés reconstruisent leur rôle parental, une fois se retrouvant seul avec à leurs enfants. Il s'agit donc de présenter les différentes stratégies auxquelles les pères isolés ont recours afin d'adopter ou de délèguer le rôle de la mère et les fonctions auparavant assurées par leurs ex-épouses. Le marché et le réseau féminin des pères isolés, principalement

leurs mères, semblent jouer un rôle essentiel dans l'endossement et la délégation du rôle de la mère.

Nous présenterons dans notre dixième chapitre les enjeux identitaires de la reconstruction du rôle paternel des pères isolés. La situation de cumul de rôles dans laquelle ces pères se trouvent, permet de mettre en relief des aspects de la paternité peu étudiés jusqu'à présent en comportement du consommateur. Nous étudions plus particulièrement comment le shopping et les achats familiaux contribuent à la reconstruction de l'identité du rôle paternel de nos interviewés. Dans ce chapitre, nous nous intéresserons également aux enjeux de l'identité du genre des pères isolés et de la façon dont leur situation de pères isolés influencera leur consommation masculine. Nous concluons ce chapitre et cette partie, par la transformation de la signification de la paternité et de l'image du « père idéal », que le cas des pères isolés permet de constater.

Chapitre VIII : Les Pères et la Gestion du Foyer et de la Consommation Familiale

Les vingt pères isolés que nous avons interviewés n'ont pas tous géré l'absence de la mère au sein de leurs familles de la même manière. Le rôle de la mère ainsi que les fonctions accomplies par elle avant le divorce, ont été remplacés de différentes façons. Chaque père a sa propre stratégie pour faire face à sa situation de père isolé. Cette stratégie semble être influencée par différents facteurs. L'histoire du père, sa famille d'origine, son âge et celui de ses enfants⁶⁰ sa profession, le nombre d'enfants à charge, le genre de ses enfants, la répartition des tâches au sein de son couple avant le divorce, et bien d'autres facteurs, peuvent expliquer le recours du père isolé à telle ou telle stratégie.

Nous souhaitons ainsi dans un premier temps, décrire les histoires de chacun de ces pères ainsi que celles de leurs couples et leurs familles afin de mieux comprendre leur gestion de la sphère domestique et de la consommation familiale après la séparation. Leurs discours biographiques et leurs différents parcours apportent des éléments d'une richesse importante, qui nous permettront de mieux comprendre leur comportement face à leur situation et la reconstruction de leur rôle parental.

Bien que, comme nous l'avons souligné, chaque père ait une façon propre de gérer son foyer, plusieurs points communs existent entre ces pères. Suite à ces points communs, et en nous basant sur leur comportement face à l'absence du rôle de la mère et leur accomplissement ou non-accomplissement des tâches assurées par leurs ex-épouses, nous avons pu distinguer entre trois catégories principales de pères isolés tout en tenant en compte la spécificité de chaque cas.

Ces trois catégories sont : 1. Les « pères résilients » ; 2. Les « pères bricoleurs » ; et 3. Les « pères démissionnaires ». Cette classification repose principalement sur le comportement des pères vis-à-vis du rôle de la mère absente. En effet, certains pères semblent être plus prêts à adopter le rôle de la mère et à assurer les fonctions dont leurs ex-épouses se chargeaient. Cette classification reflète donc le degré d'adoption du rôle maternel de la part des pères d'une part, mais aussi le degré de reconstruction du rôle parental après la séparation d'autre part.

A travers ce présent chapitre, nous souhaitons démontrer que ce comportement reflète l'histoire du père et de son couple séparé ainsi que son parcours personnel, familial et professionnel. S'intéresser à leurs parcours, nous permettra de mieux décerner les enjeux de l'accomplissement des fonctions assurées par leurs ex-épouses ainsi que les tactiques des stratégies qu'ils mettent en place afin de faire face à leur

⁶⁰ L'âge des pères et celui de leurs enfants mentionnés sont les âges qu'ils avaient au moment du passage des entretiens avec eux.

situation de cumul de rôles. Cela nous permettra également de mieux comprendre les enjeux de la consommation familiale au sein de leurs familles.

Section 1 : Les Pères Résilients

Ces pères sont très présents au foyer et s'investissent complètement et parfois seuls dans le travail domestique.

Assurer le ménage, faire la cuisine, s'occuper des achats familiaux comme les achats alimentaires quotidiens pour leurs familles et les achats vestimentaires pour leurs enfants ne semble pas être une tâche complexe pour eux.

De plus, l'abnégation caractérise l'accomplissement de la majorité des tâches concernant leurs foyers d'une manière générale et leurs enfants d'une manière plus particulière.

Ce fort investissement au sein du foyer semble être le plus souvent des cas au détriment de leur vie professionnelle. Ainsi, la majorité des pères isolés interviewés appartenant à cette catégorie ont dû complètement abandonner leur vie professionnelle ou travailler à mi-temps.

1. Jean : Père Isolé et Père-au-foyer

Jean est un père isolé au foyer âgé de 32 ans. Il a deux enfants de son deuxième mariage qui a duré 5 ans dont une année de vie commune. Ses deux enfants sont Jérémy (6ans) et Axelle (4ans). Il a eu la résidence permanente de ses deux enfants. Jean a vécu une enfance assez particulière. Il a été élevé dans le cadre d'une famille recomposée, et n'a presque jamais vécu avec son père. Il avait une relation très conflictuelle avec sa mère ainsi que son beau-père. Malgré la distance, sa relation avec son père était elle-aussi « très particulière » selon lui.

A l'âge de 19 ans, Jean a dû quitter la maison et vivre seul. Il a ensuite rencontré une femme avec qui il a vécu pendant 6 ans. Ils se sont séparés suite à une relation extra-conjugale de la part de sa première épouse. Quelques mois plus tard, Jean a rencontré Lucile sa deuxième épouse. Lucile est tombée enceinte quelques mois après leur rencontre.

Problème de confiance vis-à-vis des femmes :

Jean avoue avoir un problème de confiance avec les femmes. Cela a rendu sa relation avec Lucile encore plus conflictuelle, et a eu un grand impact sur sa façon de régler les problèmes au sein de son couple.

« Bah moi je ne sais pas mais vis-à-vis des femmes j'ai toujours... j'ai plus confiance à parler par exemple à un homme qu'à une femme. Donc je peux aborder plus facilement des personnalités masculines que féminines. Mais ça remonte à mon adolescence, ça a toujours été, même avant le clash de ma mère »

Avant de construire leur maison, et même en ayant deux enfants de Lucile, Jean vivait loin de sa famille à cause de son travail. Un travail qui lui prenait beaucoup de temps dans une ambiance assez stressante. En effet, il a travaillé dans un centre d'appel entre les années 2000 et 2010. Pendant toutes ces années de travail, Jean n'a jamais vécu avec Lucile. *« On a jamais été vraiment ensemble. Elle vivait chez elle, je vivais chez moi »*. Pour lui, ils n'ont donc jamais vraiment fondé une famille.

Après Mathis leur premier fils né en mars 2007, Marion leur fille est née en juin 2009. Marion avait des problèmes de santé. Lucile se retrouve donc seule à s'occuper de deux enfants dont une qui nécessite une attention particulière. Jean a dû donc jongler entre son travail et les tâches ménagères, ainsi que la cuisine et les courses. La charge de travail a donc doublé pour lui qui était déjà dépassé au travail. En septembre 2010, Jean s'est fait licencié suite à un « long arrêt de maladie ». Il souffrait de *« plusieurs soucis de santé en plus de soucis psychologiques »* dus à la pression au travail. Jean considère que Lucile a complètement démissionné de son rôle de mère face à la maladie de sa fille : *« Elle ne faisait plus rien. Elle se déchargeait complètement de ses responsabilités »*. Le jonglage n'étant plus possible pour lui, Jean a dû faire un choix entre sa vie professionnelle et sa vie familiale :

« Avec mes journées de travail, quand j'arrive, le ménage à faire, la vaisselle à faire, la cuisine à faire (...) c'était le début du calvaire. Je ne pouvais plus jongler entre le travail et la famille. J'ai rencontré une psychologue, on a discuté, j'ai vu que le principal maux que j'avais était lié au travail. 10 ans de travail qui ont surgi, qui ont fait une réminiscence. Et j'ai craqué donc j'ai dit bin je coupe un pont et j'en reprends un autre, donc ma vie de famille et mes enfants. »

Durant cette période-là, le seul moyen pour Jean de prendre soin de ses enfants, c'était de travailler afin de pouvoir subvenir aux besoins de sa famille. Il était donc pleinement dans un rôle de breadwinner. Faire les courses faisait partie aussi de sa façon de prendre soin de ses enfants : *« J'ai toujours vécu pour mes enfants, dès lors qu'ils sont nait, Mathias je le voyais pas mais je versais une pension alimentaire pour la maman je faisais les courses pour qu'ils aient à manger, je mettais un peu d'argent sur son livret, heu comme un père qui est pas présent, je montrais mon affection matériellement financièrement »*.

Sa vie de père-au-foyer :

Après avoir arrêté le travail, Jean gérait de plus en plus les tâches ménagères qu'il dévalorise dans son discours et trouve que Lucile comptait de plus en plus sur lui : *« C'était bin Jean t'as rendez-vous pour les enfants, Jean tu peux faire la cuisine, Jean tu peux ceci, Jean tu peux faire cela, je suis devenu la bonne à tout faire quoi ! »*.

Face à l'hyperactivité de Mathis et aux problèmes de santé de Marion, Lucile se sentait épuisée et dépassée. *« Elle a craqué »* selon Jean. *« La maman elle ne supportait plus rien du tout, elle ne supportait plus quand je lui parlais, elle avait fait une dépression,*

elle ne gérait plus rien. Elle ne supportait plus les enfants, elle voulait aller en maison de repos.».

Dans cette ambiance très tendue qui a duré quelques mois, Jean et Lucile ont pris la décision de se séparer.

Le passage du père-au-foyer au père isolé et au foyer :

Dans le discours de Jean, nous constatons qu'il met en avant le fait que son vécu, son expérience personnelle, lui ont beaucoup aidé pour assurer certaines tâches : le fait d'être amené à s'occuper de ses demi-frères et sœurs dès son adolescence, le fait d'avoir vécu seul dès l'âge de 20 ans, ou même le fait d'avoir travaillé en tant que baby-sitter quand il était plus jeune. Cela explique les compétences qu'il a acquises dans le domaine de la gestion domestique et de la cuisine. D'autre part, pour les compétences non acquises, Jean évoque un apprentissage qui se fait à travers la pratique et/ou en faisant appel à des conseils comme ceux de l'assistante sociale ou même ceux de sa mère malgré la relation distante entre eux deux.

« Même si tout n'était pas forcément tout bien fait, j'essayais d'être multi-tâches, ce qui n'était pas évident en soi, mais progressivement j'ai dû apprendre ».

« Le ménage euh, bah étant, sur une courte période, étant célibataire, ou ayant mon propre domicile ou la vie de couple je savais faire quoi. Le linge, je savais repasser mes chemises, mais mettre une machine à laver en route je ne connaissais pas. En douze ans de vie commune, officiellement, je n'ai appris que l'été dernier à faire une machine à laver. Pour moi c'était du chinois (rire). J'ai découvert progressivement tout en ayant fait du linge rouge détaché sur du linge blanc voilà mais j'ai découvert et heu ça reste quand même une contrainte encore au jour d'aujourd'hui.

M : tu as découvert cela comment ?

J : bah du jour au lendemain parce que c'est à la séparation que j'ai dû faire mes premières machines à laver.

M : oui mais tout seul ? Concrètement tu as fait comment ?

J : ah oui bah après j'ai téléphoné à ma mère en disant bah voilà tel machin je peux faire à combien elle a dit voilà bon ben j'ai pour le linge j'ai appris sur le tas parce que bah j'avais jamais fait avant. Plier du linge, ranger du linge si mais mettre une machine en route à laver. C'est, c'était vraiment le truc que j'ai découvert, avant même la propreté de ma fille ! »

Papa poule : sacrifice, implication et abnégation

Après avoir fait le choix de s'occuper de ses enfants et d'abandonner sa carrière professionnelle, Jean semble assurer non seulement les tâches domestiques et les

courses alimentaires mais aussi le rôle parental affectif vis-à-vis de ses enfants. En effet, son discours contient beaucoup d'affection et considère que l'aspect affectif fait partie non seulement du rôle de la mère mais aussi de celui du père. Ainsi, il insiste sur son implication dans l'éducation de ses enfants et sur son côté « papa poule ». Il considère même qu'il est « maman dans sa tête » et l'assume parfaitement :

« Par rapport à d'autres pères qui n'ont pas la garde de leurs enfants, qui ont droit de visite et qui s'en déchargent, moi je suis totalement l'opposé, je suis le paradoxe, je suis maman dans ma tête. Et je le vis très bien dans ce sens-là, en papa poule »

« Je suis papa poule dans ma tête je me suis toujours dit que quand j'aurai des enfants ce sera ma chair et ce sera eux qui passeront avant toute chose. Et maintenant ça s'est défini, j'ai perdu mon emploi, à la fois mes problèmes de santé par rapport à ceux de Marion, là je ne recherche pas systématiquement parce que bon il leur faut une stabilité déjà de règles définies, c'est ça ce que je recherche c'est leur bien-être avant le mien en fin de compte ».

Les courses : du smart shopping

Les courses de Jean semblent être bien réfléchies et organisées. Jean est un smart shopper. Il traque les promotions, il aime faire les braderies, les raideries, etc. Il compare, il attend les soldes, il prend son temps avant de choisir. Comme tout smart shopper, faire de bonnes affaires lui rend très fier mais la différence c'est que faire les courses « intelligemment » est considéré par Jean comme l'un des devoirs de son rôle de père et en fin de compte comme un moyen de prendre soin de ses enfants car l'argent économisé des courses sera dépensé sur des activités pour eux ou sera mis dans leur compte bancaire.

« Je fais toujours mes courses en ayant le souci de rentabilité, d'économie, à flux tendu, c'est vrai que acheter quelque chose d'impulsif au prix fort c'est pas dans mes habitudes. »

Bien qu'il soit un smart shopper, Jean refuse d'acheter les marques de premier prix pour ses enfants. Malgré ses revenus limités, il préfère acheter des produits de qualités quand il s'agit de l'alimentation de ses enfants. C'est l'une de ses façons de prendre soin de ses enfants et de l'exprimer.

« J'étais sûr de la qualité on va dire des produits que j'achetais pour les enfants, parce que mes enfants ont très rapidement pu voulu du lait en poudre type Galia ou autre et on les a mis au lait de bouteille sauf qu'au départ Lucile achetait du lait premier prix et moi j'ai toujours dis bah c'est du bas de gamme, au moins pour les enfants on va prendre du enrichi en vitamine D ou autre ».

Sentiment de dépassement :

Pour Jean, être père isolé est un travail en soi ; « *un travail de 42 heures par semaine* » affirme-t-il. Face à cette charge de travail, et sans avoir les moyens financiers qui lui permettent d'avoir beaucoup de recours aux services proposés par le marché, Jean se sent dépassé par les événements et parfois même épuisé.

« C'est comme si on travaillait 42 heures par semaine sans avoir de jours de repos. C'est très dur ! (...) des fois je reconnais être dépassé par les événements. »

Un rôle dévalorisant : le rôle de la mère qu'il assume.

Quand nous avons demandé Jean si il comptait chercher un travail, il a répondu par « *J'espère. Mais maintenant je suis dans un rôle (...) Je suis un rôle assez particulier.* ». Le rôle de mère que Jean assure depuis quelques années semble être vécu par lui comme un rôle dévalorisant. En effet, il nous confie espérer trouver un travail et revenir à son rôle de père *breadwinner*.

« Ayant travaillé pendant 10 ans, un tiers de ma vie, euh... bah ça ne me motive pas de rester à la maison à rien faire. Déjà ce n'est pas forcément montrer le bon exemple aux enfants »

2. Karim : Sa propre mère comme exemple

Karim est un père isolé de 36 ans. Il était marié de Fatima pendant trois ans. Ils ont eu une seule fille, Rachida qui a avait quelques mois au divorce. Karim a eu la résidence permanente de Rachida. Avant le divorce, la vie de Karim tournait principalement autour de sa profession et sa passion pour son travail. En effet, il était affecté de courriers pour les services généraux, et il était passionné par son travail.

Son couple : Pas de confiance !

Malgré que son ex-épouse ait les mêmes origines que lui, un grand problème de confiance ont fait que le couple a commencé à se dégrader. Karim évoque plusieurs fois des « *soucis de confiance et d'écoute* ». En effet, Karim ne semble pas satisfait de la façon dont son ex-épouse Fatima assurait son rôle de mère dans ses fonctions quotidiennes. Il ne lui fait pas confiance dans son rôle de mère. Il avait des doutes qu'elle soit à la hauteur de ce rôle-là.

« Quand on se marie, il y a des choses qui se mettent en place. On se découvre encore plus. La vie de couple nous apprend beaucoup de choses et donc après ça se dégrade. Il y a des soucis de confiance, des soucis d'écoute, (...) puis il y a eu la séparation. (...) Ce qui a fait que la relation s'est dégradée, et bien c'est la confiance, la confiance était entachée dans le quotidien ».

Concernant les tâches ménagères, Karim semble être plus exigeant et avait plusieurs choses à reprocher à Fatima à ce niveau-là.

« On a eu des engueulades avec ça, beaucoup de soucis là-dessus parce que moi je suis à cheval sur l'hygiène, j'aime que les choses soient propres. Je ne suis pas à l'aise dans une maison pas propre alors qu'elle, elle pouvait laisser trainer les choses plusieurs jours sans pour autant que ça la dérange ! ».

Son couple : Inversion des rôles à l'arrivée de Rachida

Au-delà des différents niveaux d'exigence sur la propreté et les tâches domestiques entre Karim et Fatima, l'arrivée de Rachida a amplifié les soucis de « confiance » au sein du couple. En effet, Karim reproche à Fatima de ne pas s'occuper assez de leur fille même quand elle était encore nourrisson. Pour Karim, Fatima qui avait trouvé un travail peu après sa grossesse, avait mis sa vie professionnelle en avant et a laissé sa vie de mère de côté. Suite à cela, il a décidé de prendre le relais et s'occuper de sa fille.

« Je me retrouvais avec mon enfant dans les clips la nuit parce que la mère était à bout, parce qu'elle souhaitait dormir parce qu'elle travaillait le lendemain. (...) J'acceptais de sacrifier ma nuit pour mon enfant et de la laisser elle dormir. (...) J'étais plus à même de m'occuper de ma fille.»

Sa vie après la séparation : abandon de son rôle de père

Après la séparation, Karim a décidé d'abandonner son rôle de père. Il a en effet arrêté son travail afin de se consacrer pleinement à sa fille surtout qu'il a eu sa garde en permanence. Il est donc passé d'un modèle de cumul de rôles (celui de la mère et du père) au rôle de la mère.

« Lorsque je me suis séparé, j'ai arrêté mon activité internet parce que je n'étais plus concentré dessus et j'ai arrêté les marchés. »

Le rôle de la mère parfaitement assumé :

Karim assume complètement le rôle de la mère absente sans difficultés ni identitaires, ni pratiques.

« Je prend la place que la maman n'a pas pris. Si la mère ne souhaite pas son rôle, et bien c'est automatiquement moi ! Si la mère ne souhaite pas ses responsabilités et assume ses responsabilités à 10% et bien automatiquement le papa prendra les 90% qui ne sont pas exploités !»

Sa propre mère comme exemple :

Karim explique qu'il avait une relation assez particulière avec sa mère qui était assistante maternelle. Il était en effet très proche d'elle depuis son enfance. Karim semble appliquer les mêmes astuces que sa maman en s'occupant de sa fille. Il adopte la même façon de faire, et prends sa mère comme un exemple à suivre de la « mère idéale ».

« Nous les enfants, tout petits on les sert dans un drap ou une couverture pour qu'ils puissent se sentir comprimés et retrouver la sensation qu'ils avaient dans le ventre de leur maman. Et donc au bout de deux mois et demi m'a maman m'a parlé de ça. Elle est venue à la maison, on n'arrivait pas à coucher la petite, elle faisait des siestes difficiles on va dire, et donc elle nous a montré une technique toute simple avec un drap. Et Rachida était donc emballée de la tête au pied avec un drap et se sentait bien et dormait mieux. »

3. Gilbert : Une semaine mère et une semaine homme célibataire

Gilbert a 40 ans. Il est infirmier divorcé depuis 2008. Il a une fille de 9 ans qui s'appelle Adèle. Son ex-épouse Aurore était elle aussi infirmière. Leur relation a duré 13 ans dont 8 ans de vie commune. Après plusieurs relations extra-conjugales de la part de son ex-épouse, Gilbert a pris la décision de divorcer. Une décision qui lui a été très difficile émotionnellement mais pas d'un point de vue pratique comme il nous explique. En effet, s'occuper seul de sa fille, il le faisait depuis sa naissance. Son ex-épouse étant elle aussi infirmière, elle s'absentait pendant des journées entières. Il a dû donc s'occuper seul d'Adèle.

Son couple : partage des tâches ménagères et des achats familiaux

Gilbert a toujours été impliqué dans le travail domestique et dans la consommation de sa famille. En effet, Aurore et lui, se partageaient les courses alimentaires comme vestimentaires, et toutes les tâches ménagères à l'exception du repassage qui était assuré par Aurore seule. Ils faisaient souvent les courses ensemble.

« Je suis infirmier, faire les tâches ne m'a jamais dérangé. Ce sont des choses que j'ai toujours apprises dans mon travail. Quand je faisais mes études aussi, un week-end sur deux je travaillais dans une maison de retraite, et là, il fallait faire la vaisselle et tout ça pour les personnes âgées, donc c'est quelque chose qui ne me dérange pas particulièrement. J'ai toujours mis la main à la tâche, sans aucun problème. »

Sa vie de père isolé : deux modes de vies, deux modes de consommation

Après le divorce, Gilbert a eu la garde d'Adèle une semaine sur deux. Suite à cette garde alternée, Gilbert étant infirmier a eu la possibilité de travailler une semaine sur deux. Ainsi, il semble avoir deux rythmes de vies et deux modes de consommation tout à fait différents. En effet, quand Adèle est chez lui, Gilbert dédie tout son temps à la gestion de la maison, au soin de sa fille, à son éducation, aux courses qui semblent être bien plus organisées que les semaines où il est seul. Il prend son temps à effectuer les courses et à cuisiner pour sa fille. Malgré que sa mère habite dans la

même ville que lui, Gilbert n'a recours que très peu à elle. L'aide de la grand-mère se limite à garder Adèle pendant quelques heures, et à leur repasser les vêtements.

« J'essaie de faire toujours attention à ce que les repas soient équilibrés pour Adèle, j'essayais d'avoir toujours un repas équilibré avec des féculents, des légumes, des protéines, ça c'est très important »

Cette image de grand investissement dans les tâches domestiques change totalement pendant les semaines qu'Adèle passe chez sa mère. En effet, pendant ces semaines, la vie de Gilbert semble tourner autour de son travail et de sa vie d'homme. Les courses sont beaucoup moins organisées et le temps qui y est accordé est nettement moins important.

« Je prenais des choses pour faire à manger rapidement. Parce qu'avant, je ne sortais pas mal, c'était 5 fois parfois même 7 fois dans la semaine. (...) Je sortais, j'allais danser, j'allais voir les copains. On allait danser à droite à gauche. On s'était créé un petit réseau de copains et copines, du coup c'est l'occasion d'aller boire un verre, c'est l'occasion d'aller danser.»

4. Armando : le passionné de la cuisine et des courses

Armando est un technicien informatique âgé de 34 ans. Ses parents sont divorcés depuis qu'il avait 8 ans. Il est l'aîné de ses deux frères. Ses frères et lui ont vécu avec leur mère et ont coupé la relation avec leur père depuis la séparation de leurs parents. En 2001, Armando a rencontré Marie-Amélie qui faisait les mêmes études que lui dans l'une des universités Montpelliéraines. Quelques mois après leur rencontre, Marie-Amélie et Armando ont décidé de vivre ensemble. En 2010, leur fils Paulo est né. Après la naissance de Paulo, et selon Armando, Marie-Amélie aurait fait un baby-blues et aurait complètement démissionné de son rôle de mère. Alors que Paulo avait 7 mois, Marie-Amélie a décidé de quitter Armando et de partir avec un stagiaire qu'elle a rencontré dans son travail. Marie-Amélie ne souhaitait pas avoir la garde de son fils. Ainsi, depuis 2010, Armando vit seul avec son fils. Paulo est en garde permanente chez son père et il voit sa mère un weekend sur deux.

Un père qui « adore faire les courses »

Dès les tous premiers mois de leur vie commune, Armando s'est toujours investi d'une manière équitable dans les tâches domestiques. Cependant, c'était lui qui s'occupait de la cuisine. Marie-Amélie ayant des horaires de travail plus rigides, elle préférerait s'investir plus qu'Armando dans les tâches ménagères alors que son ex-époux s'occupait de la cuisine et un peu plus d'elle de faire les courses alimentaires pour sa famille étant donné que c'était principalement lui le « cuisinier » de sa

famille. Faire la cuisine, et faire les courses alimentaires pour sa famille est loin d'être une corvée pour Armando. En effet, pour lui, c'est une activité plaisante.

« A : J'adore cuisiner ! J'adore aller au supermarché !

M : Qu'est-ce que vous aimez exactement quand vous allez au supermarché ?

A : Regarder toute la nourriture, qu'est-ce que je vais manger, qu'est-ce que je vais acheter pour manger, j'adore réfléchir à ce que je vais préparer, cuisiner. »

La grand-mère : influence et exemple

En investiguant un peu plus sur l'organisation d'Armando en termes de courses alimentaires, nous constatons l'influence de sa mère sur sa façon de faire les courses. En effet, rappelons-le, Armando est issu d'une famille monoparentale dirigée par sa mère depuis l'âge de 8 ans. Etant l'aîné, et étant donné que sa mère était la seule responsable de sa famille, Armando était très impliqué dans les tâches domestiques dès les toutes premières années de son adolescence. Armando accompagnait souvent sa mère dans les supermarchés pour faire les courses. Ainsi, l'organisation actuelle de ses courses est fortement inspirée et influencée par celle de sa mère. Cette dernière n'intervient pas dans la gestion du foyer d'Armando parce qu'elle vit à l'étranger depuis une vingtaine d'années.

L'absence de Marie-Amélie n'a pas beaucoup posé de problèmes pour Armando en termes de compétences concernant l'organisation des courses alimentaires et la cuisine. Le seul changement évoqué par Armando concernant les courses alimentaires par rapport à avant le divorce est l'aspect financier.

« Avant je m'en fichais, j'allais faire les courses soit à Carrefour soit à Intermarché (...) maintenant je vais à Lidl. J'essaie de trouver des meilleurs prix pour une meilleure qualité »

Comme la cuisine, prendre soin de son fils est aussi un plaisir pour Armando. En effet, il nous explique qu'après la naissance de Paulo, et pendant son congé parental, il a pu assurer seul toutes les tâches pour s'occuper de son fils.

« Quand j'ai pris le congé parental, même avant, comme c'était sa mère qui était en congé de maternité, j'étais toujours là pour changer les couches, j'adorais le changer, lui donner les bains, c'était quelque chose que je faisais avec beaucoup de plaisir, et aussi quand je voyais comment sa mère elle s'en fichait, donc il fallait tout assumer, et essayer d'occuper le petit, de tenir le regard avec lui. »

Le recours au marché par Armando demeure très limité mais cela lui arrive parfois d'avoir recours à une baby-sitter quand il est en déplacement pour son travail.

5. Emilios : en double rôle depuis la naissance de son fils

Emilios est un vétérinaire de 42 ans. Il vit seul à Calais avec son fils Alfredos âgé de 7 ans. Emilios est un fils unique qui a vécu avec sa mère et sa grand-mère d'origine belge, ses parents étant divorcés alors qu'il avait 11 ans. Depuis le divorce de ses parents, Emilios a eu une relation assez distante avec son père qui est rentré en Grèce son pays d'origine. En 2002, Emilios a rencontré Isabelle, son ex-conjointe qui était en période divorce, et qui avait une fille, Catherine âgée de 5 ans. En 2003, Emilios et Isabelle ont décidé de vivre ensemble avec Catherine. Leur fils Alfredos est né en 2006. En 2011, et suite à une relation extra-conjugale de la part d'Isabelle avec un collègue, le couple a décidé de se séparer. En 2011, Emilios a eu la garde alternée de son fils jusqu'à 2013 où il a eu sa garde permanente après un long combat avec la justice. Un combat assez dur émotionnellement qui a duré deux ans.

Leur vie avant le divorce :

Alors que la relation entre Emilios et Isabelle son ex-épouse, semble avoir été toujours conflictuelle pour des raisons de différences culturelles et de valeurs, selon lui, la naissance de leur fils Alfredos a déclenchée plus de conflits au sein du couple. En effet, Emilios ne semble pas être satisfait de la façon dont Isabelle assurait son rôle de mère.

La mère idéale, la « vraie mère » vs la « mère égoïste » :

Emilios a tendance à comparer son ex-épouse à sa mère. Il évoque deux modèles opposés : le premier, celui de la mère idéale, comme sa mère, « une mère qui passe la vie de son fils avant tout, avant sa vie » d'une part, et d'autre part, le modèle de la mère égoïste, comme son ex-épouse, selon lui, qui manque d'abnégation et de sacrifice envers ses enfants. Emilios considère même qu'elle a démissionné de son rôle de mère.

« Bah en fait elle avait des choses particulières que moi je ne pouvais pas accepter, elle était très égoïste alors qu'elle ne manquait de rien, quand Alfredos est arrivé, il pourrait pleurer toute la nuit elle se cassait pas la tête, (...) elle faisait semblant de rien, le gamin il avait faim elle ne lui donnait pas suffisamment à manger enfin c'était un peu particulier quand même ! (...) elle n'avait pas le sentiment maternel. »

« Ma mère est toujours toute seule avec sa mère, et donc là elle me donne un coup de main pour Alfredos c'est vraiment une mère une vraie mère quoi je veux dire elle passe sa vie après celle de ses enfants ! »

Une répartition assez traditionnelle des rôles :

Le partage des tâches était assez inégalitaire au sein du couple. Isabelle assurait la grande majorité des tâches ménagère et la cuisine ainsi que les courses vestimentaires

alors qu'elle avait à jongler avec sa vie professionnelle. Emilios semble avoir une vision assez traditionnelle des rôles parentaux.

« Elle rentrait à 17h du travail, elle passait l'aspirateur et faisait tout ce qu'il fallait pour le ménage, elle s'occupait de tout. De 17h à 19h/20h, elle fait le ménage et tout comme toutes les femmes enfin... »

« Bon bah moi, je suis Grecque hein donc je suis un peu macho donc la femme au foyer, le mec au boulot hein donc c'est clair que c'était pas du tout dans son apprentissage (...) donc voilà, chacun fait son boulot, moi je travaille et elle elle fait le ménage, mais c'est vrai que elle, elle faisait son boulot de secrétaire et puis le soir elle faisait son boulot de ménagère »

Sa vie de père isolé : abnégation, émotions et sacrifice

Après le divorce, Emilios qui avait une vision assez traditionnelle voire même « macho » comme il considère, semble avoir accepté d'assumer une partie du rôle qu'il accordait à la mère dans son approche traditionnelle. *« Pour moi, une femme, c'est une femme qui prend son temps à s'occuper de ses enfants, à choyer, enfin à s'occuper des gosses tout ça quoi »*. Or le discours d'Emilios, montre beaucoup d'affection et de sacrifices envers son fils. Une partie de ce sacrifice passe par les activités qu'Emilios offre à Alfredos et par le temps qu'ils passent ensemble.

« Il avait dit qu'il aimerait rester avec moi parce qu'il a pleins d'activités et c'est vrai ça continue d'ailleurs, il fait de la musique, du judo, on va à la plage, on va à Euro Disney, enfin on va partout donc moi mon fils, c'est mon compagnon, c'est mon avenir, c'est tout quoi et donc je sacrifie beaucoup de choses pour lui ».

« Je savais lui changer les couches, je savais tout préparer, même encore maintenant hein c'est moi qui lui prépare ses affaires, c'est moi qui l'habille le matin, c'est moi qui lui lave la tête le matin, c'est moi qui lui fait prendre sa douche le soir, maintenant il commence à se débrouiller tout seul mais je surveille quoi. Enfin je suis très paternel quoi, je m'en occupe énormément. »

Emilios qui n'était pas satisfait du rôle de mère d'Isabelle, semble être soulagé en assurant ce rôle avec l'aide de sa mère qu'il considère une « mère idéale » et avec qui a toujours eu un lien très fort.

« Elle me castrait (...) je n'arrivais pas à m'imposer. Elle n'avait pas le sentiment maternel, mais en même temps, elle voulait protéger ses enfants. Là, ce qui est intéressant c'est que je retrouve la même qualité de travail que j'avais quand j'étais enfant avec ma mère, par exemple, les chemises et tout ça, elles sont impeccables alors qu'avec mon ex-femme c'était le carnage quoi ! Ça se voit qu'elle le faisait à contre cœur ».

Afin de pouvoir jongler entre sa vie professionnelle et son accumulation de rôle, en plus de s'inspirer du modèle de sa mère, et de compter sur ses conseils et son aide,

Emilios a recours au marché pour assurer quelques tâches et faciliter d'autres. Ainsi, il a embauché un professeur de cours particulier pour s'occuper des devoirs d'Alfredos, et une femme de ménage.

« Je pense que ce qui est important aux pères isolés c'est d'essayer de trouver du temps et ce qu'on appelle le service, comme les nounous, les femmes de ménages.. C'est tout un service qui nous permet de continuer sa vie tout en élevant ses gosses et en étant tout seule (...) voilà c'est donc essayer de trouver ce triangle de temps, trouver du temps et garder sa qualité de vie.. et ce qui nous aide aussi c'est les achats par internet hein quand on n'a pas le temps, ou quand c'est pas, euh c'est pas possible, par exemple le drive ça c'était une super révolution, parce que on peut s'organiser à l'avance, on peut ses courses le soir alors que le gamin dort ».

6. Omar : Un modèle de père très différent de celui de son père

Omar est un père isolé de 38 ans vivant à Dunkerque et d'origine berbère. Omar a vécu au sein d'une famille traditionnelle dans une région berbère au Maroc. Il a 6 sœurs et 2 frères. Depuis son arrivée en France en 2006, Omar travaille dans le commerce dans le nord de la France. En 2009, il a rencontré son ex-épouse Djamila, qui est, elle aussi, d'origine berbère. Après un mois seulement de cette rencontre, Djamila et Omar se sont mariés. En 2011, Marouane leur fils est né. Après une relation très tendue pendant deux ans, surtout depuis l'arrivée de Marouane, le couple a décidé de se séparer en 2013. Pendant la première année après le divorce, Djamila a eu la garde permanente de son fils. En 2014, et après une longue année de combat avec les juges, Omar a eu la garde permanente de son fils Marouane. Afin de s'occuper de son fils alors encore âgé de 5 ans seulement, Omar a dû arrêter son travail de commerçant au marché, et s'est converti au commerce sur internet qui lui permet de s'occuper de son fils et d'assurer les tâches domestiques tout en travaillant de chez lui. Bien qu'Omar jongle entre sa vie professionnelle et la gestion de la maison ainsi que le soin de son enfant, son implication dans l'éducation de son fils, la cuisine, la gestion ménagère, et les courses demeurent nettement plus importantes.

Son couple avant la naissance de Marouane : Omar au travail et Djamila à la maison

Avant la naissance de Marouane, le couple vivait une vie « normale » voire même « impeccable » pour reprendre les termes d'Omar. En effet, Omar travaillait à temps plein au marché et Djamila s'occupait de la maison. Ils partageaient les tâches comme les courses, la cuisine parfois car selon lui, « *elle ne gère pas bien la cuisine et ne sait faire que les choses simples comme des frites !* ». Les tâches étaient aussi partagées avec la belle-mère d'Omar qui intervenait souvent pour donner un coup de main à sa fille

car : « *sa mère quand elle vivait encore chez elle, elle faisait rien, c'est sa mère qui faisait tout, elle la laisse comme ça* ».

Le couple après la naissance de Marouane : Conflits puis séparation

Après la naissance de Marouane, la charge de travail a forcément augmenté ce qui a nécessité d'interventions plus fréquentes de la part de la belle-mère afin de pouvoir aider sa fille à surmonter ses difficultés. Cela n'a pas été apprécié par Omar qui considère que sa belle-mère ne respectait pas la vie privée de son couple. La naissance de Marouane a donc été une source de conflits :

« Au début quand on était à deux ça se passait bien, mais quand le petit est né, on ne pouvait plus continuer, il y a eu un grand changement. (...) Elle ne s'occupait plus de rien, même pas de son enfant. »

Omar considère donc que Djamila n'est pas à la hauteur de son rôle de mère. Il a donc réduit le nombre d'heures de son travail afin de pouvoir s'occuper de son fils, même si il aurait préféré être pleinement dans son rôle de « breadwinner » comme nous le confie-t-il.

« Je ne l'ai pas aimée... Non, c'est vrai, je ne l'ai pas aimée. Pour aimer une femme, il faut que par exemple quand tu travailles, tu sais que tu es tranquille dans ta tête, la maison nickel, tu sais que le petit va bien, mais moi non. Quand je travaille, j'ai toujours quelque chose en tête ».

Après le divorce, et surtout depuis l'obtention de la garde permanente de son fils, Omar s'investit de plus en plus dans l'éducation de Marouane et assure seul toutes les tâches assurées auparavant par sa belle-mère et qu'il aurait souhaité qu'elles soient assurées par son ex-épouse comme le ménage et la cuisine. Omar présente ainsi un modèle de paternité très différent de celui de son père ayant vécu dans une famille traditionnelle.

Section 2 : Les Pères Bricoleurs

Les pères bricoleurs sont des pères qui jonglent, après le divorce, entre leur vie professionnelle et le travail domestique. Ils délèguent une grande partie des tâches assurées auparavant par leurs ex-épouses mais se mettent à assurer à leur tour une partie de ces tâches.

Afin de déléguer et d'acquérir les compétences des tâches domestiques dont les achats familiaux, ces pères mettent en place plusieurs stratégies en vue de leur manque de temps.

La majorité de nos pères interviewés appartiennent à cette catégorie de pères isolés. Bien que le degré d'investissement dans les tâches domestique et la consommation familiale varie d'un père à un autre au sein de cette même catégorie, le point commun entre eux tous demeure le jonglage entre leur vie professionnelle et la gestion du foyer. De plus, l'investissement de ces pères dans les tâches domestiques et la consommation familiale, et contrairement à celui des aux pères résilients, n'est pas au détriment de leur vie professionnelle. Bien au contraire, malgré leur investissement important et tous les efforts effectués dans leur mode de vie de jonglage, la vie professionnelle de ces pères demeure leur priorité.

7. Alexis : le professionnel

Alexis est un père divorcé de 43 ans originaire de La Madeleine où il vit toujours avec ses deux filles jumelles Eva et Juna âgées de 5 ans en garde alternée. Il est directeur de sa propre entreprise de conseil et de négociation de produits chimiques. Alexis est un fils unique. Il a perdu sa mère à l'âge de 32 ans. En 1999, Alexis a rencontré Margaux qui est une artiste, tout comme lui « *très passionnée par son travail* ». Leur relation a duré environ 9 ans dont 5 ans de vie commune en relation libre. En 2009, la séparation a eu lieu, l'année à laquelle Alexis a eu la garde de ses deux filles une semaine sur deux. En 2010, il rencontre Déborah avec qui il vit sous le même toit depuis 2015. A travers son discours, nous pouvons distinguer entre deux étapes : sa vie avant les enfants, et celle après l'arrivée de ses jumelles âgées de 5 ans. Le passage entre la vie célibataire et la vie commune avec son ex-épouse ne semble pas engendrer beaucoup de changements sur sa vie quotidienne. C'est plutôt l'arrivée de ses enfants qui a eu beaucoup d'impact sur sa vie de couple.

Sa vie avant les enfants : Liberté

En effet, avant l'arrivée des enfants, Alexis semble vivre une vie parfaitement assumée qui tourne principalement autour de sa passion pour son métier. En décrivant sa vie avant l'arrivée de ses enfants, Alexis évoque un mode de vie « *complètement libre* » même en étant en couple et en ayant acheté une maison avec

son ex-épouse. Cette dernière est elle-aussi passionnée par son travail. *« C'est une artiste qui aime beaucoup ce qu'elle fait ».*

Alexis n'a donc vraisemblablement jamais formé un couple avec son ex-épouse. Les deux membres de cette union vivaient un mode de vie très libre et indépendant. Cela convenait aux deux, étant donné qu'Alexis considère qu'avant l'arrivée des enfants, il n'y avait pas de conflits majeurs.

« On avait chacun notre vie professionnelle, on avait chacun notre vie, ce qu'on avait envie de faire ensemble, on le faisait ensemble, on était relativement libre en fait. Les enfants ont changé la donne complètement. »

Les tâches domestiques étaient partagées et effectuées par obligation comme des tâches « professionnelle » avec un niveau d'exigence peu élevé que ce soit de sa part ou de la part de son ex-épouse. Une femme de ménage s'occupait des principales tâches domestiques, et les courses étaient souvent effectuées via le drive *« par celui qui trouvait le temps ».*

« On était allergiques aux supermarchés ! On évitait d'y aller parce qu'il y a du monde et parce que ça prend du temps, et parce qu'on a autre chose à faire. »

« Je faisais toutes les tâches mais à 50/50. Et comme je disais, on avait déjà une femme de ménage avant, on devait s'arranger pour que la maison soit à peu près propre pour éviter les conflits quand l'autre arrive. Ça demandait un certain nombre d'efforts. Je n'ai pas appris à passer l'aspirateur ou à repasser quand on s'est séparés mais là, on n'a pas le choix, il faut le faire ! »

Sa vie après la naissance de ses enfants : source de tensions

C'est l'arrivée des enfants qui a changé le mode de vie d'Alexis et celui de son ex-épouse et qui a par conséquent créé des tensions considérables au sein du couple. En effet, la naissance de ses jumelles a engendré *« un changement fondamental »* dans sa vie, et a été vécue comme une véritable *« responsabilité supplémentaire »* qui s'ajoute donc à ses responsabilités professionnelles, mais aussi comme un engagement qui limite sa liberté tant appréciée avant de devenir père :

« Ah fondamentalement oui ! On ne vit pas de la même façon avec les deux enfants ! On change de vie. On passe d'un schéma complètement libre, puisqu'il n'y a rien concrètement qui nous retient. La maison ça se vend, le mariage vous pouvez divorcer... Le jour où vous avez des enfants les choses évoluent complètement. (...) Et deuxième point votre vie change fondamentalement quand vous avez des enfants car quand vous travaillez jusqu'à 23h le soir et de partir en déplacement sans réfléchir juste parce qu'il faut le faire... Il y a des concessions à faire, c'est une responsabilité supplémentaire qui arrive, une grosse responsabilité ! »

La vie parfaitement assumée auparavant et principalement centrée sur leurs professions, ne peut plus être vécue de la même manière car désormais il y a des concessions à faire au détriment de leurs vies professionnelles. Cette « grosse

responsabilité supplémentaire » a déclenché des tensions au sein du couple ce qui a fait que le « *couple a explosé* » pour reprendre les termes d'Alexis. Il précise néanmoins que l'impact de cette charge supplémentaire dépend tout de même de la « *façon dont on le vit* » en sous-entendant que cela n'a finalement pas eu un grand impact sur lui, étant donné que c'est principalement sa femme qui a dû s'occuper de ses enfants durant son congé de maternité alors que lui, il a pu continuer sa vie professionnelle presque de la même manière qu'avant.

En effet, l'ex-épouse d'Alexis, très passionnée elle aussi par son métier d'artiste, a mal vécu le fait qu'elle soit obligée d'abandonner sa vie professionnelle pour s'occuper de ses enfants pendant son congé de maternité, ce qui n'était pas le cas d'Alexis :

« C'était pas une femme d'intérieur. (...) Ça aussi ça fait partie des choses qui ont coincé dans le couple : sa carrière a été mise en stand-by pendant quelques mois ou quelques années, alors que la mienne non. Ça elle l'a mal vécue et je ne l'ai pas tout de suite compris. Et donc, contrairement à ce qu'on se disait pendant la grossesse, elle s'est occupée des enfants beaucoup plus que moi, en tout cas, durant la période où on était ensemble. Les enfants et les tâches ménagères ».

Nous constatons donc, que dans le discours d'Alexis, il n'y a aucun indice de valorisation du rôle maternel ou de toute tâche domestique y compris le soin des enfants et leur éducation. Alexis a une approche assez « professionnelle » et « instrumentale » de son rôle de père mais aussi de sa relation avec son ex-épouse. « *On était devenus une espèce d'association pour élever les enfants et pour entretenir une maison !* ». En effet, cette relation s'est considérablement détériorée après la naissance de leurs deux filles jumelles Eva et Juna.

« C'était forcément une source des tensions les enfants ! (...) Elle me reprochait souvent quelque chose que toutes les femmes reprochent à juste titre, c'est qu'on n'a pas envie de reproduire ce schéma où les femmes font certaines choses que les hommes ne font pas. On a beau ne pas avoir envie de le faire, quelque part, on le fait quand même ! ».

Suite à ces tensions, le couple a décidé de se séparer après neuf années de relation, et 4 ans après la naissance de leurs filles. La séparation s'est déroulée assez « *facilement et d'une manière assez fluide. (...) A côté de cela, on s'entendait bien, on était de bons copains* ».

Sa vie de père célibataire : un job comme un autre...

Depuis la séparation, Alexis a eu la garde alternée de ses filles alors âgées de 4 ans. Il semble assumer parfaitement sa nouvelle vie dans une approche assez professionnelle : être père est un job comme un autre. On doit l'assumer, et puis atteindre ses objectifs en toute efficacité. D'où l'importance du gain de temps dans toute tâche que ce job implique. Les courses, la cuisine, les tâches ménagères sont toutes des tâches à accomplir sans perdre de temps loin de tout discours affectif. Ces

tâches sont contraignantes pour Alexis mais ne lui pose pas particulièrement de problèmes :

« Une contrainte mais pas un problème ! (...) Parce que si j'avais été seul je me serais fait une pizza, ou je serais allé au restaurant, ou je n'aurais pas mangé. Du coup ça devient une contrainte parce qu'il faut faire un repas tous les soirs, mais ce n'est pas un problème ! ».

La praticité et le gain de temps semblent être très importants dans les achats d'Alexis.

« Il y a des enseignes qui sont pratiques ! Comme H&M, Zara, Benetton, j'achète pas mal de trucs chez eux. Il y a du choix, c'est pas cher, il y a toutes les tailles, les couleurs... Si on cherche une tenue, un pantalon, on rentre et on est sûr de pas faire 10 magasins. »

Cette approche « professionnelle » ou très instrumentale est aussi remarquée dans ses achats de cadeaux de Noël pour ses enfants. Les critères d'achats ne sont pas le plaisir, ou l'envie de ses enfants, mais plutôt le besoin : « A Noël, je choisis les cadeaux en fonction de ce qu'elles ont besoin ».

Afin de pouvoir jongler entre sa vie professionnelle et son « job » de père, Alexis insiste sur le fait qu'avoir des moyens financiers lui aide beaucoup pour pouvoir surmonter les difficultés pour assurer les fonctions des deux « jobs ». Avoir des moyens financiers, lui permet de déléguer une grande charge de travail au marché que ce soit en étant « prêt à payer un peu plus cher sur le drive pour gagner du temps » ou en augmentant le nombre d'heures de la femme de ménage ou même en envoyant ses filles faire du sport ou toute autre activité.

« Être père célibataire c'est très compliqué car il faut gérer la totalité pendant une semaine tout seul, il n'y a personne sur qui s'appuyer. Après il y a un problème de revenu. Pour moi, ça n'a pas été compliqué car j'avais une femme de ménage et quelqu'un qui allait les chercher à l'école et qui les aidait à faire les devoirs donc je rentrais et je profitais des bons moments. Ça me permettait de continuer à travailler avec mes horaires. (...) Les mercredis elles font du sport. Mais encore une fois il faut le payer, donc je me mets à la place de quelqu'un qui n'aurait pas cette chance ».

Après avoir rencontré Déborah, sa nouvelle épouse, en 2010, Alexis faisait appel à elle pour tout achat qui nécessite une « tâche féminine » selon lui, comme les achats de décor ainsi que les achats vestimentaires pour ses filles. Cinq ans plus tard, Déborah et Alexis ont vécu ensemble.

Une nouvelle épouse, un nouveau mode de consommation : un nouveau rôle pour Alexis, retour au rôle antérieur.

Déborah qui semble être une « femme de l'intérieur » contrairement à Margaux l'ex-épouse d'Alexis, a pris le relais des courses alimentaires depuis son arrivée. Déborah fait les courses avec beaucoup d'investissement, et bien plus d'organisation loin de la

corvée. Et cela, n'a pas l'air de déplaire à Alexis.

« Depuis que je me suis installé avec Déborah, je ne vais plus chez Chronodrive. (...) Pour moi, faire les courses c'est une corvée. Je n'ai pas envie de le faire. Déborah, c'est pas sa façon de faire. Elle fait des grosses courses au supermarché. Elle traque les promos, elle achète des gros volumes, elle fait des vraies courses ! C'est carrément plus organisé et stratégique ! »

8. Sylvain : le Breadwinner

Sylvain est un père isolé de 43 ans. Il est français résident à Ostende en Belgique. Sylvain est issu d'une famille recomposée originaire de Le Quesnoy dans le nord de la France. Il a trois frères et trois sœurs. Il est poissonnier et il consacre toute sa vie pour son travail. C'est d'ailleurs pour le travail qu'il a emménagé en Belgique, et c'est au travail aussi qu'il a rencontré son ex-épouse Carine en 1992. Deux ans après une vie commune, ils ont décidé de se marier en 1994. Un an plus tard, c'était l'arrivée de leur première fille Julie. Sa sœur Marie est née un an après elle, en 1996. Après 16 ans de mariage et 18 ans de vie commune, le couple a décidé de divorcer après l'investissement de plus en plus important de Sylvain dans sa vie professionnelle et l'abandon quasi-total de sa vie de couple et sa vie au foyer. Un an après le divorce qui a eu lieu en 2010, et après une résidence permanente de Julie et Marie chez Carine, les deux filles ont décidé de vivre en résidence permanente chez Sylvain.

Son enfance : enfance particulière, père absent, mère très occupée au travail, solitude...

L'enfance dure que Sylvain a vécue (*« Je me suis toujours senti étranger chez moi »*) peut expliquer sa personnalité solitaire et son problème de confiance envers tout le monde : *« je n'ai confiance en personne. Personne du tout. Même mon ex-épouse, mes amis, personne ! »*. En effet, Sylvain a vécu ses sept premières années chez une nourrice qui s'occupait de lui. Sylvain qui n'a jamais connu son père biologique, a vécu ensuite avec sa mère, son beau-père et ses sœurs. Sa mère était très peu présente à la maison étant donné qu'elle devrait travailler pour subvenir aux besoins de ses enfants : *« Elle travaillait beaucoup, elle n'avait pas le temps de s'occuper de nous. »* ; *« Elle était peu présente à la maison »* ; *« Elle oubliait souvent d'aller nous chercher de l'école »*. Sa mère assurait donc le rôle du breadwinner de la famille. Très impliquée et prise par son travail de photographe. Christelle, la grande sœur de Sylvain, jouait le rôle de la mère et gérait les tâches ménagères :

« Souvent elle (Christelle) remplaçait la mère puisqu'elle devait souvent préparer à manger, je me souviens qu'elle se faisait un peu gronder pour faire la vaisselle. »

La relation de Sylvain avec sa mère était très compliquée et distante.

« Ma mère, difficile à décrire puisque je n'ai pas vécu suffisamment d'années avec. Disons que ce qui passe, je partais souvent chez ma sœur, elle qui était mariée, qui avait son beau-frère qui ne travaillait pas. Lui il avait du temps. »

Son couple avant le divorce : Répartition assez genrée

Sylvain a rencontré son ex-épouse Carine au travail à Ostende en Belgique. Comme nous l'avons déjà mentionné, Sylvain est un homme professionnel passionné par son travail et depuis qu'il s'est marié de Carine, il est pleinement dans son rôle de père breadwinner. Le travail est devenu sa façon de s'imposer en tant qu'étranger dans une région où il ne maîtrisait toujours pas la langue. Le travail est donc devenu sa façon de se démarquer voire même sa raison d'être, faisant parfois des semaines de 80 à 100 heures de travail selon lui.

« Mais avec tout ça, avec le travail, ce qui s'est passé c'est qu'il a fallu que je me démarque et comme j'étais ambitieux je passais les obstacles les uns après les autres et bien sûr à chaque fois je marquais des points qui étaient positifs pour moi et donc bien sûr je suis vite passé comme ouvrier principal et avec des responsabilités. J'étais toujours sollicité par les autres personnes ».

Carine, elle aussi elle était passionnée par son travail. C'est une femme professionnelle qui vit son rôle de housewife comme très dévalorisant :

« Son but à elle, comme mon but à moi c'est de quand même réussir dans la vie. Pour elle, elle n'avait pas de métier, elle ne savait pas quoi faire, comment faire, alors ce qui s'est passé, elle a essayé de faire plusieurs tentatives de faire quelque chose, elle n'a jamais été jusqu'au bout. »

Cependant, et depuis sa première grossesse Carine n'a jamais pu reprendre sa vie professionnelle comme elle l'a toujours souhaité. Elle assurait seule toutes les tâches ménagères alors que son époux était très absent au sein de la maison étant très occupé par son travail.

La naissance de leurs filles : source de tension

La naissance des deux filles du couple Julie et Marie, à un an d'intervalle et après un an de mariage, a renforcé le partage genré des fonctions entre le couple. Carine s'occupait entièrement de la maison et de leurs filles. L'intervention de Sylvain s'arrêtait au bricolage et aux travaux à la maison.

« Elle s'occupait entièrement de la maison. (...) Elle me reprochait souvent de ne pas être présent assez souvent à la maison, de ne pas garder de temps en temps les enfants, s'en occuper, de n'avoir même tout simplement une fois changé la couche c'est quelque chose qu'elle me reprochait. (...) c'est quelque chose que je n'aime pas, entendre les enfants pleurer ! C'est quelque chose que je ne sais pas faire. Je ne sais pas m'en occuper ! Je n'ai pas appris. »

Carine gérait donc tout l'achat familial alimentaire comme vestimentaire. La participation de Sylvain s'arrêtait au plan instrumental :

« Les commissions on allait les faire ensemble car c'était moi qui prenait la voiture. »

Face à l'absence de Sylvain à la maison, Sylvain et Carine ont commencé à perdre confiance l'un à l'autre. Carine a rencontré une personne en 2009 et est partie avec. Le couple a divorcé en fin de l'année 2009.

Sa vie après le divorce :

Renouer la relation avec ses enfants à travers les courses :

Après le divorce, Sylvain est devenu un père plus présent et plus proche de ses filles. Pour accueillir ses filles le jour où elles ont décidé de ne plus vivre avec Carine et son nouvel époux, Sylvain a dû équiper sa maison à nouveau. Faire les courses avec ses filles lui a permis de nouer de nouvelles relations avec elles et de les redécouvrir.

« Bon bien sûr je devais accueillir mes enfants, j'ai dû racheter des lits, racheter tout ce qu'il faut à la maison, les casseroles, les couverts, tout ce qu'il fallait, et ce qu'il s'est passé c'est que les enfants ont appris à me connaître. On faisait cela ensemble, on allait choisir ce qu'il fallait dans ma maison tous ensemble. (...) J'ai aussi appris à connaître mes enfants quand on décide quel menu pour tel jour, et à apprendre aussi à faire les choses que les enfants décident. »

Délégation des tâches à ses filles : « Breadwinner forever ! »

Malgré son implication relative comparé à avant le divorce, Sylvain reste dans son rôle de breadwinner et a eu tendance à déléguer la majorité des tâches domestiques que son ex-épouse assurait auparavant à ses filles.

« Au fur et à mesure j'ai dit, ah je suis fatigué, je prenais des excuses un peu comme ça, tient vous ne voulez pas faire quelque chose ensemble à manger, qu'est-ce que vous voulez manger et puis au fur et à mesure, l'un a acheté un bouquin de cuisine l'autre a acheté un bouquin sur les desserts, l'autre un bouquin sur les entrées. Et après ils sont, se sont rassemblés et ils ont dit on va faire à manger pour papa, on va lui faire plaisir, on va faire ceci, et on va faire cela. (...) et puis bon après bon après au fur et à mesure elles ont pris l'habitude de faire leurs commissions ça fait déjà deux ans ».

9. Valentin : Bricoleur depuis toujours

Valentin est un militaire de 35 ans. Il est fils unique et vit à Pélissanne, une ville dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. En 2003, il a rencontré son ex-épouse avec qui il s'est marié en 2007. En cette même année, leur fille unique Ophélie est née. Après trois ans de mariage et de vie commune, et sept ans de relation, le couple a décidé de divorcer pour le manque de complicité selon Valentin. Le

divorce s'est passé à l'amiable et a été vécu par Valentin comme un soulagement. La garde d'Ophélie était alternée entre sa mère et son père dès les toutes premières semaines du divorce. Valentin qui a toujours jonglé entre sa vie professionnelle et le partage des tâches à la maison. Il assume complètement le rôle qu'il a assuré après sa séparation de son ex-épouse. Cependant, il va tout de même compter sur sa mère et sur le marché afin de leur déléguer certaines tâches en raison de manque de temps.

Son couple : Couple moderne, partage des tâches et grande implication de Valentin au sein du foyer et vis-à-vis de sa fille.

Bien qu'il soit élevé dans une famille traditionnelle où son père travaillait et sa mère s'occupait seule des tâches domestiques, et bien qu'il soit fils unique, Valentin a toujours été impliqué dans son foyer, dans le partage des tâches comme les courses, la cuisine, mais aussi le soin de sa fille et son éducation. Ainsi, c'était lui qui s'occupait de tout ce qui concerne les courses alimentaires pour sa famille, de la décision des produits à acheter jusqu'à l'achat. Son ex-épouse qui travaillait elle aussi, elle s'occupait des courses vestimentaires.

« Je suis assez féministe dans ma façon de penser. Je ne suis pas macho. Donc je n'ai pas d'à priori sur le fait que ce soit les hommes qui fassent les courses plutôt que les femmes. De la même façon, je faisais à manger, enfin c'était des charges partagées. »

Sa vie de père isolé : Il assume le rôle de la mère sans difficultés particulières.

Le grand partage des tâches au sein du « couple modern » comme le décrivait Valentin, de même que sa grande implication dans la gestion de la vie familiale avant le divorce, a rendu le passage de la vie du père à la vie du père isolé vécu comme un soulagement.

« Depuis que je l'ai eu (sa fille), je me suis toujours bien occupé d'elle, même quand j'étais encore marié, donc ça n'a jamais été une charge. Dans l'ensemble, je n'ai pas eu de difficultés. »

Valentin a donc continué à assurer les tâches qu'il partageait auparavant avec son ex-épouse. Il jonglait entre sa vie professionnelle et sa vie à la maison. Il s'organisait au travail pour qu'il travaille moins les semaines où il avait Ophélie étant donné qu'il l'a en garde alternée, une semaine sur deux.

La grand-mère et le marché : par manque de temps.

Malgré son aisance dans la gestion ménagère, Valentin a tout de même de temps en temps recours à sa propre mère et à certains services comme le babysitting pour des raisons de manque de temps notamment les semaines où il est au travail.

Le père idéal : c'est un père et une mère

Le discours de Valentin montre qu'il assume parfaitement sa façon d'être père. Un modèle assez différent du celui de son propre père qu'il n'a jamais vu cuisiner ou

s'occuper de ses devoirs, et qui montre l'évolution de la paternité et du partage des rôles au sein des couples. Ce modèle de père adopté par Valentin assume parfaitement sa « version féminine » qui se manifeste dans son importante implication au sein de sa maison, des tâches ménagères, des courses familiales ainsi que le soin et l'éducation de ses enfants. Une implication qui est de plus en plus importante depuis qu'il vit seul avec sa fille.

« Je pense qu'on a tous une part de féminité (...) L'homme parfait pour moi c'est l'homme qui réunit tout, qui réunit le bon mari, le bon père, la bonne maman, le bon look, enfin tout quoi ! (...) Pour moi, pour être l'homme parfait, il faut être le père et la mère. »

10. Bertrand : le professeur qui apprend à gérer les tâches ménagères

Bertrand est un enseignant à l'université. Il a 43 ans et il est divorcé depuis deux ans. Sa famille originaire de la Bretagne, est une famille d'enseignants : son père est un professeur retraité, sa mère était institutrice et sa sœur est enseignante. Bertrand a rencontré son ex-épouse Audrey pendant leur période d'étude. Il était son colocataire. Après 6 ans de vie commune, ils se sont mariés en 1994. Les fruits de cette relation qui a duré environ 20 ans, sont trois enfants : Marion (18 ans), Mathias (14 ans) et Claire (10 ans). Après une relation tendue durant les 10 dernières années, le couple a décidé de se séparer. Cette relation tendue est principalement due, selon Bertrand, aux dépenses excessifs d'Audrey, ainsi que son comportement. En effet, il considère qu'elle l'empêchait de jouer son rôle de père notamment concernant l'éducation de ses enfants. De plus, Audrey avait tendance à prendre seule les décisions principales concernant sa famille, selon Bertrand. Ce dernier s'est battu pour avoir la garde alternée de ses enfants. Une garde qu'il a eu depuis un an et demi, et qui consiste à garder les enfants une semaine sur deux.

Avant le divorce : un couple qui « ne fonctionne pas »

Bertrand considère que son couple était un couple qui ne fonctionnait pas depuis la première année de mariage, et plus particulièrement depuis l'arrivée de leur premier enfant. En effet, Bertrand ne semble pas être satisfait du rôle de mère que son ex-épouse Audrey jouait. Il n'était pas non plus satisfait de sa façon de gérer les courses familiales ou même d'assurer les tâches ménagères et encore moins de sa façon d'éduquer ses enfants. Cependant, Audrey considérait ses tâches comme « son territoire », son « domaine », ce qu'il fait qu'elle empêchait toute intervention de Bertrand même dans l'éducation des enfants.

Ainsi, les rôles se sont divisés de telle sorte que Bertrand se retrouvait à assurer des heures supérieures à l'université afin de faire face aux difficultés financières de sa famille, et son ex-épouse assurait les tâches domestiques en plus de son travail en tant qu'assistante de direction dans une entreprise de statistiques. Audrey a

embauché une femme de ménage qui passait 4 heures par semaine afin de lui donner un coup de main. La seule tâche ménagère que Bertrand assurait était le repassage : *«elle m'a dit qu'elle n'aime pas le faire et qu'elle ne sait pas le faire, du coup je m'y suis collé je n'avais pas trop le choix»*.

Après le divorce : efforts, investissement et apprentissage

Après le divorce, Bertrand s'est beaucoup investi dans le foyer et surtout l'éducation de ses enfants, après avoir arrêté les heures supplémentaires. Il avait donc plus de temps pour faire les courses et s'occuper de la maison et du ménage, la raison pour laquelle il a arrêté le contrat avec la femme de ménage que son ex-épouse avait embauché, en plus des raisons financières bien évidemment. Sachant que ses parents vivent en Bretagne, alors qu'il vit dans le nord, ils venaient de temps en temps surtout en période de rentrée scolaire car ils savent que c'est une période assez chargée pour lui en tant que professeur mais aussi en tant que père isolé qui doit s'occuper de la scolarité de ses enfants. Quand ses parents sont là, c'est sa mère qui effectuait toutes les tâches domestiques et elle en profitait pour l'apprendre surtout à cuisiner : *«Je ne savais pas comment faire à manger, mais quand je me suis retrouvé à nourrir des ados, j'ai dû m'y mettre ! »*.

Adopter la « formule magique » de la mère :

Bertrand a demandé à sa mère de lui apprendre à régler la machine à laver, et à cuisiner. Elle lui a écrit des recettes dans des « fiches de cuisines » qu'elle a rangées dans des classeurs. Bertrand suit ces recettes détaillées contenant les quantités des ingrédients, les marques de produits et tout autre détail nécessaire. Bertrand téléphone à sa mère pour lui poser des questions dès qu'il rencontre le moindre problème.

« Si je suis chez mes parents, contrairement à avant, maintenant je regarde un petit peu ce qu'il se passe dans la cuisine, ma mère elle me dit tiens ça c'est facile à faire, tu pourrais essayer de le faire pour tes gamins, elle me montre tu fais ça, tu fais ça, (...) ça s'est fait naturellement. Ma mère est une bonne cuisinière. Ce n'est pas sa passion, elle ne fait pas de choses sophistiquées mais elle cuisine super bien. J'ai toujours aimé ce qu'elle nous faisait. C'est aussi une cuisinière efficiente, c'est-à-dire qu'elle prépare des plats assez remarquables dans leurs ratios satisfaction pour ceux qui mangent, temps de préparation et coûts des ingrédients. Du coup voilà, elle est assez remarquable et c'est exactement ce qu'il me faut ! »

11. Gabriel : « Je m'y colle ! »

Gabriel est un responsable technique dans une société de maintenance. Il a 50 ans et il est divorcé depuis février 2003. Son père est décédé quand il avait 23 ans. Il a une sœur mariée et un frère qui est lui aussi en procédure de divorce. Gabriel a rencontré

son ex-épouse Pauline en 1993. Quelques mois plus tard, ils ont vécu ensemble dans un studio à Dunkerque. En 1999, le couple a décidé de se marier, et a eu son premier enfant Elisa en 2000. Selon Gabriel, Pauline n'« a jamais voulu » s'intégrer à sa famille notamment sa mère et sa sœur. Au-delà de ce facteur, qui est tout de même important pour lui, Gabriel a eu des doutes sur la fidélité de son ex-épouse en début de l'année 2002. Le couple a donc décidé de se séparer, et le divorce a été officiellement prononcé en février 2003. Depuis, Gabriel a la garde alternée de sa fille unique Elisa.

Un père responsable des courses alimentaires depuis toujours

Gabriel s'est toujours investi dans certaines tâches domestiques et notamment dans la consommation de sa famille. Etant donné que Pauline « *n'a jamais vraiment aimé faire les courses* », c'était Gabriel qui effectuait les achats alimentaires pour sa famille et c'était principalement lui aussi qui décidait quoi acheter. En contrepartie, l'implication de Pauline était bien plus importante que celle de Gabriel dans le ménage et les achats vestimentaires pour Elisa. Gabriel s'est aussi toujours impliqué dans le soin de sa fille depuis sa naissance. « *Quand elle se réveillait la nuit, c'était moi qui me levait pour lui donner le biberon, alors que je travaillais le lendemain et sa mère était en congé de maternité* ».

« Ça vient naturellement » :

Bien qu'il compte sur sa mère pour certaines tâches, comme par exemple, son passage une fois par semaine pour un « gros ménage », et bien qu'il adopte ses astuces pour repasser plus vite, ou pour faire les courses d'une manière plus « maline » (ses recommandations de marques), Gabriel n'a vraisemblablement pas de difficultés majeures à assurer les tâches dont Pauline se chargeait avant leur divorce. Il assure reprendre le rôle de son ex-épouse d'une manière « naturelle » : « *quand c'est pour ma fille, ça vient comme ça. Naturellement. Sans même réfléchir* ».

L'influence d'Elisa :

Après le divorce, Elisa semble avoir une influence bien plus importante sur les achats de son père notamment les achats alimentaires. « *Par exemple, moi je suis très traditionnel en matière de bouffe, traditionnel français je veux dire, et un jour au supermarché, elle me dit tiens papa, pourquoi tu ne me fais pas de fajitas ?! (...) Elle m'a expliqué un petit peu, elle a réussi à me convaincre ! On a fait des fajitas, et j'ai mangé ça avec elle ! Depuis, on en fait de temps en temps.* »

« Je m'y colle » !

Depuis le divorce, et malgré que Gabriel verse une pension à son ex-épouse pour les achats vestimentaires de sa fille, ses visites de magasins de vêtements pour accompagner sa fille sont de plus en plus fréquents. C'est un moyen de s'approcher de sa fille, de passer de temps avec elle, et de mieux la connaître. « *Elle aime bien avoir*

mon avis, et moi j'aime bien voir ce qu'elle achète. (...) C'est aussi l'occasion de passer de temps ensemble, de se balader, et pour moi en tant que père, ça me permet de me rapprocher d'elle et de mieux la connaître ».

Gabriel a dû se coller aussi à d'autres types d'achats que Pauline effectuait avant leur divorce, comme les achats de meubles et de décor. En effet, ce type d'achats n'était sa priorité étant donné que c'était Pauline qui s'en occupait totalement. Cependant, et depuis qu'il a emménagé après son divorce, il a commencé à s'y intéresser, sans avoir recours à l'aide ou même l'avis de sa mère : « *J'ai dû acheter de nouveaux meubles, une table de cuisine, tout ça, donc j'ai commencé à regarder, à m'y intéresser, je m'y suis collé* ».

12. Loïc : du « célibataire à temps plein » au « père et mère à mi-temps »

Loïc est un père divorcé qui a 38 ans. Il est chef de travaux dans le domaine du bâtiment, et il habite à Seclin. Il vient d'une famille relativement aisée et il est l'aîné de ses deux frères tous les deux encore célibataires. Sa relation avec ses parents s'est toujours bien passée mais il se considère comme « pas très famille ». Il voyait donc ses parents que deux fois par mois, bien qu'ils habitent dans la même métropole que lui. En 1999, Loïc a rencontré Nadine avec qui il partageait la passion pour le volley. En effet, elle faisait partie de son groupe d'ami, un groupe « assez soudé » selon lui. Quelques mois après leur rencontre, le couple a décidé de vivre ensemble. La relation était normale pendant cette période : « *des hauts et des bas comme tous les couples* ». En 2007, le couple s'est marié d'une manière « précipitée » en vue de la grossesse de Nadine. Delphine est donc née en 2007 quelques mois seulement après leur mariage.

Un mode de vie de célibataires :

A l'arrivée de Delphine, un refroidissement est intervenu dans la relation entre Loïc et Nadine. Surtout que Loïc avoue ne pas être présent au foyer et de continuer son mode de vie « assez fêtard » et de continuer son investissement dans les activités sportives de volley. Loïc a donc continué à avoir un mode de vie de célibataires même après être devenu papa contrairement à Nadine qui, elle, a changé ce mode de vie dès l'arrivée de sa première fille. Loïc ne s'investissait pas beaucoup dans la gestion du foyer. Le partage des tâches domestiques était inégalitaire « un quart lui et trois-quarts elle » pour reprendre ses mots. Il est important de noter que Nadine travaillait, elle aussi, à temps plein en tant que conseillère dans une agence immobilière. C'était Nadine donc qui s'occupait principalement du repassage, et des courses alimentaires comme vestimentaires pour sa famille. Les semaines de Loïc, entre le travail et ses activités sportives, étaient « trop chargées ». Si le couple a pu tenir cinq ans dans ce partage inégalitaire des tâches, souvent source de tensions au sein du couple, l'arrivée de leur deuxième fille Aline a rendu les choses plus complexes. Le « baby blues » de Nadine a duré plus longtemps surtout que la charge

de travail a doublé pour elle, Loïc ne s'investissant toujours pas assez dans le soin de ses filles et la gestion des tâches domestiques. De plus, Loïc avoue avoir rencontré une autre femme en 2012. Ainsi, le couple a décidé de se séparer à l'amiable et de se partager les filles en garde alternée (une semaine chez Loïc et une semaine chez Nadine).

Se réapproprier de nouvelles tâches :

Loïc qui n'était pas très présent au foyer et qui s'investissait très peu dans le soin de ses filles, a dû apprendre quelques tâches de sa mère bien qu'il ne soit pas très proche d'elle, ou même de son ex-épouse en la demandant ou en reproduisant sa même façon de faire. Par exemple, pour les couches de sa petite fille Aline, Loïc a eu recours à sa mère. Ainsi, il adopte un modèle différent de celui traditionnel de ses parents (« mon père lui il n'a jamais changé de couches ! ») mais aussi un modèle différent de celui qu'il adoptait avant le divorce. Pour d'autres tâches, comme l'organisation des anniversaires de ses filles, il adopte les mêmes astuces de son ex-épouse car il sait qu'« elle gère cela très bien » même s'il avoue avoir échoué certaines fois. Alors qu'il a délégué certaines tâches au marché, en ayant recours au drive systématiquement après le divorce pour ses courses alimentaires, ou en embauchant une nounou, la réappropriation de certaines tâches est vécue comme l'adoption du rôle du père et de la mère. Une réappropriation, bien que parfois très difficile,

« Je suis devenu le père et la mère, je m'occupe de tout ! : on s'occupe des petits bobos, des maladies, d'aller chez le médecin, de s'occuper des vaccins, de faire les devoirs, de faire du théâtre, les conduire aux anniversaires quand ils en ont, l'organisation de leurs anniversaires, gérer les copains, copines, la nourriture tout ça, on essaie de gérer pour que ce soit plus ou moins équilibré, l'éducation, c'est vraiment tout ça, être papa maman (...) Assurer le rôle de la mère et du père c'est aussi apprendre à faire certaines choses comme l'organisation des anniversaires des filles, etc. Quand on ne sait pas, c'est toute une partie qu'on avait laissée à l'autre qu'on doit se réapproprier. (...) Si on veut les rendre heureuses, c'est le seul moyen. »

13. Eric : Le père étudiant

Eric est un père divorcé âgé de 35 ans. Il est actuellement étudiant en médecine après avoir travaillé dans le domaine de la gestion pendant une dizaine d'années. Eric est d'origine suisse et il vit à Paris. Il est issu d'une famille suisse traditionnelle et assez aisée. Jusqu'au jour où il est parti de la maison, Eric a eu une relation conflictuelle avec ses parents notamment son père qu'il décrit d'égoïste pour son non-implication dans la vie de ses enfants. « Il ne s'est jamais intéressé à ses enfants ; en tant que père, il n'est jamais venu voir une activité sportive ou artistique de ses enfants ». De plus, la

relation entre les deux parents d'Eric a toujours été « catastrophique » pour reprendre son terme.

En 2004, pendant qu'ils étaient tous les deux étudiants dans une école catholique religieuse dans le sud de la France, Eric et Dima qui est d'origine libanaise se sont rencontrés et se sont mis en couple. En fin 2005, le couple a déménagé à Paris et s'est marié en 2006 après seulement quelques mois de vie commune pour des raisons religieuses. En 2007, leur première fille Diane est née et son frère Emmanuel l'a suivie en 2008.

Le passage à la paternité mal vécu :

Pour Eric, son mariage était très précipité. Le couple n'a pas vraiment appris à se connaître et par conséquent les choses n'ont jamais vraiment fonctionné comme il nous l'affirme. L'arrivée des enfants a aggravé la situation. Eric trouve que Dima était « trop fusionnelle » avec ses enfants à un point de négliger son mari. « *Le père n'est plus un amant, un homme, c'est juste le mec qui doit s'occuper de la famille* ». Il reproche à Dima aussi d'avoir oublié son identité de femme : « *elle est devenue complètement mère et que mère* ».

Quant aux tâches domestiques et les courses familiales, le partage était assez traditionnel : Dima s'occupait de la plus grande partie de ses tâches.

Retour à la vie célibataire : études, sport et rencontres

En 2015, le couple a décidé de divorcer en raison de l'incompatibilité des personnalités, malgré leur engagement catholique qui rend le divorce une décision très dure à prendre. Contrairement à Dima qui l'a très mal vécu, le divorce a été vécu comme un soulagement par Eric. En effet, il assure qu'il « aime bien sa vie solo » en insistant sur la reprise de ses études et de ses activités sportives pendant les semaines où ses enfants sont avec leur mère.

Devenir père :

La période post-divorce d'Eric est marquée par deux styles de vie qui ont apparu en parallèle : d'une part son retour à la vie célibataire notamment après la reprise de ses études en médecine et après avoir arrêté de travailler pendant les semaines où il est seul, et un autre mode de vie de père basé sur son rôle de père qu'il a dû construire et tourné autour de ses enfants pendant les semaines qu'ils sont avec lui.

Dans ce nouveau rôle de père, Eric rétablit de nouvelles relations avec ses enfants. Des relations nouées autour d'activités sportives et ludiques. « *J'aime bien jouer avec mes enfants, des jeux de sociétés, faire du vélo un dimanche, passer du temps avec mes enfants. (...) Je suis content d'assurer cette dimension affective et de ne plus devoir faire le flic tout le temps comme avant.* »

14. Charles : le jeune papa

Charles est un jeune homme lillois de 26 ans. Il travaille en tant qu'agent de sécurité dans l'un des centres commerciaux de Lille. Il est divorcé de son ex-épouse Marine depuis deux ans et est père d'une petite fille d'un an et demi, Elvira. En 2009, Charles a rencontré Marine dans une soirée organisée par un ami en commun. En 2010, les deux jeunes âgés alors de 20 ans, se sont mis en couple quelques mois après leur rencontre et ont vécu ensemble. Leur fille unique Elvira est née en 2015. Quelques mois seulement après la naissance d'Elvira, Charles a découvert des relations extra-conjugales de la part de Marine. Le couple s'est donc séparé et s'est mis d'accord sur la garde alternée d'Elvira âgée alors de quelques mois.

Depuis leur vie commune, le partage des tâches au sein du couple était assez traditionnel. En effet, Marine ne travaillait pas alors que Charles travaillait à temps plein. Marine s'occupait de toutes les tâches ménagères mais aussi des achats alimentaires comme vestimentaires de sa famille. La participation de Charles dans les tâches du foyer se limitait au bricolage et à certaines tâches fonctionnelles « *Je ne faisais que les courses lourdes comme les packs d'eau* » affirme-t-il. Quant au soin d'Elvira, c'était aussi Marine qui assurait la plus grande partie des tâches.

Une nouvelle vie assumée :

Le divorce a été très mal vécu par Charles non seulement pour le fait que son ex-épouse l'ait trompé mais surtout pour la charge de travail qu'il a dû assumer après le départ de Marine. En effet, Charles a dû baisser le nombre d'heures de travail pour s'occuper de sa fille et de sa maison. Il est passé dans une période transitoire où il a dû tout apprendre de sa mère. « *Je vivais encore chez mes parents et ensuite je me suis mis avec elle (Marine). Le linge, le repassage, la cuisine, m'occuper de la petite, tout cela, (...) Ce n'était pas évident au départ !* »

La mère de Charles a joué un rôle très important après le divorce de son fils. En effet, vivant elle aussi à Lille, elle a beaucoup aidé Charles surtout pendant les semaines où Elvira est avec lui. De son côté, Charles a commencé à apprendre de sa mère certaines tâches notamment en termes de cuisines, le linge et le repassage. De même, il s'est mis à faire les courses alimentaires, cependant les courses vestimentaires de sa fille, c'est Marine qui continue à les effectuer. Le rôle de la grand-mère reste très important au niveau du soin d'Elvira. « *Ma mère passe chez moi au moins trois jours pendant les semaines où j'ai la garde d'Elvira* ».

Section 3 : Les Pères Démissionnaires

Cette catégorie de pères isolés est celle des pères qui ne sont pas prêts à assurer les tâches auparavant assurées par leur ex-épouses le plus souvent pour des raisons idéologiques mais aussi parfois par manque de compétences.

En effet, l'investissement de ces pères que ce soit dans l'éducation ou la gestion des tâches domestiques ou tout ce qui est en rapport avec la consommation de leur famille, demeure presque le même après le divorce qu'avant. Cependant ces pères ont tendance à déléguer ces tâches à d'autres personnes comme d'autres membres de leurs familles ou au marché.

Le niveau de recours de ces pères isolés à d'autres personnes ou au marché reflète d'une manière ou une autre leur degré de refus de l'adoption du rôle de la mère absente.

15. Georgi : Pas d'efforts

Georgi est un photographe âgé de 52 ans. Il est d'origine serbe. Il décrit sa famille d'origine comme une famille « très patriarcale » où « le père travaillait et la mère s'occupait de la maison et des courses ». En 2000, il a fui la guerre civile dans son pays d'origine pour s'installer en France. C'est en cette même année qu'il a rencontré Barbara son ex-épouse pendant qu'ils étaient tous les deux en train de couvrir un événement, elle en tant qu'animatrice et lui en tant que photographe. En 2001, le couple s'est marié. Leur fils Lucas est né en 2003. Après 14 ans de relation le couple s'est séparé pour des raisons de « différences culturelles » selon Georgi.

Avant le divorce : un partage inégalitaire des tâches

Bien que Barbara et Georgi soient tous les deux très passionnés par leurs métiers, l'investissement de Barbara dans les tâches domestiques surtout la cuisine et les courses alimentaires et vestimentaires, était bien plus important que celui de Georgi. En effet, le « coup de main » de ce dernier se limitait à quelques tâches comme « *passer l'aspirateur de temps en temps quand Barbara est au travail* » et qu'il est à la maison. Il allait parfois faire les courses à sa place ou avec elle. Quant aux achats vestimentaires, c'était Barbara qui les effectuait toujours.

Après le divorce : délégation au marché et à sa sœur

Après le divorce, Georgi a eu la garde permanente de Lucas. Georgi a déménagé près de sa sœur à Doulant afin qu'elle puisse l'aider surtout en tout ce qui concerne l'éducation et les activités pour Lucas.

« Je ne suis pas encore tout à fait organisé mais bon, je fais des efforts... Justement, on a déménagé à Doullant parce que j'ai ma sœur là-bas qui m'aide pas mal, au niveau de Lucas, ce qui était le principal souci. J'arrivais pas à gérer vraiment l'école de Loulou, c'était le principal soucis pour moi en fait, corriger le français, l'orthographe, c'est pas... C'est pas mon domaine. C'était plutôt Barbara qui s'occupait de ça, pour savoir ce qu'il faisait à l'école, expliquer... Elle avait un côté beaucoup plus pédagogique que moi. »

Quant à la vaisselle, Georgi a acheté un lave-vaisselle quelque mois après son divorce. Et pour le repassage, il ne repasse plus ! *« Moi je mets 20 minutes pour repasser une chemise donc ce n'est pas la peine. Si c'est pour passer deux journées à faire le repassage, ce n'est pas la peine ! »*

Pour les achats vestimentaires et les jouets, Georgi a limité ses achats et ceux de son fils. Après avoir fréquenté quelques magasins après le divorce, il a adopté l'achat des vêtements sur internet sur des sites comme E-Bay.

Pour la cuisine, Georgi ne semble pas avoir amélioré ses compétences bien qu'il souhaite avoir la volonté pour que son fils mange plus sain. Par manque de compétences, il cuisine des plats simples et faciles qui ne prennent pas beaucoup de temps :

« Je ne sais pas faire. A part faire griller de la viande ou préparer un peu de légumes ou faire une purée. (...) Je fais en sorte d'avoir tout le temps des trucs que je peux préparer en un quart d'heure ou une demi-heure maxi. Et de temps en temps je vais acheter des choses fraîches du marché ».

16. Arnaud : L'épuisé

Arnaud est un père isolé qui vit à Amiens dans le nord de la France où il travaille en tant que commercial dans une société de télécommunication. Il est né en 1962 et a perdu son père à l'âge de 16 ans. Depuis le décès de son père, Arnaud qui est fils unique, a vécu seul avec sa mère et sa grand-mère maternelle. En mars 1991, Arnaud a rencontré son ex-épouse Françoise. En septembre 1992, le couple s'est marié sans avoir vécu ensemble avant. Après plusieurs essais, le couple a eu son premier enfant en 1997. Leur première fille Camille est née.

L'arrivée de Camille : Elément déclencheur des conflits : difficulté à devenir père ; un rôle non assumé.

Arnaud assure qu'avant l'arrivée de Camille, le couple vivait une vie plutôt « normale ». L'arrivée de Camille a, selon lui, déclenché des conflits au sein du couple. Son ex-épouse s'occupait presque de toutes les tâches domestiques en plus

des courses et de prendre soin de leur fille. Son ex-épouse est passée de son statut de femme à son rôle de mère. Elle s'attendait d'Arnaud de passer de l'homme au père. Un père qui partage les tâches avec son épouse. Cependant, Arnaud a une vision traditionnelle du père : « *On est père ou on est mère on n'est pas les deux !* ». Il se concentrait sur son travail à l'extérieur et participait très peu dans le travail au sein du foyer.

« Bah disons que moi en tant que fils unique, bah pour m'occuper d'un bébé c'était pas évident, donc bon bah elle me reprochait de ne pas lui aider, de ne pas m'occuper de ma fille, de ne pas .. enfin bref c'était un peu.. Je pense que le couple a commencé à s'ésarder à ce moment-là. »

Arnaud a commencé à se sentir exclu et dévalorisé au sein de sa famille. Selon lui, c'est son ex-épouse qui contrôlait tout et qui décidait de tout concernant la maison. Suite à une relation extraconjugale de la part de son ex-épouse, le couple s'est séparé. Quatre ans plus tard, Arnaud a eu la garde permanente de Camille âgée alors de 7 ans.

Sa vie de Père Isolé :

Arnaud a très mal vécu la séparation. Son discours exprime beaucoup de stress, de colère, de combat, de lutte et de chagrin. Il semble complètement dépassé par les événements et subit sa situation. « *C'est pas évident... Ce n'est pas du tout évident... mais il faut faire avec, on n'a pas le choix...* ».

Ce sentiment de dépassement se répercute sur la façon dont Arnaud gère seul sa maison. En effet, il n'a jamais assuré les fonctions que son ex-épouse effectuait. Il les a déléguées à plusieurs personnes ainsi qu'au marché. Il a un discours de déresponsabilisation de son rôle de père.

La mère d'Arnaud a eu un rôle extrêmement important à partir du moment où son ex-épouse a quitté la maison. La dyade mère-fils est très présente et a remplacé la mère absente alors que Camille était encore une enfant. La grand-mère a donc assuré le rôle affectif, d'éducation ainsi que le rôle opérationnel dans la gestion de la maison.

« C'est ma mère qui a pris le rôle de la mère absente.(...) Camille appelait ma mère maman. (...) Heureusement que ma mère habite à 100m de moi ! (...) Ma mère jouait le rôle de la mère et de la grand-mère en même temps. J'avais besoin d'un soutien et bon heureusement que ma mère est là parce que c'est pas toujours évident au niveau équilibre c'est pas évident.»

En prenant le rôle de la mère, la grand-mère a assuré un équilibre au sein du foyer d'Arnaud, ce qui lui a permis de rester dans son rôle de père traditionnel.

L'âge avancé de la grand-mère ne lui a plus permis d'être présente au foyer de son fils comme avant. Arnaud a donc considéré que sa fille Camille âgée alors de 11 ans, est suffisamment indépendante pour pouvoir gérer les courses toute seule. Selon lui,

le fait qu'elle soit « *pré-ado* », comme il le précise, veut dire qu'il peut lui confier les tâches que sa mère assurait. C'est donc Camille qui remplace désormais la mère absente. C'est désormais elle qui cuisine et fait les courses. Arnaud reproduit avec sa fille le même modèle de son ex-couple. Ils font les courses comme un couple. Arnaud assure la partie instrumentale : il l'a conduit en voiture et parfois il lui donne la somme d'argent nécessaire pour acheter ce qu'il faut pour la maison.

« J'ai de la chance que ma fille en grandissant c'est elle qui fait la cuisine, donc c'est elle qui gère un peu tout.. Elle va faire les courses, des fois on les fait à deux mais c'est elle qui gère le caddie on peut dire (...). Parfois on fait les courses à deux ».

Pour d'autres types d'achat, comme les achats vestimentaires, Arnaud a fait appel à des ressources féminines, des collègues, afin qu'elles puissent l'aider dans le choix des vêtements de sa fille :

« Bah disons là euh une petite de 4 ans bah pour les vêtements j'ai besoin d'un petit conseil pour savoir comment gérer parce que là c'était à moi de prendre la décision et tout, bah pour ses vêtements et tout c'était plus difficile. Bah les premières années c'est vrai que c'était pas évident. Il a fallu avoir de l'aide de quelques copines pour des renseignements, c'était pas, c'était pas évident de décider, de choisir. C'était hyper compliqué en fait!! »

Contrairement à certains pères qui sont dans une approche d'action face à leur situation de père isolé, Arnaud semble subir cette situation. Il a un discours très démissionnaire qui découle de sa comparaison de son idée du père idéale avec la réalité de sa situation.

« Pour être père, il faut passer comme un permis de conduite mais un permis parental. Parce que oui ça devient compliqué et oui. Malheureusement oui, des fois j'ai envie de baisser les bras, mais le rôle parental est un rôle à vie, alors que si c'était un autre rôle j'aurais démissionné ! (...) C'est pas évident... Ce n'est pas du tout évident... mais il faut faire avec, on n'a pas le choix... ».

17. Paul Etienne : Le bouleversé

Paul Etienne est un agriculteur âgé de 47 ans. Il vient de l'Oise en Picardie. Il a trois sœurs et a vécu dans le cadre d'une famille traditionnelle. Paul Etienne a trois fils : Henri (20 ans), Georges (17 ans) et Michel (13 ans). Après une relation de 17 ans et un mariage qui a duré 15 ans avec son ex-épouse Valérie qui est un an plus jeune que lui, Paul Etienne a découvert en 2007 une relation extra-conjugale de la part de Valérie. En effet, Valérie a décidé de quitter le foyer d'une manière assez brutale, selon Paul Etienne. Le couple s'est officiellement divorcé en 2008. Depuis la

séparation, Paul Etienne a la garde permanente de ses trois fils, car Valérie ne désirait pas avoir les enfants en garde alternance d'après ce qu'il nous a assuré.

Son couple avant la séparation : relation fusionnelle, répartition assez genrée des tâches, le père à l'extérieur et la mère au foyer.

Contrairement à la majorité des autres couples, le couple de Paul-Etienne a toujours été très complice et fusionnel et cela pendant les 15 ans de mariage, même si la relation est devenue froide durant les derniers mois à partir du moment où Valérie son ex-épouse a rencontré son ancien professeur au collège, avec qui elle est partie vivre. Durant toute la période de mariage, le couple de Paul-Etienne et Valérie, semble avoir une répartition assez genrée des tâches. Paul-Etienne était complètement engagé par son travail d'agriculteur, alors que son ex-épouse qui ne travaillait pas, assurait toutes les tâches au foyer ainsi que les courses alimentaires comme vestimentaires. L'implication de Paul-Etienne au foyer se limitait au bricolage et au jardinage.

« C'était mon ex-femme qui gérait beaucoup tout ce qui était du quotidien de la famille, aussi bien pour les courses alimentaires, que le ménage ou les achats vestimentaires. Elle emmenait aussi les enfants chez le médecin. »

Valérie avait donc le rôle principal dans l'achat familial en termes de planification, d'organisation et de décision, le rôle de Paul-Etienne se limitant parfois à un rôle instrumental, quand il accompagnait son ex-épouse au supermarché en voiture. Quant à leurs fils, leur aide se limitait au coup de main de l'aîné dans le jardinage de son père.

« Pour Henri l'aîné, c'est vrai qu'il était déjà quelqu'un qui aimait beaucoup aller à l'extérieur, il me donnait donc plutôt un coup de main à moi comme tondre la pelouse. »

Le marché et la famille :

Après la séparation qui s'est effectuée d'une manière assez brutale, Paul Etienne a assuré quelques tâches comme les courses alimentaires mais a délégué la majorité des tâches auparavant assurées par Valérie, au marché ou à sa mère et ses sœurs. Pour les tâches assurées comme les courses alimentaires ou le ménage, Paul Etienne fait participer ses fils et leur délègue parfois quelques tâches notamment la cuisine. Si les tâches fonctionnelles de la vie quotidienne sont partagées entre lui et ses enfants, Paul-Etienne délègue le rôle affectif à sa mère et parfois ses sœurs. Paul Etienne évoque l'équilibre au sein du couple, et considère qu'il est important d'avoir une présence féminine dans la vie de ses enfants. Cette présence-là est assurée par sa propre mère.

« (...) parce que même entre un homme et son fils, ce n'est pas pareil que la présence féminine pour un garçon. Je veux dire même si en grandissant ça va s'atténuer, mais il

est quand même important d'avoir un équilibre et une présence féminine (...) surtout mon petit dernier, il a encore 13 ans, il aime se faire chouchouter. »

Depuis sa séparation, Paul Etienne a eu recours à plusieurs services afin de déléguer les tâches que son ex-épouse assurait auparavant. Ainsi, il a dû embaucher une femme de ménage en CDI, et un professeur de cours particuliers pour le suivi des devoirs de ses fils. D'autre part, il a recours à des services de repassage, quand il ne peut pas passer ses habits à repasser à sa mère.

Dépassement, bouleversement et déconfort :

Au-delà de son sentiment de bouleversement face au départ brutal de son ex-épouse, et au-delà de son dépassement après plusieurs années découlées depuis son divorce, le discours de Paul-Etienne montre un grand déconfort dans sa situation malgré sa faible implication dans les tâches assurées depuis le départ de Valérie et son important recours au marché et à l'aide de sa mère et de ses enfants. En effet, Paul-Etienne souhaiterait revenir à une situation où il reviendrait pleinement le « breadwinner » de sa famille, dédier totalement sa vie à son travail, et retrouver l'équilibre traditionnel Père/Mère tout comme avant le départ de Valérie.

« C'est vrai que j'aimerais bien que quelqu'un soit avec moi pour que ce soit moins chargé, qu'on puisse se répartir les tâches. C'est vrai qu'il y a des journées ou des semaines, qui sont super chargées, super chargées par rapport aux courses mais par rapport au scolaire des enfants aussi. (...) C'est dur quand même, quelquefois on a envie de tout plaquer ! Quelquefois on a envie de dire à ses amis ou plutôt à mes parents, tiens tu ne prendrais pas les enfants trois jours, histoire souffler trois jours quoi ! »

18. Philibert : L'accro au boulot

Philibert est un électricien lillois âgé de 41 ans. Il a une fille unique, Tiphaine âgée de 12 ans. En 2000, Philibert a rencontré son ex-épouse Lara âgée de 45 ans. Ils ont vécu ensemble en 2001, l'année à laquelle Tiphaine est née. En 2007 le couple a divorcé suite à la grande absence de Philibert dans son foyer et son très faible investissement dans le soin de sa fille Tiphaine ainsi que les autres tâches domestiques. La garde de Tiphaine est alternée, une semaine chez Philibert et une autre chez Lara.

Pas d'investissement dans la vie familiale :

Philibert a toujours été très impliqué dans son métier de technicien électrique. En effet, il travaillait beaucoup et avait des journées de travail assez intenses, qui allaient parfois jusqu'à 18 heures, avec beaucoup de périodes en déplacement. Son ex-épouse qui travaillait mais moins que lui, assurait la grande majorité des tâches ménagères et s'occupait également des courses et des achats familiaux.

Le partage inégalitaire des tâches a certainement constitué une source de tensions pour le couple, mais l'arrivée de leur fille Tiphaine a aggravé la situation. En effet, durant les 6 premiers mois de sa naissance, c'était sa mère qui s'occupait pleinement d'elle, étant en congé maternel. Philibert, lui, il continuait à effectuer des journées assez chargées au travail et par conséquent à être beaucoup moins présent à la maison. Ensuite, c'est Philibert qui a dû s'occuper de sa fille, alors encore nourrisson, après être licencié de son travail et étant donné que son ex-épouse a dû reprendre le travail.

Père-au-foyer : un grand malaise

Dans cette période de six mois, où Philibert a dû s'occuper de Tiphaine, et être responsable des tâches ménagères, et malgré qu'il soit totalement disponible pour assurer ces tâches, Philibert a vécu cette expérience comme difficile. Il n'était pas à l'aise. Il manquait de compétences, de motivation et d'implication. Il ne se sentait pas à sa place.

« C'était difficile quand on a déjà pas l'habitude déjà de un. Parce que déjà moi je n'avais pas d'enfant déjà et puis resté enfermé, c'était difficile pour moi. Je ne me sentais pas bien dans ma peau. Moi je suis du genre actif je travaillais tout le temps beaucoup à l'extérieur, (...) d'autres pères sont peut-être comme ça mais moi ce n'est pas trop mon truc, je l'ai fait parce que je n'avais pas trop le choix »

L'échec :

Après quelques années de garde alternée, Tiphaine a décidé de vivre avec sa mère d'une manière permanente et elle passait chez son père un weekend toutes les deux semaines. Il s'avère que la raison principale qui a incité Tiphaine à prendre cette décision est son insatisfaction vis-à-vis de la gestion des tâches ménagères par son père. En effet, Tiphaine exprimait souvent son mécontentement des plats cuisinés par son père :

« A chaque fois c'est papa ça j'aime pas, ça c'est pas bon, (...) bon c'est vrai que je ne suis pas très doué en cuisine, bon je sais faire à manger un peu parce que bon je peux le faire pour moi, mais je ne suis pas cuisiner non plus quoi ! »

19. Marc : Le bourgeois

Marc est un père isolé issu d'une famille bourgeoise originaire de Calais dans le nord de la France. Il est né en 1959 et a été le PDG d'une famille familiale d'importation de bois pendant 28 ans. La société a fermé après que les associés aient décidé de vendre ses actifs. Aujourd'hui Marc ne travaille pas. En 1983, Marc a rencontré Cyrine. Ils ont vécu 5 ans ensemble et se sont mariés en 1988. Le couple a eu deux enfants : Timothée (22 ans) et Adriana (20 ans). Après 17 ans de mariage, le couple a divorcé et Cyrine a eu la garde de ses deux enfants en premier temps. Quelques années plus tard, Timothée a décidé de revenir vivre avec son père parce qu'il ne s'entendait plus

avec sa mère et son nouveau compagnon de l'époque. Depuis, Timothée vit chez son père.

Faible investissement dans la vie familiale :

Cyrine s'occupait des activités des enfants, de leur éducation et des courses vestimentaires et alimentaires de la famille, alors que la cuisine, le ménage et les tâches de jardinage et de bricolage étaient assurées par les nounous ou les assistants de la famille. La présence de Marc au sein de la famille était très faible, surtout qu'il était souvent amené à voyager entre la Russie et les pays scandinaves pour sa société de bois.

Délégation quasi-totale au marché :

Après la séparation et notamment après le retour de Timothée pour vivre avec son père, Marc a eu un grand recours au marché pour assurer toutes les tâches assurées auparavant par son ex-épouse. Il a augmenté le nombre d'heures de la femme de ménage et a eu recours à des services comme le drive pour ses courses alimentaires et les services de dressing pour le repassage de ses chemises.

Timothée semble vivre d'une manière très indépendante de Marc. Bien qu'ils vivent dans la même maison, le contact entre le père et son fils est très limité et même les repas sont très rarement partagés entre eux malgré qu'aucun des deux hommes ne travaille.

20. Jean-Baptiste : Le solitaire

Jean-Baptiste est un verrier âgé de 48 ans originaire de et résident à Tourcoing. Il a grandi dans une famille traditionnelle et a un frère et deux sœurs. La relation de Jean-Baptiste était assez conflictuelle avec son père qu'il décrit de très stricte. Il était, en effet, beaucoup plus proche de sa mère. En 2001, Jean-Baptiste, alors âgé de 32 ans, a rencontré dans un café Nathalie qui avait 18 ans et qui était l'une des trois serveuses du café. Après 5 ans de vie commune, le couple s'est marié en 2005. Ils ont eu deux enfants : Florence qui a 13 ans et Gauthier qui en a 11.

Partage très « genré » des tâches :

Avant le divorce, Jean-Baptiste était pleinement dans son rôle de *breadwinner*. Il travaillait beaucoup et faisait des heures supplémentaires pour « *subvenir aux besoins de la famille* ». Quant à Nathalie, elle ne travaillait qu'à mi-temps en tant que femme de ménage et elle s'occupait des tâches domestiques à la maison. Nathalie décidait donc de tous les achats alimentaires de sa famille ainsi que les achats vestimentaires pour ses enfants et son ex-époux. De même, pour les destinations de vacances, c'était

Nathalie qui décidait de la destination et qui s'occupait de la réservation. *« Je faisais beaucoup de bricolage et elle, elle s'occupait des courses. (...) Elle aimait bien cuisiner aussi. Ça lui plaisait bien comme cela. (...) Moi je m'occupais des grosses courses, le lourd, comme les packs d'eau, tout cela ».*

Suite à des problèmes cumulés au sein du couple, et à un manque de confiance entre Nathalie et Jean-Baptiste, le couple a décidé de divorcer en 2012, après presque 12 ans de vie commune et 7 ans de mariage. Le divorce a été très mal vécu par Jean-Baptiste, qui a toujours été assez solitaire, mais qui l'est devenu beaucoup plus après le divorce. Le couple s'est mis d'accord sur une garde alternée des enfants. Florence et Gauthier passent un mois chez leur mère et ensuite un mois chez leur père.

Délégation des tâches ménagères aux enfants et notamment sa fille :

L'observation que nous avons pu effectuer dans la maison de Jean-Baptiste, nous montre l'état de dépassement dans lequel il se trouve surtout au niveau des tâches ménagères. En effet, à l'exception de quelques tâches, Jean-Baptiste a délégué le ménage et même la cuisine à ses enfants, notamment sa fille Florence. *« Ils sont autonomes maintenant, ils se font des crocs monsieur, Florence se débrouille bien, elle sait cuire des pattes seule, faire une pizza au four (...) je peux compter sur eux pour ranger leurs chambres, ils passent un coup de balai dans la maison (...) C'est Florence qui plie le linge.»*

Synthèse du Chapitre VIII :

En se basant sur le comportement des différents pères isolés face à leur situation de cumul de rôle, nous avons pu distinguer entre trois types de pères : les résilients, les bricoleurs et les démissionnaires. Or, la présentation des histoires de chacun de ces pères, de leurs couples, de leurs propres familles ainsi que de leur comportement vis-à-vis de leur situation de père isolé, nous permet de constater que l'idéal domestique ainsi que les compétences sont des facteurs qui expliquent le comportement qui diffère d'un type de père isolé à un autre face à la gestion de l'absence de son ex-épouse.

En effet, les résilients sont des pères isolés qui possèdent un idéal domestique assez important mais aussi des compétences qu'ils ont pu acquérir et développer tout au long de leur vie et dont ils se sont servi pour gérer leur situation de cumul de rôle. La majorité des pères résilients étaient déjà assez investi dans la gestion des tâches domestique et la consommation familiale avant leur divorce. Ainsi, ils cherchent à développer leurs compétences encore plus et à assurer de plus en plus de tâches auparavant assurées par leurs ex-épouses.

Contrairement aux résilients, les pères démissionnaires sont des pères qui n'ont pas vraiment d'idéal domestique, ni les compétences pour gérer la sphère domestique. Certains de ces pères démissionnaires, comme Arnaud, ont un idéal domestique assez fort mais pas les compétences pour l'atteindre. Les pères démissionnaires ne semblent pas vouloir développer ces compétences afin de gérer l'absence de la mère au sein de leur famille. Ainsi, ils ont tendance à déléguer les tâches auparavant assurées par leur ex-épouses. Les démissionnaires sont généralement des pères qui ont toujours été très peu investi dans la sphère domestique et les achats familiaux.

Les bricoleurs, quant à eux, sont des pères isolés qui ont un idéal domestique assez important mais qui ne sont dotés que d'une partie des compétences pour l'atteindre. La répartition des tâches au sein des couples de ses pères est le plus souvent relativement égalitaire. Ce sont des pères qui cherchent à avoir un équilibre entre leur investissement au foyer et leur vie professionnelle. Après le divorce, ces pères cherchent à développer des compétences afin de pouvoir accomplir les tâches que leurs ex-épouses assuraient avant le divorce. Ils ont tendance tout de même à déléguer une partie des tâches par manque de temps ou de compétences.

Suite à cette typologie, et après avoir étoffé les différentes formes de gestion des pères isolés de leur sphère domestique et de l'achat familial, nous détaillerons dans notre prochain chapitre les enjeux de l'absence de la mère sur ces familles et les différentes stratégies mises en place par les pères isolés afin de faire face à leur situation de cumul de rôle.

Chapitre IX : La Reconstruction du Rôle Parental

Dans ce chapitre, nous nous intéressons aux enjeux de la (re)construction du rôle parental par un père face à l'absence de la mère au sein de sa famille. En effet, si les idéaux domestiques et les compétences varient d'une catégorie de père isolé à une autre, voire même d'un père à un autre, comme nous avons pu le constater dans le chapitre précédent, tous ces pères partagent la même situation de cumul de rôles, celui du père et de la mère, et sont donc tous amenés à assurer les fonctions que leur ex-épouses assuraient avant leur séparation.

Les pères isolés mettent en place de diverses stratégies afin de faire face à leur situation et de retrouver l'« équilibre domestique » (Kaufmann, 1997) qui régissaient au sein de leurs foyers avant le départ de leurs ex-épouses, à savoir l'équilibre entre la gestion domestique, la consommation familiale, la cuisine, l'éducation et le soin des enfants, ainsi que leur vie professionnelle.

Pour ce faire, certains pères isolés cherchent à développer leurs compétences (notamment les résilients et les bricoleurs) en ayant recours à leur capital social (Bourdieu, 1986) particulièrement leurs propres mères, mais aussi leurs sœurs ou leurs collègues du genre féminin comme nous avons pu observer dans une grande majorité des cas étudiés. En outre, par manque de temps et/ou de compétences, certains pères ont recours à leur capital économique (Bourdieu, 1986) afin de déléguer au marché certaines tâches auparavant assurées par leur ex-épouses, en ayant recours aux services proposés par le marché. Il s'agit le plus souvent des pères démissionnaires et bricoleurs. Ces pères ont tendance à déléguer à leur « réseau féminin » certaines de ces tâches.

Dans ce chapitre, nous détaillons les enjeux du recours des pères isolés aux « ressources extérieures » afin de gérer la consommation de sa famille ainsi que la sphère domestique de son foyer. Le recours à ces pratiques contribue à la reconstruction du rôle parental du père au sein de sa famille, et permet ainsi de redéfinir les limites entre les rôles parentaux qui, dans certains cas, s'avèrent assez floues, et dans d'autres assez définis entre le rôle de la mère et celui du père.

Section 1 : Le Sentiment de Dépassement

Le sentiment de dépassement est un sentiment partagé par la totalité des pères isolés que nous avons interviewés. Qu'ils soient démissionnaires, bricoleurs ou même résilients, le discours des pères isolés met en avant un grand manque de temps dans leur vie notamment en rapport avec la gestion de leurs enfants comme la scolarité, les soins médicaux, et les tâches domestiques, et cela est particulièrement dû à leur situation de cumul de rôle.

Bien qu'il soit partagé par tous les pères isolés interviewés, ce sentiment de dépassement n'est pas vécu de la même manière par tous les pères. En effet, certains pères vivent ce sentiment de dépassement et leur jonglage entre leur vie professionnelle et leur gestion domestique comme un défi.

« Etre un père c'est passionnant ! C'est une belle aventure ! Si ce n'était pas compliqué, ce ne serait pas passionnant. On a à faire avec des êtres humains qui ont leurs humeurs, leurs envies, leurs personnalités. Cela fait partie de la vie, c'est normal. Etre père célibataire, c'est encore beaucoup plus compliqué car il faut gérer la totalité pendant une semaine tout seul. Il n'y a personne sur qui s'appuyer. On est le père et la mère. Et on doit prendre seuls toutes les décisions qu'on prenait à deux. Mais ça fait partie de l'aventure ! » Alexis, 43 ans

Cependant, d'autres pères vivent ce sentiment de dépassement et leur manque de temps comme un épuisement qui affecte leur état psychologique et qui est reflétée d'une manière évidente dans leurs discours mais aussi dans l'état de leurs maisons. Ce sont souvent des pères qui n'ont pas choisi la garde de leurs enfants mais qui ont été « obligés » pour une raison ou une autre d'avoir la garde de leurs enfants. C'est le cas de Paul-Etienne qui a été bouleversé par le départ assez brutal de son ex-épouse qui lui a laissé leurs trois fils. Le bouleversement vécu par Paul-Etienne se traduit par un sentiment de dépassement et un état d'épuisement physique mais aussi psychologique très mal vécu de sa part. Au-delà du sentiment de dépassement, le cumul des rôles rend Paul-Etienne impuissant face à une situation qui lui a été imposée.

« C'est vrai que j'aimerais bien que quelqu'un soit avec moi pour que ce soit moins chargé, qu'on puisse se répartir les tâches. C'est vrai qu'il y a des journées ou des semaines, qui sont super chargées, super chargées par rapport aux courses mais par rapport au scolaire des enfants aussi. (...) C'est dur quand même, quelquefois on a envie de tout plaquer ! Quelquefois on a envie de dire à ses amis ou plutôt à mes parents, tiens tu ne prendrais pas les enfants trois jours, histoire souffler trois jours quoi ! » Paul-Etienne, 47 ans

Les démissionnaires sont souvent les pères qui vivent mal leur situation de dépassement et le cumul de rôles bien que leur investissement dans la consommation

familiale et la sphère domestique demeure très limitée, et bien qu'ils ne soient pas prêts à faire des efforts afin de développer leurs compétences pour gérer la sphère intérieure. Contrairement aux autres pères qui semblent adopter plus une approche d'actions afin de faire face à leur situation, les démissionnaires subissent leur situation et adopte une posture très passive vis-à-vis le cumul de rôles dans lequel ils se trouvent. C'est le cas d'Arnaud, « l'épuisé » qui, malgré qu'il soit père isolé depuis une quinzaine d'années, continue à être complètement dépassé par les événements, et ne parviens pas à affronter sa situation de cumul de rôle :

« Ce n'est pas évident, ce n'est pas du tout évident. C'est parce qu'on est père ou on est mère, on n'est pas les deux ! (...) Pour être père, il faut passer comme un permis de conduite mais un permis parental. Parce que oui ça devient très compliqué. Malheureusement oui, des fois j'ai envie de baisser les bras, mais le rôle parental est un rôle à vie, alors que si c'était un autre rôle, j'aurais démissionné ! (...) Ce n'est pas évident, ce n'est pas du tout évident, mais il faut faire avec, on n'a pas le choix. »
Arnaud, 51 ans

Ce sentiment de dépassement reflète donc la façon dont les pères jonglent (ou pas) entre leur vie professionnelle et la gestion de leur foyer. En effet, alors que ce sentiment est omniprésent dans le discours des démissionnaires, il est peu présent dans celui des résilients qui assument les deux rôles et qui en sont fiers. La pression est donc transformée en motivation pour atteindre l'idéal domestique assez fort chez ces pères.

« J'avais une organisation hyper carrée. Déjà pour le travail j'étais en deux roues, donc je gagnais du temps le matin et je gagnais du temps le soir. Mais je me mettais une telle pression que lorsque je récupérais ma fille tout était organisé. Je passais du temps avec elle mais j'arrivais à tout faire en même temps. Je préparais son repas du lendemain, je préparais son repas du soir qui était différent, j'avais le temps de la peigner, j'avais le temps de lui lire une histoire, elle avait le temps de se coucher à l'heure. J'avais le temps de faire ce que j'avais à faire, de faire mon ménage. (...) Moi je nettoie les pieds des chaises, je nettoie les poignets des portes, je nettoie mes plaintes, je nettoie mes plaintes, ma salle de bain elle est faite, mes miroirs sont faits, mes vitres sont faites, voilà je fais tout cela ! » Karim, 36 ans

Ce sentiment de dépassement qui est partagé par la plus grande majorité des pères isolés mais qui est vécu de manières assez différentes, explique le recours de ces pères à des « ressources extérieures » en mobilisant leur capital économique afin de pouvoir faire appel au marché, et leur capital social afin de faire appel à leurs amies, collègues ou propres mères et sœurs.

Section 2 : La Délégation au Marché

L'importance des moyens financiers

Suite au sentiment de dépassement ressenti par les pères isolés et détaillé dans la section précédente, ces derniers mettent en place diverses stratégies afin de faire face à leur situation. Par manque de temps, par manque de compétences, ou par manque de temps et de compétences, le capital économique semble jouer un rôle important leur permettant d'avoir recours au marché afin d'atténuer la charge des tâches à assurer. Plusieurs pères isolés ont évoqué l'importance du rôle du marché dans leur gestion quotidienne des tâches domestiques et le soin de leurs enfants. En effet, les pères isolés sont souvent moins défavorisés financièrement que les mères isolés (Mallaval, 2017). L'importance du capital économique est, par exemple, soulignée par Alexis immédiatement après avoir évoqué son grand manque de temps. Sans l'aspect financier et la possibilité d'avoir recours aux services proposés par le marché, Alexis, qui est le directeur de sa propre entreprise de consulting, nous avoue que sa situation aurait été bien plus compliquée :

« Tout est une question de revenu et de moyens. Pour moi la situation était moins compliquée parce que j'avais une femme de ménage, j'avais quelqu'un qui allait chercher les filles à l'école, j'avais quelqu'un qui les aidait à faire les devoirs, donc je rentrais (du travail) et je profitais des bons moments avec mes filles. Cela me permettait de continuer à travailler sans devoir changer mes horaires. Mais il faut avoir les moyens pour cela. Pour moi ça n'a pas été très compliqué parce que j'ai pu me le permettre, sans devoir changer mes habitudes et mes horaires de travail. Mais j'imagine que pour les pères qui n'ont pas les moyens, cela doit être beaucoup plus compliqué. » Alexis, 43 ans

Les services pour retrouver l'équilibre

Le marché est intégré dans les stratégies mises en place par les pères isolés afin de retrouver l'équilibre dû à la répartition des tâches domestiques et des achats familiaux entre eux et leurs ex-épouses. Ainsi, ils ont tendance à déléguer au marché une partie des tâches émanant du « rôle domestique » (Otnes, Lowrey & Kim, 1993) auparavant assurées par la mère. Le rôle de la mère est donc partiellement délégué au marché. Le recours au marché est parfois immédiat après le divorce, en espérant retrouver l'équilibre du partage des tâches déstabilisé par la séparation. L'intégration du marché dans leur organisation permet de combler le manque de temps et de compétences et leur permet de continuer à jongler entre leur vie professionnelle et la gestion du foyer.

Plusieurs pères ont souligné l'importance de disposer des différentes solutions proposées par le marché notamment dans leur cas de pères isolés. Pour certains, le drive, le fait d'avoir la possibilité d'« esquiver » des corvées comme les courses

alimentaires est une chose perçue de leur part comme « révolutionnaire » pour reprendre les termes d'Emilios. La multi-canalité de l'offre des enseignes de nos jours, le fait de disposer de différents canaux de distributions, de plusieurs points de vente, est saluée également par les pères isolés. Selon eux, cela facilite l'organisation des achats pour leur famille sans avoir un grand impact sur leur vie professionnelle.

C'est le cas de Loïc qui n'était pas très impliqué dans les tâches domestiques et encore moins dans les achats alimentaires et vestimentaires pour ses filles. Loïc avoue que le partage des tâches domestiques était très inégalitaire au sein de son couple. Alors que son ex-épouse Nadine travaillait à temps plein, tout comme lui, Loïc nous assure qu'elle faisait le deux-tiers des tâches domestiques et lui le tiers. Quant aux courses alimentaires et vestimentaires, c'était Nadine qui « s'occupait de tout ». Si Loïc s'est arrangé pour que Nadine continue à assurer les courses vestimentaires pour ses filles après leur séparation, ayant la garde de ses filles une semaine sur deux, il se retrouve dans l'obligation d'assurer les courses alimentaires. Après la séparation, Loïc a très vite eu recours au « drive » ainsi que bien d'autres services.

« Je n'aime pas faire les courses. Je n'ai jamais aimé cela. Je n'ai jamais aimé aller au supermarché. C'était Nadine qui l'a toujours fait. Après son départ, je me suis mis au drive direct. C'est plus simple, et c'est super pratique. Ça me fait gagner énormément de temps et je me suis rendu compte que ça me fait même dépenser moins au final. Et puis quand les filles sont là, elles sont ingérables. Ça pleure, ça râle. Et puis c'est papa je veux ceci et l'autre papa je veux cela. C'est trop compliqué de les gérer toutes les deux seul. » Loïc, 38 ans

En plus du drive pour la délégation des courses alimentaires, Loïc a également embauché, peu de temps après son divorce, une femme de ménage qui passe 6 heures par semaine. De plus, Loïc a embauché une nounou qui s'occupe de ses filles pendant les semaines qu'elles passent chez leur père, alors que ce dernier continue à avoir les mêmes horaires de travail. Loïc insiste sur la relation très fusionnelle entre ses filles et la nounou. Une relation qu'il compare à celle entre ses filles et leur mère.

« Elle (la nounou) fait tout avec elles. Elle joue avec elles, elle les récupère de l'école, elle les fait faire leurs devoirs, elle les chouchoute, elle joue aux jeux de société avec elles, elles cuisinent parfois ensemble, enfin elle fait tout avec elles. Elle les adore et mes filles l'adorent aussi. Elles sont fan d'elle ! (...) Elles ont une relation très fusionnelle avec elle. Elle est devenue comme leur mère. » Loïc, 38 ans

Loïc qui « ne sait pas repasser » et qui n'a jamais eu une relation très proche de ses parents et de sa mère en particulier, regrette ne pas avoir des services de pressing à « prix abordables » à proximité de lui, ne pouvant pas déléguer cette tâche à sa mère comme le font grand nombre de nos interviewés. Loïc a donc abandonné le repassage : « Depuis que Nadine n'est plus là, je ne repasse plus. »

Des services plus adaptés attendus

Le recours au marché occupe une place importante dans l'organisation des pères isolés. Les services proposés par le marché jouent un rôle essentiel pour faire face à leur manque de temps. C'est le cas de certains pères résilients qui ont toutes les compétences pour assurer certaines tâches mais qui préfèrent les déléguer au marché afin d'alléger la charge du travail à assurer. De plus, le recours au marché minimise l'impact de leur situation de père isolé sur leur vie professionnelle. C'est le cas d'Emilios, qui est vétérinaire et qui a la garde permanente de son fils Alfredos âgé de 7 ans. Très peu après son divorce de son-épouse, Emilios a eu recours au drive mais aussi à une nounou, à des services de pressing, et bien d'autres services proposés par le marché. Emilios qui est membre de l'association SOS Papa dans sa commune, et qui organise des meetings de temps en temps avec des pères isolés, insiste dans son discours sur l'importance des services du marché dans la vie quotidienne de ces pères, et sur leurs attentes à des services plus adaptés à leur situation.

« Je pense que ce qui est important pour les pères isolés c'est ce qu'on appelle les services comme les nounous, les femmes de ménages, ça permet de continuer sa vie tout en élevant ses gosses tout seul. (...) Ce qui nous aide aussi c'est les achats sur internet, par exemple le drive moi je trouve cela une super révolution ! Parce qu'on peut s'organiser à l'avance. On peut faire ses courses le soir alors que le gamin dort. (...) Mais les entreprises peuvent nous proposer des services encore plus adaptés à notre situation en tant que pères célibataires surtout pour ceux qui travaillent et qui ne peuvent compter sur personne ou ceux qui ont des moyens (financiers) limités. »
Emilios, 42 ans

Acheter certaines machines et apprendre à en utiliser d'autres

Plusieurs pères interviewés ont acheté certaines machines après le départ de leurs ex-épouses. Le lave-vaisselle est l'une des machines les plus achetées par les pères isolés après le départ de leurs ex-épouses. Il ne s'agit pas seulement des pères qui ne participaient pas dans les tâches domestiques avant leur séparation et notamment la vaisselle, mais même les pères isolés qui s'investissaient dans le travail domestique au sein de leur foyer, ont eu recours à ce type de machines afin de gagner plus de temps. C'est le cas de Valentin qui est militaire et père divorcé d'une fille de 6 ans. Le couple de Valentin a toujours été un couple moderne et très égalitaire en termes de partage des tâches ménagères. De plus, en tant que militaire, Valentin a toujours été amené à assurer des tâches ménagères qu'il « gère très bien » comme il nous l'affirme plusieurs fois tout au long de l'entretien. Valentin a tout de même acheté un lave-vaisselle après le départ de son ex-épouse. Son recours à une femme de ménage, comme son achat du lave-vaisselle, sont donc par manque de temps et non pas de compétences.

« Je suis militaire donc j'ai appris très tôt à m'occuper de mes affaires. Depuis l'âge de 17 ans, pour tout ce qui est ménage, repassage, tout cela, je n'ai aucun souci, j'ai toujours très bien géré. Mais c'est vrai que depuis que je suis seul et que j'ai déménagé, parce que là je suis dans une maison plus grande, j'ai une femme de ménage qui m'aide. (...) Pareil, je me suis acheté un lave-vaisselle. C'est plus simple et ça me fait gagner beaucoup de temps. Ce n'est pas que je n'aime pas le faire (le ménage), c'est juste que je préfère faire autre chose surtout que j'ai les moyens financièrement. Maintenant, quand il faut que je le fasse, je le fais. » Valentin, 35 ans

D'autres pères ont dû apprendre l'utilisation de certaines machines notamment la machine à laver. Ceux qui ne pouvaient pas compter, pour une raison ou une autre, sur les conseils de leurs mères ou leurs amies et collègues (c.f. section 3), ont dû apprendre seul et par conséquent ils ont commis quelques « bêtises » avec leur linge pour reprendre les termes de Jean.

« J'adore cuisiner, ça reste un plaisir, tant que ça reste un plaisir, je le fais sans problème. Dès lors que ça devient une contrainte après c'est plus délicat. Comme la machine à laver ! Le ménage, étant célibataire sur une courte période, ou ayant mon propre domicile ou la vie de couple je savais faire. Le linge, je savais repasser mes chemises, mais mettre une machine à laver en route je ne savais pas comment faire. En douze ans de vie commune, officiellement, je n'ai appris que l'été dernier à faire une machine à laver ! Pour moi c'était du chinois ! J'ai découvert progressivement tout en ayant fait du linge rouge détaché sur du linge blanc voilà mais j'ai découvert et ça reste quand même une contrainte encore au jour d'aujourd'hui. » Jean, 32 ans

Des pères qui ont très peu recours au marché

Le recours au marché qui occupe une place importante dans les stratégies mises en place par certains pères isolés afin de gagner de temps ou par manque de compétences, comme nous avons pu voir précédemment, ne constitue pas la même priorité pour d'autres pères interviewés. En effet, certains pères ont peu de recours au marché. Ce sont principalement les pères résilients qui gèrent très bien leur sphère domestique. Bien qu'ils soient tout de même en manque de temps, certains pères résilients ont pu adapter leurs horaires de travail, ou diminuer leurs heures de travail voire même dans certains cas arrêter complètement de travailler. Ainsi, ces pères résilients qui ont pu mettre en avant la gestion de la sphère domestique au détriment de leur vie professionnelle, sont des pères qui n'ont pas un grand manque de temps et qui possèdent toutes les compétences nécessaires afin de gérer les tâches ménagères et de s'occuper de leurs enfants. C'est le cas de Karim qui ne voit « aucun intérêt » à avoir recours à une nounou ou une femme de ménage.

« M: Et pour le ménage, vous avez eu recours à des femmes de ménages ?

K: Non jamais. Je ne vois pas l'intérêt. Je n'en ai pas vraiment besoin. (...) Honnêtement, j'avais le temps de tout faire. (...) Je vous ai dit je suis très maniaque en

terme de propreté. Je vous ai dit, moi je nettoie les pieds des chaises, je nettoie les poignées de portes, je nettoie les plaintes, c'est un degré assez avancé je pense dans la vigilance donc imaginez que si je nettoie mes plaintes, imaginez que mes miroirs sont faits, mes vitres sont faites, mes toilettes sont faites, ma salle de bain je la lave, je nettoie mes étagères de cuisine de temps à autre. (...) Déjà avec Fatima (son ex-épouse), oui on a eu des engueulades à cause de cela. Parce que moi je suis très à cheval sur l'hygiène, j'aime que les choses soient propres. Je ne suis pas à l'aise dans une maison pas propre alors que elle, elle pouvait laisser traîner les choses plusieurs jours sans que ça la dérange pour autant. » Karim, 36 ans

Le discours de Karim ne fait pas seulement référence à son aisé relative dans la gestion de temps et à sa possession de toutes les compétences nécessaires qui correspondent à son niveau assez élevé de l'idéal domestique, mais son discours montre aussi son manque de confiance en termes de résultat obtenu en cas de recours à une femme de ménage. Comme il l'a très clairement indiqué, l'une des raisons du divorce entre Karim et son ex-épouse est l'incompatibilité entre son idéal domestique et celui de son ex-épouse. La sphère domestique est sa sphère et il préfère s'occuper lui-même des tâches ménagères plutôt que ce soit son ex-épouse avant le divorce ou une femme de ménage après le divorce quitte à que ce soit au détriment de sa vie professionnelle.

D'autre part, certains pères ont peu recours au marché non pas parce qu'ils ne manquent pas de compétences mais parce qu'ils n'ont pas les moyens financiers qui leur permettent d'embaucher une nounou ou une femme de ménage ou d'avoir recours à toute sorte de service qui pourraient faciliter leur situation. Ces pères font partie des pères isolés qui délèguent ces tâches à des « ressources féminines ». La section suivante sera consacrée aux enjeux de la délégation de certaines tâches à des femmes issues du réseau familial et/ou professionnel des pères isolés.

Section 3 : Les Ressources Féminines

Après avoir étudié dans la section précédente les enjeux du recours au marché par les pères isolés, en mobilisant leur capital économique (Bourdieu, 1986), nous avons pu constater que certains d'autres eux n'ont pas eu recours aux services proposés par le marché non pas parce qu'ils ne manquent pas de compétences ou de temps, mais pour des limites budgétaires. Ces pères délèguent des tâches à leur réseau féminin en mobilisant leur capital social (Bourdieu, 1986).

D'autres pères qui ont intégré le marché dans leur stratégie pour faire face à leur situation de cumul de rôle (Chour & Fosse-Gomez, 2016), délèguent tout de même une partie des tâches domestiques et des achats familiaux à leur réseau féminin afin de simplifier leur jonglage entre leur vie professionnelle et leur gestion domestique.

Le réseau féminin se caractérise principalement par la mère des pères isolés qui joue un rôle assez important après le divorce de son fils. En effet, la dyade mère-fils est très vite de retour dès les premiers symptômes de la crise au sein du couple. Certains pères isolés délèguent à leurs mères des tâches que leurs ex-épouses assuraient, comme les tâches ménagères, la cuisine, les courses alimentaires et vestimentaires pour leurs enfants. Les mères des pères isolés jouent également un rôle important pour améliorer les compétences de leurs fils. En effet, les pères isolés comptent beaucoup sur les conseils de leurs mères et les respectent minutieusement.

En plus de ce support fonctionnel très essentiel et partagé par une grande majorité des pères interviewés, les mères de ces pères jouent un rôle affectif et émotionnel aussi important notamment envers les enfants et plus particulièrement quand il s'agit d'un père démissionnaire ou jongleur qui évite d'assurer la dimension émotionnelle du rôle parental traditionnellement perçu comme celui de la mère (Connels, 2004 ; Firat, 1994).

La mère n'est pas la seule « source de compétences » féminine à laquelle les pères isolés ont recours. En effet, les pères isolés évoquent un manque de « touche féminine » au sein de leurs foyers et notamment dans la prise de décisions de certains achats comme les achats vestimentaires ainsi que les achats de décors, de meubles ou tout achat de décoration.

Pour compenser l'absence de la mère et donc l'absence de la touche féminine dans leurs maisons, des pères isolés font appel à des femmes faisant partie de leur réseau familial, professionnel ou amical, leur capital social (Bourdieu, 1986) en d'autres termes, à savoir leurs sœurs, cousines, amies et collègues.

Dans certains cas, les pères délèguent certaines tâches à leurs filles même quand celles-ci sont encore adolescentes. Il s'agit des pères qui ne peuvent compter ni sur leur capital social ni économique. En effet, ce sont des pères démissionnaires doublement isolés.

1. Le Retour de la Dyade Mère-Fils :

Tout comme le sentiment de dépassement, le recours à leur propre mère est l'un des points communs entre la grande majorité des pères isolés. En effet, très tôt après la séparation, et même parfois avant que le père ne le demande, la mère joue un rôle très important dans la nouvelle famille monoparentale créée après le divorce de son fils. Les pères isolés ont tendance à se rapprocher fortement de leur mère dès leur séparation, voire même, pour certains, dès les premiers symptômes de l'« explosion » de leur couple.

La dyade mère-fils est de fort retour au sein des familles monoparentales gérées par un homme. Les pères isolés renouent des forts liens avec leurs familles et notamment leurs mères.

L'importance de la présence de la grand-mère

Après la séparation, la grand-mère joue un rôle très important qui se manifeste par un soutien émotionnel essentiel pour le père isolé ainsi que ses enfants, en plus du soutien « fonctionnel ». En effet, à l'exception de quelques pères, le discours de la plus grande majorité des pères isolés interviewés met en avant l'importance de la présence de leurs mères dans la réorganisation du foyer et notamment de la sphère domestique mais aussi dans la stabilisation psychologique de leurs enfants et la leur.

Certains pères, comme Jean, qui avait « couper les ponts » avec sa mère, l'a recontacté et a renoué les liens avec elle pendant la période de sa séparation. La mère est donc très vite intégrée dans les tactiques de gestion de leur situation de père isolé. Charles qui a la charge alternée de sa fille unique Elvira âgée de deux ans, a souvent recours à sa propre mère notamment pendant les semaines où Elvira est à sa charge. Cela lui permet de continuer à travailler à temps plein en tant qu'agent de sécurité.

« Ma mère m'aide beaucoup. Elle s'occupe beaucoup d'Elvira. (...) Ma mère passe chez moi au moins trois jours pendant les semaines où j'ai la garde d'Elvira. Sans elle, je n'aurais jamais pu continuer à travailler à temps plein comme cela » Charles, 26 ans

De même, la présence de la mère semble être particulièrement plus indispensable dans la vie de certains pères isolés notamment ceux qui sont démissionnaires. En effet, les mères des démissionnaires jouent un rôle plus important que celui joué par les mères des autres types de pères isolés.

Les pères démissionnaires qui ont peu de recours au marché pour des raisons financières, ont encore plus de recours à leur propre mère en lui déléguant une grande partie voire même parfois la totalité des tâches qui étaient assurées par leurs ex-épouses et qu'ils évitent d'assumer après leur départ. Dans certains cas extrêmes, la grand-mère remplace la mère absente. Elle assure toutes les fonctions que sa belle-fille assurait, et exerce en plus le rôle affectif de la mère envers ses petits-enfants.

Ce cas de figure correspond parfaitement à celui d'Arnaud qui ne cesse de répéter tout au long de l'entretien l'importance du fait que sa mère habite à proximité de lui. En effet, malgré l'âge avancé de sa mère, Arnaud a délégué à sa mère toutes les tâches domestiques comme le repassage, le ménage, les courses alimentaires et vestimentaires pour lui et sa fille. En effet, il s'agit de toutes les tâches que son ex-épouse assurait et qu'il a refusé d'assumer.

« Au début c'était un peu galère. Ce n'était pas évident. J'avais besoin de l'appui de ma mère. (...) J'ai de la chance que ma mère habite à 100m de moi. (...) Parce qu'on était un peu perdu, enfin moi j'étais un peu perdu. J'avais besoin d'un soutien et bon heureusement que j'avais ma mère parce que là ce n'est pas toujours évident. (...) Les premières années surtout j'avais besoin de ma mère parce que ce n'était pas évident du tout ». Arnaud, 51 ans

Image idéalisée de leurs mères

Pour une partie des pères isolés, leurs propres mères incarnent la forme idéale du rôle de la mère. Cette figure idéalisée est comparée par certains pères isolés à leur ex-épouses même avant leur séparation. En effet, quand la façon dont le rôle de la mère est accompli par leurs ex-épouses, ne correspond pas à celle de leur propre mère, cela engendre une insatisfaction de la part des pères isolés et peut parfois l'une des raisons principales de la séparation du couple.

La qualité du travail domestique et de la cuisine de leur ex-épouse est comparée à celle de leur propre mère. En se basant sur la comparaison entre l'idéale domestique de leur propre mère et celui de leurs épouses, certains pères jugent leur ex-épouses de « bonne » ou « mauvaise » mère.

C'est le cas d'Omar qui considère que son ex-épouse n'était pas une « vraie mère » contrairement à sa mère :

« Je ne l'ai pas aimée (son ex-épouse). Non, c'est vrai, c'est vrai je ne l'ai pas aimée. Pour aimer une femme, il faut qu'elle soit une vraie maman, par exemple quand tu vas travailler, tu sais que tu es tranquille dans ta tête, que la maison est nickel, tu sais que le petit va bien, qu'il mange bien. Par exemple, moi mon père quand il allait travailler, il savait que ma mère s'occupait bien de nous. Elle prenait son temps à bien cuisiner pour nous, la maison était nickel. Elle a élevé 9 enfants ma mère ! Tout était nickel, la maison nickel, tout. Ça c'est une vraie maman ! Mon père était tranquille dans sa tête quand il travaillait. Moi non. Quand je travaillais je pensais toujours au petit. Qu'est-ce qu'il fait ? Est-ce qu'il mange bien ? Elle ne savait pas s'occuper de lui. Elle ne savait pas le laver, elle cuisinait mal, la maison était sale. Même quand le petit pleurait, il peut pleurer toute la journée, elle s'en fou. » Omar, 38 ans

Emilios également comparait son ex-épouse à sa mère, tout au long de l'entretien passé avec lui. Pour lui, sa mère et son ex-épouse incarnaient deux modèles complètement opposés du rôle de la mère. Ainsi, Emilios distingue entre les pratiques du modèle « égoïste » d'être une mère, et celui d'une « vraie mère » comme celui de sa propre mère, qui, selon lui, malgré son divorce très jeune, elle a préféré de consacrer sa vie pour s'occuper de son fils Emilios.

« Elle était très égoïste (son ex-épouse) alors qu'elle ne manquait de rien. Quand Alfredos (leur fils) est arrivé, il pourrait pleurer toute la nuit, elle ne se cassait pas la tête. Elle faisait semblant de rien. Le gamin avait faim, elle ne lui donnait pas suffisamment à manger enfin c'était particulier quand même ! (...) Elle n'avait pas du tout le sentiment maternel. (...) Moi, je n'ai jamais manqué de rien. Ma mère a toujours pourvu tout ce que dont j'avais besoin. Elle a connu des hommes différents mais elle a préféré rester seule que de se mettre avec un homme qui allait me faire des remarques ou qui allait me faire de la peine. Donc là, elle est toujours toute seule avec sa mère. C'est vraiment une mère, une vraie mère quoi ! Je veux dire elle passe sa vie après celle de ses enfants. » Emilios, 42 ans

La grand-mère qui remplace la mère

Suite à l'insatisfaction de certains pères isolés de la façon dont leurs ex-épouses accomplissaient les fonctions et le rôle de mère, comparée à leurs propres mères, ils ont eu recours à l'aide de leurs mères même avant la séparation. Emilios qui considère que son ex-épouse ne prenait pas suffisamment de temps pour « bien » cuisiner pour son fils, comptait sur sa mère pour cuisiner des plats « équilibrés et sains » pour son fils même avant sa séparation de son ex-épouse.

« Ma réaction était traumatisante ! Ça me faisait souffrir parce que j'avais l'impression que mon enfant en souffrait et c'est quelque chose d'incompréhensible. C'était quelque chose que je ne pouvais pas imaginer. Pour moi, une mère, c'est une mère qui prend son temps à s'occuper de son enfant, à choyer, enfin à cuisiner pour son gosse, alors que là, non ce n'était rien de tout cela. Tiens bouffe cela et si cela ne te plaît pas et bah va tu dormiras sans manger. C'est dingue ! (...) Du coup, je demandais à ma mère si elle ne pouvait pas faire quelque chose pour le petit, un plat sain et équilibré et puis je lui ramenaient la boîte. » Emilios, 42 ans

Après le divorce de leurs fils, certaines grand-mères ont joué le rôle de la mère absente notamment quand les pères avaient la garde permanente des enfants et plus particulièrement au sein des familles monoparentales dirigés par des pères démissionnaires comme Arnaud. Ces pères qui refusaient ou ne parvenaient pas à accomplir le rôle de la mère et les fonctions liées aux tâches domestiques et les courses alimentaires. La grand-mère assurait donc l'équilibre même émotionnel au sein des familles de leurs fils étant donné que ces derniers n'assuraient pas les tâches qui étaient accomplies par leurs ex-épouses.

« On est père ou on est mère. On n'est pas les deux. Donc bah le rôle de la mère c'était ma mère qui l'a fait pendant longtemps. (...) Ma mère jouait le rôle de la mère pour ma fille. Elle a fait le rôle de la mère et de la grand-mère quelque part. Parce que là j'avais besoin de soutien et heureusement que j'avais ma mère. Parce que là au niveau d'équilibre ce n'était pas toujours évident. (...) J'ai essayé de faire la cuisine, mais c'était à chaque fois « papa ne faisait pas bien, je préfère aller chez mamie » donc ce n'était pas évident. » Arnaud, 51 ans

Au-delà du rôle affectif, la grand-mère assure donc une partie aussi importante de tâches et de fonctions liées à la sphère domestique et à la consommation de la famille de son fils isolé.

2. La Grand-Mère : Figure Féminine Dépositaire de Savoir

Le rôle joué par la grand-mère au sein de la famille de son fils prend plusieurs formes. En effet, alors que certaines mères interviennent elles-mêmes sans la demande de leurs fils afin d'accomplir certaines tâches domestiques et d'aider leurs fils pour faire face à leur situation, d'autres pères demandent à leur mère d'intervenir ou leur délèguent une partie des tâches notamment celles qu'ils considèrent comme des corvées telles que les courses alimentaires et vestimentaires pour leur famille.

En outre, la grand-mère joue un rôle important pour améliorer les compétences de leurs fils concernant des tâches de la gestion de la sphère domestique notamment la cuisine et les courses alimentaires. Pour certains pères, notamment ceux qui assument une partie ou la totalité du rôle de la mère absente au sein de leurs familles, leur propre mère constitue un modèle de la « mère idéale » à suivre afin d'atteindre l'« idéal domestique » au sein de leur propre famille.

La délégation à la grand-mère

Par manque de compétence pour certains, par manque de temps pour d'autres, par manque de moyens financiers qui les empêchent d'avoir recours au marché aussi dans certains cas, les pères isolés délèguent à leurs mères des tâches le plus souvent partie de la sphère domestique comme les tâches ménagères, le repassage et les courses alimentaires et vestimentaires notamment lorsque ces tâches-là étaient assurées par leurs ex-épouses.

La délégation à la grand-mère constitue l'un des piliers principaux de leur stratégie mise en place afin de faire face à leur situation de cumul de rôle. Pour ces pères, l'importance de la délégation de ces tâches à leurs mères ne réside pas seulement dans le gain de temps, mais surtout dans la qualité du résultat obtenu qui correspond, pour une grande majorité d'entre eux, au niveau idéal de l'accomplissement et de la gestion de la sphère domestique et de la consommation familiale.

C'est le cas de Gabriel, un père bricoleur qui a déployé des efforts remarquables pour améliorer ses compétences en termes de cuisine mais aussi des courses alimentaires d'une manière générale, mais qui compte toujours sur sa mère pour le repassage, par manque de compétence, et le ménage afin de retrouver le niveau de propreté qu'il a eu d'habitude d'avoir quand il vivait encore chez ses parents.

« Je compte encore beaucoup sur ma mère surtout pour le repassage. Elle passe chaque semaine pour repasser mes vêtements, les chemises, tout ça. Je ne sais pas repasser. Je ne sais pas repasser. J'ai essayé d'apprendre avec ma mère mais c'était mission impossible. J'ai perdu espoir ! Du coup ma mère passe une fois par semaine pour me faire un gros ménage et pour repasser mes vêtements. Après ce qui est super intéressant c'est que je retrouve la même qualité de travail que j'avais quand j'étais enfant avec ma mère, par exemple, les chemises tout cela, elles sont impeccables, alors qu'avec mon ex-femme c'était n'importe quoi ! Ça se voit qu'elle le faisait à contre cœur ». Gabriel, 49 ans

La délégation de ces tâches à la grand-mère permet aux pères isolés d'organiser la gestion de leur foyer et simplifie leur jonglage entre leur vie professionnelle et l'accomplissement des tâches domestiques et des achats familiaux. Ainsi, les compétences de la grand-mère sont intégrées dans leur stratégie afin d'assurer une bonne gestion de leur foyer.

La grand-mère et l'apprentissage de certaines tâches

Le rôle de la grand-mère dans les familles monoparentales ne s'arrête pas à la prise en charge de certaines tâches mais se traduit aussi dans l'apprentissage de certaines tâches comme la cuisine et les tâches ménagères, ainsi que le conseil concernant des marques alimentaires ou autres.

Ainsi, les pères isolés qui cherchent à développer leurs compétences dans la sphère domestique, ont le plus souvent recours à leurs propres mères afin d'avoir des conseils et des astuces à suivre. La grand-mère est donc considérée comme la première figure féminine dépositaire de savoir. Une figure idéalisée comme nous avons pu le voir précédemment, qui assure donc, pour eux, l'idéal domestique le plus « parfait ».

Dans certains cas, des pères isolés délèguent certaines tâches domestiques à leurs mères, et prennent petit à petit en charge ces tâches en apprenant de leurs mères la façon dont elles les assurent.

Armando est un père résilient qui « adore faire la cuisine ». La cuisine est sa passion et donc faire les courses alimentaires n'est pas du tout vécu comme une corvée. Armando n'a pas recours à sa mère parce qu'il gère aussi bien la cuisine que les courses alimentaires et ne manque pas vraiment de compétences à ce niveau-là. De plus, sa mère vit à l'étranger depuis une vingtaine d'années. Cependant, il s'avère

qu'Armando applique la même façon de faire de sa mère pour assurer les courses alimentaires et les tâches domestiques. En effet, étant l'aîné d'une famille monoparentale dirigée par sa mère, Armando, qui vivait en permanence avec son frère chez sa mère, accompagnait cette dernière depuis ses premières années d'adolescence pour faire les courses alimentaires au supermarché. Depuis son enfance, Armando a toujours été impliqué dans les tâches domestiques et donnait un coup de main à sa mère qui jonglait entre le travail et la gestion de son foyer.

Armando applique la façon de sa mère de faire les courses alimentaires et la cuisine, des compétences qu'il a acquiert pendant qu'il vivait avec elle. Bien qu'il ait toutes les compétences nécessaires pour cuisiner, il appelle parfois sa mère afin de lui poser quelques questions notamment sur les marques des produits alimentaires qu'ils utilisent dans ses repas.

« J'allais toujours avec ma mère au supermarché pour faire les courses. Moi j'adore aller au supermarché. Regarder toute la nourriture, réfléchir à ce que je dois faire à manger, ce que je dois acheter, j'adore réfléchir à ce que je vais préparer et cuisiner. (...) Je fais comme ma mère. Toujours une liste. Et dès qu'il me manque quelque chose je note sur ma liste. Je fais aussi comme quand j'étais petit, c'est-à-dire je fais un planning pour chaque semaine et je note des idées de plats pour chaque jour, pour midi et le soir comme ma mère faisait quand on était petit. (...) Je cuisine souvent des plats mexicains que ma mère m'a appris. Bon, après, parfois ça m'arrive de l'appeler ou de lui envoyer un Whatsapp pour lui demander telle ou telle marque, parce que vous savez ce n'est pas facile de trouver toutes les marques pour les plats mexicains ici en France. » Armando, 34 ans

Armando est donc un des pères qui ont acquis des compétences de sa mère avant son divorce et pendant qu'il vivait chez elle. Cependant, d'autres pères apprennent de leurs mères à accomplir certaines tâches après leur divorce. Ces tâches sont souvent des tâches liées à la sphère intérieure et à la consommation familiale que leurs ex-épouses assuraient.

Le cas qui illustre le plus l'apprentissage des compétences après le divorce est celui de Bertrand. En effet, Bertrand qui comptait complètement sur son ex-épouse pour la cuisine avant le divorce, a compté sur sa mère qui habite dans une autre région que la sienne pour apprendre à cuisiner. En plus des appels pour des conseils, la mère de Bertrand est allée jusqu'à lui faire des fiches de cuisines pour lui donner des idées de plats, avec les instructions détaillées de chaque étape, ainsi que des recommandations de marques pour les produits alimentaires nécessaires. Des marques ou des produits souvent attribuées à l'image de la « mère idéale » (Douglas, 1994). De même, depuis son divorce, Bertrand qui est professeur universitaire, demande à sa mère de venir passer quelques semaines chez lui pendant le mois de septembre ; mois assez chargé pour Bertrand en raison de la rentrée universitaire mais aussi de la rentrée scolaire de ses enfants et de toutes les démarches administratives qu'ils effectuent. Pendant ces semaines, c'est la grand-mère qui

s'occupe de toutes les tâches domestiques et ménagères. Quand il est chez ses parents, Bertrand prend note en observant sa mère cuisiner, pour faire les mêmes repas et selon la même façon de faire de sa mère.

« Si je suis chez mes parents, contrairement à avant, maintenant je regarde un petit peu ce qu'il se passe dans la cuisine, ma mère elle me dit tiens ça c'est facile à faire, tu pourrais essayer de le faire pour tes gamins, elle me montre tu fais ça, tu fais ça, (...) ça s'est fait naturellement. Ma mère est une bonne cuisinière. Ce n'est pas sa passion, elle ne fait pas de choses sophistiquées mais elle cuisine super bien. J'ai toujours aimé ce qu'elle nous faisait. C'est aussi une cuisinière efficiente, c'est-à-dire qu'elle prépare des plats assez remarquables dans leurs ratios satisfaction pour ceux qui mangent, temps de préparation et coûts des ingrédients. Du coup voilà, elle est assez remarquable et c'est exactement ce qu'il me faut ! (...) Et puis, ce qui est intéressant c'est que par exemple dans ses fiches, pour chaque plat, elle m'indique la quantité, elle estime pour 4 personnes et elle indique la quantité. Elle me recommande même à côté des marques. Ça me simplifie la vie. Ça me facilite vachement les courses. Je vais, je prends telle ou telle marque et basta. Ça me fait gagner beaucoup de temps au supermarché. » Bertrand, 43 ans

Grace aux conseils de sa mère et à son apprentissage, Bertrand a pu reconstruire son rôle parental en acquérant les compétences nécessaires pour assurer des fonctions qui, au sein de sa famille, faisaient partie du rôle de la mère.

En plus des tâches domestiques, pour prendre soin de leurs enfants, certains pères isolés s'inspirent fortement et adoptent les mêmes techniques adoptés auparavant par leurs mères pour prendre soin d'eux ou de leurs frères et sœurs. L'apprentissage s'acquiert donc par certains pères pendant qu'ils sont chez leurs parents. Il s'agit des pères qui ont observé leurs mères s'occupaient de leurs frères et/ou sœurs. D'autres pères ont recours à leurs mères après leur divorce afin d'apprendre comment prendre soin de leurs enfants quand ils sont malades, les techniques pour les laver, et bien d'autres aspects, notamment quand il s'agit d'enfants nourrissons ou bébés. En déléguant le soin de leurs enfants à leurs mères, certains pères isolés apprennent à assurer ce rôle en observant leurs mères.

Ainsi, pour prendre soin de sa fille Linda dont il avait la garde permanente dès qu'elle était nourrisson, Karim applique les mêmes techniques traditionnelles kabyles qu'il a apprises de sa mère qui était assistante maternelle.

« Nous tout petits, on sert nos enfants dans un drap ou une couverture pour qu'ils puissent se sentir comprimés et retrouver la sensation qu'ils avaient dans le ventre de leur maman. Et donc au bout de deux mois et demi ma maman m'a parlé de cela. Elle est venue à la maison, je n'arrivais pas à coucher la petite, elle faisait des siestes difficiles on va dire, et donc elle m'a montré une technique toute simple avec un drap. Et Linda était donc emballée de la tête au pied avec un drap et se sentait bien et dormait mieux. Elle me ramenait de temps en temps des solutions. Lorsque la petite avait des diarrhées, on prenait de l'eau où on avait fait cuire du riz et on le lui donnait

avec le biberon. Donc tous les conseils sont là. On parlait traditionalisme tout à l'heure, on est en plein dedans. Ce sont les astuces traditionnelles kabyles de ma mère. » Karim, 36 ans

3. D'autres Ressources Féminines : les Sœurs, les Amies, les Collègues et leurs Filles

Les grand-mères ne constituent pas la seule source féminine à laquelle les pères isolés ont recours. En effet, pour certaines tâches notamment certains achats comme les achats vestimentaires ainsi que d'autres achats « esthétiques » traditionnellement dévoués au rôle de la mère (Davis, Greenstein & Marks, 2007 ; Davis & Rigaux, 1974). Une grande majorité des pères isolés interviewés a évoqué le manque de la touche féminine au sein de leurs foyers. Ce manque semble être le plus ressenti lors de leur besoin d'acheter des vêtements pour leurs enfants, ou même des vêtements pour eux à l'occasion d'un événement spécial comme un mariage ou autre, ainsi que lors de leur besoin d'acheter des meubles pour leur appartement ou tout autre achat de décor.

En effet, l'avis féminin compte beaucoup pour ces pères et a une influence non-négligeable sur leur décision l'achat de ces types de produits. Ainsi, les pères isolés ont recours à d'autres ressources féminines provenant de leur capital social comme leurs amies, leurs collègues, leurs sœurs ou leurs filles afin d'avoir leurs conseils, leurs avis ou même parfois leur déléguer certaines tâches liées aux fonctions assurées auparavant par leurs ex-épouses.

Le manque de la touche féminine

En rentrant plus en détails dans les pratiques de consommation des familles monoparentales dirigées par des pères, nous constatons le rôle important que les mères jouaient au sein de ses familles pour l'achat de certains types de produits comme les vêtements pour les enfants et les objets de décor pour le foyer ainsi que les meubles. En enquêtant sur la façon dont tous ces achats qui exigent une certaine « affinité esthétique » sont assurés par des pères isolés, nous constatons le manque de la touche féminine évoqué par ces derniers et leur recherche à se ressourcer auprès des femmes de leur entourage ou leur famille afin de combler ce manque.

« Il manque toujours cette petite touche féminine à la maison. Surtout quand tu dois acheter des trucs du genre des nouveaux meubles pour ton appart, tu sais, ce genre de choses où t'as besoin de l'avis d'une femme. » Eric, 35 ans

Le manque de cette « petite touche féminine » est même évoqué par des pères résilients qui ont toutes les compétences pour effectuer ce type d'achat mais qui manquent tout de même d'avis féminin notamment quand il s'agit d'acheter des vêtements pour leurs enfants surtout quand il s'agit de filles. Le cas de Karim illustre cela parfaitement.

« Mardi dernier, j'ai été acheté quelques trucs pour Linda. Je n'étais accompagné de personne. Quand un vêtement est trop grand ou trop petit, ça je sais le faire. Mais la touche féminine, c'est-à-dire voir si le vêtement est mignon, si ça lui va bien, si c'est très beau ou pas, tout cela, je ne sais pas trop le faire. Après tout, je ne suis pas une femme. J'ai des qualités mais il y a juste cela qui me manque. » Karim, 36 ans

Le recours aux ressources féminines

En plus du manque de la touche féminine, d'autres pères n'ayant pas la possibilité de compter sur leur mère, ont recours à des ressources féminines afin d'avoir des conseils, ou même leur déléguer certaines tâches faisant partie de la sphère intérieure. Omar qui est originaire du Maroc, n'ayant pas la possibilité de compter sur sa mère qui y est toujours, sollicite sa sœur qui ne vit pas loin de lui à Dunkerque. La présence de la sœur est importante pour son organisation et son jonglage entre sa vie professionnelle et sa vie familiale. La sœur d'Omar gardait son fils quand il est au travail, l'amenait à l'école, et l'aidait à faire ses devoirs.

« Pour m'organiser, je sais que je peux compter sur ma sœur mais c'est juste par exemple quand je dois être au travail. Par exemple, les mardis j'avais besoin de ma sœur pour garder le petit entre 8h et 9h. Parce que je devais être au boulot à 8h alors que le petit son école commence à 9h. Ma sœur le gardait entre 8h et 9h et l'emmenait à l'école. L'après-midi si je suis encore au travail, elle allait le récupérer de l'école. » Omar, 38 ans

Pour certains achats, des pères isolés ont recours à leurs collègues et amies afin de les accompagner en magasin. L'avis féminin leur semble important pour assurer un « bon achat ».

« Pour les vêtements des enfants c'est la mère qui continue à les faire comme ça a toujours été avant le divorce. Pour mes vêtements, quand il s'agit d'un achat important je demande toujours à une amie de m'accompagner en magasin. Elles sont beaucoup plus douées que nous pour ça » Georgi, 52 ans

« Par exemple la dernière fois que j'ai changé de canapé j'ai demandé à Corinne (une amie) de m'accompagner. (...) J'avais besoin de l'avis d'une femme » Jean-Baptiste, 57 ans

Quand la fille joue le rôle de la mère

Les filles des pères isolés font partie des ressources féminines aux quels certains pères ont recours. En effet, nous constatons que les filles jouent un rôle plus important que les fils dans la gestion de la sphère domestique. Certains pères leurs délèguent ou leur font participer dans des tâches comme la cuisine, le ménage et les courses alimentaires. Cependant, dans d'autres cas, certaines filles prennent elles-mêmes l'initiative et assurent les fonctions que leurs mères assuraient avant leur départ. Dans certains cas extrêmes, ces filles ont un âge assez jeune, ce qui reflète la démission du père.

Arnaud qui comptait beaucoup sur sa mère en lui déléguant une très grande majorité des tâches ménagères et de l'achat familial, a commencé ces dernières années à déléguer progressivement ces tâches à sa fille depuis qu'elle avait seulement dix ans étant donné que sa mère ne peut plus assurer ces tâches en raison de son âge avancé. A l'âge de douze ans, Camille, la fille d'Arnaud, gère complètement seule l'achat alimentaire de la famille dans toutes ses étapes, c'est-à-dire de la décision d'achat jusqu'à l'acte d'achat et le rangement des produits en plus de l'utilisation des produits étant donné que c'est elle qui cuisine. Arnaud, lui son rôle reste instrumental. Il la conduit au supermarché et lui donne le montant d'argent nécessaire.

« J'ai de la chance parce que ma fille en grandissant c'est elle qui fait la cuisine, donc c'est elle qui gère un peu, elle va faire les courses à ma place, des fois on les fait à deux mais c'est elle qui gère le caddie. (...) Le rôle de la mère c'était ma mère qui l'a fait pendant longtemps et puis maintenant ma mère elle n'est pas très en forme, et puis Camille a grandi donc c'est plus la même situation. (...) Maintenant, c'est Camille à chaque fois qui va faire les courses elle me dit papa bah écoute viens payer je suis à la caisse. Elle m'envoie un texto. Il y a un Intermarché qui est à même pas un kilomètre et demi. Maintenant en grandissant elle gère tout, bah elle gère carrément le caddie donc elle regarde les livres de promo et puis elle choisit ce qu'il y a sur les livres de promos, tout cela. » Arnaud, 51 ans

Après avoir délégué le rôle de la mère à sa propre mère, une fois que cette dernière n'est plus capable d'assurer ce rôle en raison de son âge avancé, Arnaud a délégué le rôle de la mère à sa fille qui assure toutes les fonctions auparavant assurées par sa mère.

Par ailleurs, comme nous avons pu le souligner précédemment, certaines filles prennent elles-mêmes l'initiative en se comportant comme la mère notamment envers leurs frères et sœurs. C'est le cas de Florence la fille de Jean-Baptiste, âgée de 12 ans, qui se comporte comme une mère envers son frère Gauthier plus d'elle

d'un an seulement. Florence s'occupe de son frère comme une mère. Elle essaie de cuisiner et de s'occuper de son frère comme sa mère.

« Ils (Florence et Gauthier) ont une relation très complice. Quand ils sont chez moi, Florence se comporte comme une mère avec son frère. Elle cuisine pour lui et s'occupe de ses affaires. Elle fait croire à son frère qu'elle est sa mère. » Jean-Baptiste, 48 ans

Synthèse du Chapitre IX

Après le divorce ou la séparation, les pères isolés sont amenés à assurer des tâches auparavant effectuées par leurs ex-épouses. Ces pères de différents profils, font tous face à une situation de cumul de rôles qui engendre un sentiment de dépassement partagé par une grande majorité des pères isolés, qu'ils soient résilients, bricoleurs ou démissionnaires. Le manque de temps pour certains, le manque de compétences pour d'autres, le manque de temps et de compétences pour certains d'autres, poussent ces pères à avoir recours à des ressources extérieures afin de faire face à leur situation.

Ainsi, les pères isolés mobilisent leurs ressources financières, leur capital économique pour reprendre les termes de Bourdieu (1986), en déléguant au marché des tâches domestiques telles que les courses alimentaires ou le repassage. Les pères isolés, qui en général sont souvent moins défavorisés financièrement que les mères isolées (Mallaval, 2017), accordent une importance non-négligeable à l'intégration des offres du marché dans leur gestion domestique.

En outre, le capital social est lui aussi mobilisé par les pères isolés en ayant principalement recours à leur réseau féminin. En effet, les mères des « pères solos » sont souvent les plus sollicitées. Elles effectuent certaines fonctions faisant partie du rôle de la mère absente dans les familles de leurs fils, et assurent un rôle émotionnel traditionnellement attribuée au rôle de la mère (Gentry & McGinnis, 2013). Dans certains cas, les grand-mères jouent un rôle important comme une figure féminine dépositaire de savoir, ce qui permet à leurs fils isolés d'acquérir des compétences nécessaires pour l'accomplissement des tâches domestiques et de l'achat familial, ou d'améliorer leurs compétences, d'autant plus que l'idéal domestique est fortement influencé par la façon dont leurs propres mères accomplissaient les tâches domestiques. Une façon le plus souvent idéalisée (Kaufmann, 1997).

Les ressources féminines auxquelles les pères isolés ont recours ne se limitent pas à leurs mères, mais comprennent également les sœurs, les collègues et les amies faisant partie de leur réseau féminin. L'accompagnement de ces dernières semble être important pour les pères isolés notamment quand il s'agit de l'achat de certains types de produits comme les vêtements pour leurs enfants, des meubles ou des objets de décors, des produits pour lesquels les femmes ont traditionnellement une influence plus importante dans la décision d'achat (Duvander, Ferrarini & Johansson, 2015 ; Davis & Rigaux, 1974).

Le recours à ces ressources extérieures contribue à la (re)construction d'un nouveau rôle parental pour le père isolé. Un rôle qui est construit autour non seulement de sa profession et de son rôle de *breadwinner*, mais aussi autour de la consommation familiale et de l'accomplissement des tâches domestiques et ménagères. Ce nouveau rôle parental met en relief de nouvelles façons d'être père. Notre prochain chapitre

sera consacré à ces nouvelles formes de paternités et au rôle de la consommation dans la légitimation de ce rôle.

Chapitre X : La Reconstruction de l'Identité du Rôle Paternel par la Consommation

Dans ce chapitre nous présentons les enjeux identitaires de la reconstruction du rôle paternel. En effet, après la séparation, les pères isolés sont amenés à vivre leur rôle paternel d'une manière différente. La consommation des pères isolés reflète un rôle paternel qui présente des aspects jusqu'ici peu associés au rôle du père dans la littérature. De plus, la consommation est utilisée par ces pères isolés afin de recréer de nouvelles relations avec leurs enfants. La consommation contribue ainsi à la reconstruction de leur rôle paternel.

En premier temps, nous étudierons le nouvel équilibre que les papas solos instaurent entre les différentes sphères (professionnelle, familiale et personnelle), qui met en évidence une dimension d'abnégation et de sacrifice. Cette idée de sacrifice, très peu abordée dans la littérature sur la consommation des pères s'oppose à la façon dont la consommation masculine et notamment celle des pères est présentée dans la littérature.

Nous nous intéressons ensuite au rôle de la consommation dans la contribution de nouvelles relations avec leurs enfants et donc à une nouvelle définition de la vie familiale. Le shopping et les activités sont un moyen pour ces pères de redécouvrir leurs enfants et de renouer les liens avec eux. La consommation permet aussi d'exclure la mère ou de s'opposer au modèle qu'elle incarne.

Dans leur sphère personnelle et en opposition avec la dimension sacrificielle de leur nouveau rôle de père, certains pères jonglent avec un autre type de consommation masculine, celui de la consommation rebelle telle qu'identifiée par Holt et Thompson (2004). Cette consommation rebelle apparaît généralement pendant que les enfants sont avec leurs mères ou grand-mères. Cette consommation masculine remet en avant leur identité de genre, alors que lorsque leurs enfants sont présents, c'est plutôt leur identité de rôle qui est prioritaire.

Face à ce jonglage entre deux modes de consommation, qui font référence également à deux modes de vie, nous concluons notre chapitre en mettant en relief les différentes façons d'être père en regard des différentes façons d'être un homme (Connell, 2005). En effet, les tâches domestiques et la consommation familiale sont assurées par les pères isolés d'une manière masculine, mais qui suggère une version féminine de la paternité qui semble avoir été peu explorée jusqu'à présent.

Section 1 : Le Sacrifice

Le comportement de consommation de nombreux pères isolés mais aussi leur mode de vie sont caractérisés par une forte dimension de sacrifice. En effet, la consommation des pères isolés, notamment les résilients et certains bricoleurs, est construite autour de leurs enfants et de leurs préférences. De même, leur mode de vie s'adapte à celui de leurs enfants et des exigences de leurs activités. Ils adaptent leur vie professionnelle, y renoncent même parfois. Ces pères isolés semblent mettre en avant leur identité de rôle paternel au détriment de leur identité de genre en tant qu'hommes.

La dimension de sacrifice fortement présente dans leur discours, dans leur consommation familiale mais aussi dans l'organisation de leur vie quotidienne en ce qui concerne le jonglage entre vie professionnelle et gestion domestique en particulier, met au jour un rôle paternel construit essentiellement autour des enfants, de leur soin, de leur éducation et non pas autour de leur vie professionnelle ou leur rôle de breadwinner. Ce résultat est contraire à ce qui a été montré jusqu'ici dans la littérature (e.g : Brandth & Kvande, 2015 ; Moisio, Arnould & Gentry, 2013).

La dimension de sacrifice qui caractérise la consommation familiale assurée par les pères isolés dévoile des caractéristiques qui s'opposent avec la façon dont le comportement des hommes dans la sphère domestique est présenté dans la littérature. En effet, alors que la consommation des pères dans la sphère domestique est considérée comme fonctionnelle, instrumentale, autonome, indépendante et productive (Dahl & Moreau, 2007 ; Moisio, Arnould & Gentry, 2013 ; Press & Arnould, 2011 ; Troye & Supphellen, 2012), le sacrifice qui constitue le fondement de la consommation familiale des pères isolés dévoile une consommation pas du tout autonome mais bien au contraire qui dépend complètement de leurs enfants, de leurs préférences, et de leurs modes de vie.

La cuisine, les achats alimentaires et vestimentaires mais aussi les activités sportives et culturelles constituent des éléments constructifs du rôle paternel des pères isolés. Prendre son temps à faire les courses alimentaires, choisir les meilleures marques de produits, et consacrer du temps à cuisiner, sont autant d'activités qui permettent aux pères isolés de construire leur rôle de père, et d'exprimer leur amour à leurs enfants. Ces aspects ont été jusqu'ici reliés au rôle maternel mais pas paternel (e.g : Miller, 1998 ; Thompson, 1996).

La dimension de sacrifice est particulièrement présente dans les pratiques et le comportement des pères résilients et bricoleurs. Cette dimension est toutefois presque totalement absente dans le discours des pères démissionnaires et dans leur perception du rôle parental. En effet, la notion du sacrifice implique la notion de valeur comme l'explique la philosophe et psychanalyste Anne Dufourmantelle (2011) dans son ouvrage « Eloge du risque ». Selon elle, on ne peut parler de sacrifice que

lorsque l'individu est prêt à abandonner ou renoncer à quelque chose de valeur. Dufourmantelle (2011) souligne ainsi la parenté du sacrifice avec le « sacré ». Le sacrifice est effectué pour une personne ou une cause « sacrée » qui justifie l'abandon de l'objet sacrifié. Pour les pères résilients et certains des pères bricoleurs, ceux qui ont partiellement ou complètement abandonné leur vie professionnelle ou personnelle (les sorties, les activités, etc.), l'enfant semble être le « sacré » qui mérite leurs sacrifices. Ces sacrifices peuvent être de différents types : financier, en reconsidérant leur vie professionnelle, et social en reconsidérant leur rôle de breadwinner, un statut social qui est traditionnellement perçu comme valorisant pour les pères.

Le sacrifice peut représenter un risque social nous dit le philosophe Italien Giorgio Agamben (2009). Selon lui, sacrifier est « un acte subversif qui peut faire sortir l'individu du jeu social ». Nos pères ont fait référence à ce risque social en évoquant le regard de la société. Quand Jean se retrouve le seul homme à récupérer ses enfants de l'école, quand il a l'impression que les mères à l'école l'« évitent » ou le « regardent bizarrement » ou même quand il va faire les courses seuls avec ses enfants. Le risque social engendré par ces sacrifices est aussi un « risque de genre ». En effet, la féminité entretient des relations privilégiées avec le sacrifice notamment dans le cadre du rôle familial où le sacrifice donne à la mère « un horizon de sens à la vie voire même à l'existence » (Dufourmantelle, 2011).

Les pères résilients et bricoleurs qui ont endossé le rôle maternel sont ceux qui sont prêts à prendre ce « risque social », à sacrifier pour le bien-être de leurs enfants. Certains parmi ces pères ont réussi à transformer ce risque en source de fierté : « *Un père qui s'occupe seul de ses enfants (...) les gens trouvent cela génial !* » nous dit Emilios. Quant à eux, les pères démissionnaires en évitant toute fonction perçue comme maternelle, ils évitent ainsi ce « risque social ». La dimension du sacrifice est absente dans leur discours.

1. Reconsidérer sa Vie Professionnelle

Se retrouver seul pour s'occuper des enfants et de la maison, alors que jusque-là les tâches étaient assumées soit conjointement soit essentiellement par la mère a nécessairement une incidence sur l'organisation de la vie quotidienne des hommes et notamment sur l'équilibre entre leurs différentes sphères : professionnelle, familiale et personnelle. La vie familiale devient plus chronophage : il faut rentrer pour aller chercher les enfants à l'école, ou leur faire le repas du soir, ou encore ajouter le passage au supermarché dans la liste des choses à faire dans la journée. On peut donc s'attendre à ce que les pères isolés consacrent un peu moins de temps à leur activité professionnelle. Mais certains vont beaucoup plus loin qu'une simple limitation.

L'une des principales formes de sacrifices effectués par les pères isolés est le sacrifice de leur vie professionnelle. L'investissement de certains pères isolés dans leur vie

familiale, dans la gestion domestique, et dans le soin et l'éducation de leurs enfants, semble être prioritaire et cette priorité se répercute sur leur vie professionnelle. De nombreux pères isolés interviewés ont réduit les heures de leur travail ou ont dû adapter leurs horaires de travail à ceux de leurs enfants. Selon l'activité pratiquée et les possibilités offertes par le statut professionnel du père, cette réduction va prendre plusieurs formes : adaptation des horaires, limitation des heures travaillées (et donc de la rémunération ainsi que des possibilités de promotion), voire dans quelques cas, choix d'une autre forme d'activité plus compatible avec le soin des enfants.

Le cas de Gilbert illustre cette adaptation : il est infirmier et il a dû réduire ses heures de travail pour s'occuper de sa fille Adèle pendant les semaines où sa garde est à sa charge. Gilbert, qui a la garde alternée d'Adèle, travaille une semaine sur deux. Les semaines où Adèle est chez sa mère, Gilbert est à temps plein au travail. Alors qu'il reste à la maison pendant les semaines où il a la garde d'Adèle.

« Quand la petite est là, il est impossible de travailler. Il faut s'occuper de son réveil le matin pour aller à l'école, de son petit déjeuner, d'aller à l'école, et ensuite la chercher l'après-midi. Ensuite, les devoirs, le dîner, tout ça. Et puis, après il y a les courses à faire, le ménage, la vaisselle, tout ça. » Gilbert, 40 ans.

D'autres pères ont choisi d'arrêter de travailler complètement à l'extérieur et de se consacrer pleinement à leurs enfants. Il s'agit souvent des pères qui ont la garde permanente de leurs enfants. C'est le cas d'Omar, qui a la garde permanente de son fils et qui est passé à mi-temps au travail dans un premier temps. Ne pouvant plus beaucoup compter sur sa sœur, Omar a choisi ensuite d'arrêter sa forme initiale d'activité (vente sur les marchés). Désormais, il achète et revend de la marchandise sur internet depuis son domicile, afin d'être toujours présent à la maison. Mais l'occupation principale d'Omar demeure son travail domestique. Nos observations au domicile d'Omar confirment ce grand investissement dans les tâches ménagères : la maison est bien tenue, rangée. Il consacre beaucoup de temps à la comparaison des prix des produits alimentaires ou vestimentaires, il recherche des offres de promotion dans les différents magasins, tout ceci reflète un grand investissement dans l'achat familial et la cuisine.

« Je ne pouvais plus trop compter sur ma sœur. Elle avait de plus en plus de responsabilités avec sa famille et ses enfants. C'était compliqué pour moi à la fin de jongler entre le travail et les horaires de l'école de Marouane. Du coup, j'ai arrêté de travailler. Maintenant j'achète des trucs sur internet et je les revends. (...) Des portables, des équipements électroniques, tout. Cela me permet de m'occuper de Marouane, de l'emmener à l'école et de travailler quand je peux. Comme ça, je peux aussi cuisiner quand je veux et aller faire les courses quand il faut. Je suis libre maintenant. » Omar, 39 ans

Le cas de Karim est proche de celui d'Omar : lui aussi a adapté son activité professionnelle de commerçant extérieur pour pratiquer à la maison. Armando a

quant à lui pris un congé parental et réduit ses dépenses en fréquentant des hard-discounters plutôt que des magasins traditionnels.

D'autres pères, sans abandonner leur activité professionnelle, ont dû réduire les heures de travail : Bertrand, enseignant, a limité les heures complémentaires même s'il appréciait le confort matériel qu'elles procuraient. Charles a réduit ses heures d'activité comme agent de sécurité pour assurer les conduites à l'école.

Le nouvel équilibre entre vie familiale et vie professionnelle est parfois difficile à trouver. Le cas de Jean l'illustre. Jean est un père qui était très impliqué dans sa vie professionnelle de cadre intermédiaire dans un centre d'appels, qui lui demandait effort et investissement. Il a cependant arrêté son activité professionnelle d'abord partiellement après la naissance de ses enfants puis complètement après sa séparation de son ex-épouse. Il est aujourd'hui père-au-foyer et père isolé. Il apparaît que Jean n'a pas pu faire face à la pression du travail et à celle du foyer lorsque cette dernière est devenue trop forte. Cette tension semble s'être traduite par une période de maladie et de dépression. Il est aujourd'hui licencié, après de période d'arrêt pour longue maladie. Le discours de Jean montre d'une manière très explicite que renoncer à sa vie professionnelle et donc l'abandon de son rôle de breadwinner pour adopter un rôle plus affectif est perçu comme un sacrifice important. Pour lui, rester à la maison n'est pas une véritable activité : « *bah ça ne me motive pas de rester à la maison à rien faire. Déjà ce n'est pas forcément montrer le bon exemple aux enfants* ». Un sacrifice qu'il vit bien tout de même.

« Je suis papa poule dans ma tête je me suis toujours dit que quand j'aurai des enfants, ce sera ma chair et ce sera eux qui passeront avant toute chose. Et maintenant ça s'est défini, j'ai perdu mon emploi, à la fois mes problèmes de santé par rapport à ceux de Marion, là je ne recherche pas systématiquement parce que bon il leur faut une stabilité déjà de règles définies, c'est ça ce que je recherche c'est leur bien-être avant le mien en fin de compte » Jean, 32 ans.

Tous les pères, même investis, ne procèdent cependant pas au sacrifice de leur activité professionnelle. Le sacrifice se porte sur un autre terrain. Ainsi Emilios (vétérinaire), Alexis (chef d'entreprise) ou encore Loic (chef de travaux) n'ont pas diminué leur activité ; par contre, ils consacrent désormais à leurs enfants un temps beaucoup plus important, au détriment de leurs loisirs. Le cas de Loic illustre de sacrifice. Loic avait continué à mener des activités sportives et à sortir beaucoup tant que sa femme était présente au foyer, au détriment de sa vie familiale. Aujourd'hui, il essaie de passer du temps à la maison, quitte à recourir au marché pour limiter le temps consacré aux tâches ménagères. Même Sylvain, le poissonnier si impliqué dans sa réussite professionnelle, à laquelle il a sacrifié pendant longtemps sa vie de famille, a choisi de passer plus de temps avec ses enfants, même si son incompétence dans les tâches ménagères le rend incapable d'assumer la plupart d'entre elles.

La dimension de sacrifice est ainsi très sensible dans la modification de hiérarchie qui s'opère chez les pères isolés résilients ou bricoleurs. Chacun renonce à une partie de ce qui faisait sa vie et sa fierté avant la séparation : sa carrière professionnelle, ses loisirs ou même son bien-être. C'est le cas de Bertrand qui n'hésite pas à offrir une table bien garnie à ses enfants lorsqu'ils reviennent après une semaine passée chez leur mère, alors qu'il s'est fixé un objectif de repas à « 1 euro par jour » lorsqu'ils sont chez cette dernière, afin de tenir le budget.

L'incidence du sacrifice des pères sur la consommation est plus particulièrement développée dans le paragraphe suivant.

2. Mettre les Enfants au centre de la consommation

L'un des principaux éléments qui illustrent le sacrifice et l'abnégation des pères isolés est leur consommation familiale et la façon dont elle est assurée par ces pères. En effet, la consommation familiale assurée par les pères isolés interviewés est une consommation principalement construite autour de l'enfant. Dans les courses alimentaires, vestimentaires ou même les activités sportives et culturelles, ce sont les enfants qui sont prioritaires : leurs goûts, leurs disponibilités et leurs préférences.

Les pères isolés sont le plus souvent considérés comme moins défavorisés financièrement que les mères isolées (Mallaval, 2017). Certains d'entre eux sont tout de même défavorisés financièrement. Cette situation défavorable résulte en partie de la perte de revenus pour ceux dont les ex-épouses travaillaient, perte à laquelle s'ajoute la charge des avocats et des procédures de divorce pour ceux qui étaient mariés. En effet, plusieurs pères isolés interviewés ont évoqué leurs ressources financières limitées et ont souligné qu'ils ont dû « se serrer la ceinture » après leur séparation pour reprendre les termes d'Eric.

Malgré leurs ressources financières limitées et des charges de plus en plus importantes dues à des procédures de divorce généralement très coûteuses, les pères isolés qui tendent à économiser dans leurs dépenses veillent à ce que leurs économies ne soient pas réalisées au détriment de la qualité des produits alimentaires achetés pour leurs enfants ou même au détriment de la qualité des vêtements achetés pour leurs enfants.

Acheter les meilleures marques de produits alimentaires ou même vestimentaires pour leurs enfants au détriment de la qualité des produits qu'ils achètent pour eux-mêmes, est leur façon d'exprimer leur amour pour leurs enfants et leur moyen d'assurer qu'ils prennent soin de leurs enfants de la meilleure façon possible.

C'est le cas de Jean qui depuis qu'il est père-au-foyer se retrouve avec des ressources financières extrêmement limitées d'autant plus qu'il doit subvenir seul aux besoins de ces deux enfants : Jérémy (6 ans) et Axelle (4 ans) car malgré la pension alimentaire versée par son ex-épouse, ses ressources financières demeurent très insuffisantes. Jean, qui est devenu un « smart shopper » et qui consacre une bonne partie de sa journée pour flairer les bonnes promotions, veille à ce que ces bonnes affaires ne soient pas préjudiciables à la qualité des produits achetés pour ses enfants.

Pour sa propre consommation, il axe son raisonnement d'achat sur le prix. Son but est d'acheter le moins cher, quitte à ce que ce soit des MDD. Quant aux achats pour ses enfants, le critère d'achat de Jean est plutôt la qualité que le prix. C'est l'un des moyens pour lui de prendre soin de ses enfants, d'exprimer son amour envers eux et d'accomplir son rôle de père. Acheter une marque de qualité pour ses enfants et éviter les marques de premier prix est aussi un moyen de montrer qu'il prend soin de ses enfants mieux que son ex-épouse. La consommation sert donc à affirmer une supériorité sur la mère absente.

«Je fais toujours mes courses en ayant le souci de rentabilité, d'économie, à flux tendu, c'est vrai que acheter quelque chose d'impulsif au prix fort ce n'est pas dans mes habitudes. (...) Pour les enfants, je suis plus sûr de la qualité on va dire des produits que j'achète pour eux, parce que mes enfants ont très rapidement plus voulu du lait en poudre type Gallia ou autre et on les a mis au lait de bouteille sauf qu'au départ Lucile (son ex-épouse) achetait du lait premier prix et moi j'ai toujours dis bah c'est du bas de gamme, au moins pour les enfants on va prendre du enrichi en vitamine D ou autre. » Jean, 32 ans

Le cas de Bertrand illustre très bien également le sacrifice financier au niveau de la consommation familiale et des dépenses des pères isolés. La grande différence entre le train de vie et le niveau des dépenses de Bertrand pendant les semaines où il a la garde de ses enfants, et celles où il est seul montre un degré de sacrifices assez élevé. En effet, l'une des raisons du divorce du couple de Bertrand c'était, selon ce dernier, les dépenses importantes et « non-réfléchies » de son ex-épouse. Cela a donc engendré une situation financière très compliquée au sein de la famille de Bertrand. Aujourd'hui, Bertrand a un mode de vie extrêmement précaire pendant les semaines où il vit seul. Pour les achats alimentaires, Bertrand a un seul but ; c'est de dépenser le moins possible. De même, pour les achats vestimentaires, le budget accordé aux achats vestimentaires pour lui est presque négligeable, alors qu'il essaie de répondre au mieux aux attentes de ses enfants en matière de vêtements.

Néanmoins, pendant les semaines qu'il passe avec ses enfants, Bertrand suit un mode de vie très différent de celui pendant qu'il est seul. Bertrand perçoit cela comme un sacrifice financier important pour ses enfants mais cela fait partie de son rôle en tant que père et surtout père isolé dit-il. Quant aux achats vestimentaires des enfants, le budget qui y est consacré est bien plus important que celui des achats vestimentaires de Bertrand.

« Quand les enfants ne sont pas là, mon but c'est d'arriver à 1 euro par jour. Je mange tout ce qui reste de la semaine des enfants. Je vide tout ce que j'ai dans mon placard. Je mange du pain, du lait, de la salade et des œufs. J'arrive à tenir avec à peu près 1 euro par jour comme ça. Une boîte d'œufs, une salade, comme ça. Voilà. Je survois. Je ne le vis pas mal parce que pour moi c'est une victoire de boucler mon budget sans que cela soit au détriment des moments passés avec mes enfants. Je ne veux pas qu'ils manquent de quoi que ce soit. Je suis leur père et je dois assumer. (...) Je récupère les enfants tous les vendredi soir en général, et là c'est « open bar ». Tout est permis : c'est apéro, coca, enfin du jus, ensuite pizzas, boissons, enfin c'est open bar quoi ! C'est un moment à passer avec les enfants, de les revoir et de discuter de la semaine. Ça commence à 19h et on enchaîne l'apéro avec le diner jusqu'à 23h (...) J'ai appris à faire des choses qui sont simples à faire, qui plaisent aux gamins, et qui sont équilibrés surtout. Je fais attention quand même à ce qu'ils mangent, maintenant je suis plus à l'aise avec la cuisine et je me débrouille bien. Ma mère me donne des idées de plats équilibrés avec de la viande, des légumes, elle me conseille des marques de qualité pour les enfants. » Bertrand, 43 ans

D'autres modifications radicales de comportement, qui peuvent s'apparenter à des sacrifices sont également constatés dans les modes d'alimentation. Certains pères isolés sont prêts à modifier en profondeur leurs habitudes alimentaires pour leurs enfants, alors que cela leur coûte manifestement. Ces pères prennent ainsi leur temps d'apprendre des nouvelles recettes à la demande de leurs enfants.

Depuis son divorce, Gabriel accorde une grande importance au temps passé avec sa fille Elisa (16 ans) et aux activités partagées avec elle. De même, il a adapté ses habitudes de consommation pour le seul « plaisir » de sa fille.

« Par exemple, moi je suis très traditionnel en matière de bouffe, traditionnel français je veux dire, et un jour au supermarché, elle me dit « tiens papa, pourquoi tu ne me fais pas de fajitas ?! » (...) Elle m'a expliqué un petit peu, elle a réussi à me convaincre ! On a fait des fajitas, et j'ai mangé ça avec elle ! Depuis, on en fait de temps en temps. (...) Avec moi, elle fait beaucoup de choses qu'elle ne fait pas avec sa mère. Par exemple, ma fille est une grosse fan de One Direction. Je me suis tapé deux concerts, un à Paris et un deuxième à Bruxelles. Là, où tu te dis mais qu'est-ce que je fais là quoi ! (rire) On a dû prendre un hôtel parce que le concert finissait tard. Vous

voyez, ça, je ne pense pas que sa mère serait prête à le faire. J'ai été aussi plusieurs fois avec elle à des parcs d'attraction. A mon âge, bon... Mais c'est pour ma fille, pour lui faire plaisir. » Gabriel, 49 ans

L'exemple de Gabriel illustre une autre facette du sacrifice du père. Pour certains, aller jusqu'au sacrifice – de sa vie professionnelle, de son temps de loisirs ou de ses goûts alimentaires – s'inscrit dans une forme de compétition. Il s'agit de montrer qu'en ce domaine, le sacrifice consenti est supérieur à celui que l'ex-épouse ou la mère de l'enfant réalisait. Plusieurs pères ont ainsi laissé entendre que grâce au sacrifice, ils faisaient mieux que leur ex.

Pour d'autres, on peut se demander si le sacrifice consenti ne s'inscrit pas plutôt dans une perspective de rédemption. Pour Sylvain, Loïc ou même Alexis, qui reconnaissent avoir consacré trop peu de temps à leur progéniture tant que la mère était à la maison, le temps passé avec les enfants peut être vu comme un moyen de se racheter de leur absence antérieure. Cette notion de rédemption invite à approfondir les implications de cette référence au sacrifice.

Tout d'abord, le sacrifice s'apparente au sacré. Le sacrifice sanctifie ce pour quoi il est consenti : à travers le sacrifice du père, c'est donc l'enfant qui devient sacré. Le sacrifice envers les enfants n'est certes pas nouveau : le jugement de Salomon décrit dans la Bible met déjà en évidence le sacrifice de la mère, qui préfère accepter de voir son enfant vivant et loin d'elle que mort et reconnu comme son fils. Mais le sacrifice du père envers son enfant n'est pas mis en scène. Bien au contraire, Agamemnon est prêt à sacrifier sa fille Iphigénie pour donner aux grecs un vent favorable qui les poussera vers Troie. Par ailleurs, le sacrifice permet de rentrer en contact avec la ou les divinités, il permet d'instaurer une forme de dialogue. C'est au cours du sacrifice d'Isaac que Dieu s'adresse à Abraham pour lui exposer les nouveaux modes de relations à instaurer entre lui et son peuple (la même scène est présente dans le Coran avec cette fois Ibrahim et Ismaël comme principaux protagonistes). D'une manière générale, les sacrifices mis en évidence dans les diverses religions impliquent un statut particulier pour celui qui réalise le sacrifice : prêtre, chaman, ou encore chef. Être celui qui réalise le sacrifice offre donc un statut, et plus précisément un statut supérieur. Dans cette perspective, le père qui se sacrifie acquiert ainsi un statut supérieur. La question reste posée de savoir si ce statut est avant tout ressenti au sein de la famille ou s'il présente une dimension plus sociale, qui permettrait au père qui se sacrifie d'être reconnu socialement.

D'une manière générale, l'idée de sacrifice apparaît bien comme au centre de la maternité. Lorsqu'il y a une forme de sacrifice, cela signifie que le père a décidé d'assumer le rôle de la mère, en prenant en charge les tâches qui lui reviennent traditionnellement. Les pères démissionnaires sont ceux qui refusent le sacrifice et tentent d'échapper aux charges maternelles, même lorsque ce refus rend leur vie et la vie de leurs enfants difficile. En s'appropriant le sacrifice, le père s'approprie le statut de mère.

Une fois ce statut acquis, reste à en intégrer les diverses dimensions ; c'est ce que la consommation familiale va permettre. Elle sera le terrain, le champ de ressources qui va permettre au père, à partir de son nouveau statut, de donner un contenu à ce rôle.

Section 2 : La Consommation Familiale pour un Nouveau Père

La séparation change manifestement la manière dont les pères isolés vivent leur paternité et l'exercent. Le dépassement, le manque de temps, le jonglage de certains entre leur vie professionnelle et la gestion domestique, le cumul de rôles, devoir assurer des tâches que leurs ex-épouses assuraient, tout cela pousse les pères isolés à vivre leur paternité et à la percevoir d'une manière différente et aboutit à des changements considérables dans leur organisation quotidienne et dans leurs priorités.

Les pères isolés cherchent également à changer leur image en tant que père envers la société d'une manière générale, et vis-à-vis de leurs enfants plus particulièrement. Ils veillent à accomplir leurs missions de la meilleure manière possible. Le « nouveau père » que les pères isolés résilients et bricoleurs cherchent à devenir, est un père qui est beaucoup plus présent au niveau du foyer et dans la vie de leurs enfants. Ainsi, ce nouveau rôle paternel consiste en partie à s'investir plus dans les tâches ménagères et les achats familiaux. Le nouveau rôle paternel consiste principalement à nouer de nouvelles relations avec leurs enfants afin d'être plus proches de leurs enfants et plus présents dans leur vie.

Alors que la littérature montre le rôle de la consommation et du shopping dans la (re)construction du rôle maternel (e.g. Miller, 1998 ; Otnes, 2005 ; Otnes, Lowrey & Kim, 1993 ; Otnes & McGrath, 2001), notre recherche montre que la consommation familiale, les courses alimentaires et vestimentaires, les activités de loisirs constituent des éléments de reconstruction du rôle paternel chez les pères isolés interviewés. Ce sont des moyens mobilisés par les pères isolés afin de se réapproprier un nouveau rôle paternel. Un rôle idéalisé et qui ne semble pas être facile à atteindre.

1. Les Courses et la Cuisine pour Reconstruire leur Rôle Paternel

L'investissement des pères isolés dans les tâches domestiques et la consommation familiale révèle une dimension identitaire, qui consiste à reconstruire le rôle de père. En effet, les tâches domestiques et les achats familiaux ne sont pas accomplis d'une manière fonctionnelle comme le montrent plusieurs recherches sur l'investissement des pères dans la sphère domestique (e.g. Banister & Kerrane, 2016 ; Barth & Antéblian, 2010 ; Press & Arnould, 2011). Effectuer les tâches domestiques, faire le ménage, s'occuper de ses enfants, cuisiner pour eux, et leur acheter des vêtements, toutes ces activités sont désormais perçues comme faisant partie de leur rôle paternel.

En outre, assurer les achats familiaux et les tâches domestiques sont des moyens mobilisés par les pères isolés afin de reconstruire leur rôle paternel après le divorce

et notamment après l'obtention de la garde de leurs enfants. Cela les aide à s'approcher le plus possible de l'image du « père idéal ».

Le nouveau rôle paternel est donc en partie endossé par les pères isolés à travers leur investissement dans la sphère domestique. Investir dans la qualité des produits alimentaires ou vestimentaires achetés pour leurs enfants, dans le temps passé à cuisiner pour eux et dans la qualité et la variété des plats cuisinés et même dans les efforts consentis pour prendre soin de leurs enfants, est une façon d'exprimer leur amour envers leurs enfants et sont considérés par ces pères comme des fonctions faisant partie de leur rôle de père.

Dans le cas d'Armando, il s'agit d'une évolution plus que d'une révolution. Armando s'est toujours beaucoup investi dans les courses alimentaires et la cuisine ainsi que dans le soin de son fils même avant son divorce, mais il accomplit désormais ces tâches avec plus de plaisir et de passion, bien qu'il les ait toujours considérées comme des fonctions relevant de son rôle de père.

« Quand j'ai pris le congé parental, même avant, comme c'était sa mère qui était en congé de maternité, j'étais toujours là pour changer les couches, j'adorais le changer, lui donner les bains, c'était quelque chose que je faisais avec beaucoup de plaisir, et aussi quand je voyais comment sa mère elle s'en fichait complètement, donc il fallait tout assumer, et essayer d'occuper le petit, de tenir le regard avec lui. (...) Pareil, pour la cuisine, moi je ne comprends pas comment elle n'aimait pas du tout aller faire les courses ou même cuisiner pour son fils. Moi j'adore faire les courses pour mon enfant, lui acheter ce qu'il aime, cuisiner ses plats préférés. Même si cela prend parfois trop de temps, parce que bon parfois quand on rentre à 19h après grosse journée de boulot ce n'est pas toujours évident, et bien tant pis ! C'est mon fils, c'est ma chair. Faire les courses avec mon fils est aussi un énorme plaisir. Lui acheter un t-shirt, un jouet, un jeu de société. » Armando, 34 ans

Alors que l'utilisation de certains produits ou même de certaines marques par les mères, est attribuée à l'image de la « mère idéale » (Douglas, 1994), les pères isolés accordent une importance à la qualité des produits achetés pour leurs enfants. Les pères semblent accorder une importance particulière aux marques. Certaines marques peuvent être perçues comme garantissant la meilleure qualité pour un meilleur confort des enfants. L'achat de certaines marques ou de certains produits signifie pour ces pères s'occuper de la meilleure manière possible de leurs enfants et donc accomplir leur rôle paternel de la meilleure façon possible.

« Pour mon fils, je ne prends que la meilleure qualité. Par exemple, pour les couches je ne prenais que Pampers. C'est le plus cher, mais c'est la meilleure qualité sur le marché. Une fois je lui ai acheté des couches pas chères de la marque Intermarché, le petit était irrité très rapidement, ça se remplissait trop vite, donc je l'essuyais tout le temps. Il était très inconfortable et irrité. Au final, je me suis rendu compte que je dépensais plus de couches avec des couches de bas de gamme. C'était la seule fois que j'ai acheté des couches pas chères. Sinon, j'ai toujours acheté des couches Pampers déjà

pour son hygiène personnelle et puis pour son confort. C'est toujours de la qualité, les meilleures marques. Pour les vêtements, c'est toujours du 100% coton de chez Benetton, même le gel du petit, je vais chez le coiffeur pour l'acheter, et choisir quelque chose de bien. » Armando, 34 ans

Les courses familiales et les tâches domestiques semblent donc être vécues par les pères isolés comme des éléments constructifs de leur rôle paternel et semblent être accomplies d'une manière qui s'oppose avec la façon dont la littérature décrit l'investissement des pères dans la sphère domestique comme des « athlètes », des « scientifiques » ou même comme des « artistes » comme le suggèrent certaines études (e.g. Szabo, 2009). Réaliser l'achat familial et les tâches domestiques n'est pas vécu comme une profession, comme le suggèrent Klasson et Ulver (2015), mais s'inscrit plutôt dans une approche affective, lié au rôle nourricier et aux soins des enfants, présentés dans la littérature comme faisant partie du rôle de la mère (e.g. Gentry & McGinnis, 2003 ; Kaufmann, 1997 ; Thompson, 1996). Néanmoins, ils sont considérés par nos interviewés comme faisant partie de leur rôle de père.

Le changement dans la manière dont Eric assure la cuisine et les courses alimentaires après son divorce illustre cette dimension affective. Il n'y avait pas d'affectif dans son comportement d'achat tant que son ex-épouse était au foyer. Les tâches étaient partagées d'une manière assez genrée entre lui et son ex-épouse. Avant le divorce, son rôle de père se manifestait principalement dans le rôle de breadwinner, et son investissement au sein de la sphère intérieure se limitait au bricolage et aux activités avec ses enfants, avec des incursions exceptionnelles dans la cuisine et les courses alimentaires qu'il accomplissait d'une manière assez fonctionnelle. Eric perçoit aujourd'hui la cuisine et les courses alimentaires d'une manière complètement différente après son divorce et après avoir eu la garde de ses enfants. Il semble apprécier ces activités et peut même se féliciter de les réaliser correctement.

De plus, Eric adoptait un rôle plutôt autoritaire vis-à-vis de ses enfants. Un rôle traditionnellement attribué aux pères (Dupont, 2016). Eric affirme qu'il se trouvait obligé d'assurer ce rôle pour équilibrer le rôle très protecteur et affectif assuré par son ex-épouse. En outre, le contraste entre l'investissement d'Eric dans les tâches domestiques pendant les semaines où il a ses enfants à sa charge et celles où il est seul permet d'identifier deux approches opposées. Lorsqu'il est seul, les tâches domestiques, la cuisine et les courses sont effectuées dans une logique fonctionnelle, sans grande organisation, et dans une optique de gain de temps. Cependant, pendant les semaines que les enfants passent avec lui, l'importance accordée à ces tâches semble être bien plus grande. Eric devient bien plus exigeant sur la qualité des produits achetés, sur la variété des plats cuisinés et bien plus organisé dans sa façon de faire les courses alimentaires.

« Avant (avant le divorce) je ne cuisinais que rarement même si je trouve qu'elle cuisinait très mal. Elle est vraiment nulle en cuisine en fait ! Pareil pour le ménage. Elle est vraiment hyper bordélique ! Mais je t'avoue que je ne faisais pas trop le

ménage alors que je trouvais qu'elle le faisait très mal. Parce qu'à un moment, elle, elle est restée un bon moment à la maison et moi je travaillais. Donc les choses fonctionnaient comme cela. Donc oui, tu peux dire qu'il y avait une sorte de répartition sexuée des tâches. (...) Maintenant tout a changé. J'aime bien cuisiner pour mes enfants. Quand ils sont là, je cuisine bien. Je veux dire, je ne veux pas que mes gosses bouffent n'importe quoi. Je cuisine des plats bien équilibrés, du riz, des légumes, de la viande, du poisson, très peu de pâtes, pas de trucs bizarres là, les nuggets tout ça jamais. On fait une liste, les enfants et moi, on note dès qu'il y a un truc qui manque. (...) Et puis ils sont grands maintenant. On va ensemble tous les samedis des semaines qu'ils sont là pour faire les courses. C'est aussi l'occasion de passer un après-midi ensemble (...) Je suis content d'assurer cette dimension affective et de ne plus devoir faire le flic tout le temps comme avant. » Eric, 35 ans

Les derniers mots d'Eric nous invitent à nous pencher plus précisément sur la manière dont les activités liées à la consommation à l'établissement de nouveaux modes relations avec les enfants.

2. Le Shopping et les Activités de consommation comme base pour de Nouvelles Relations avec les Enfants

Le nouveau rôle paternel que les pères isolés cherchent à avoir ne se limite à assurer techniquement l'éducation et à prendre en charge matériellement le soin aux enfants comme nous avons pu le voir précédemment. Il consiste aussi à créer de nouvelles relations avec leurs enfants. En effet, même si ces pères préfèrent que leurs enfants restent à l'écart du divorce, des problèmes qu'ils rencontrent avec leurs ex-épouses, et des tensions qui s'ensuivent, le divorce affecte tout de même les relations des pères avec leurs enfants à des degrés différents. L'enfant se trouve en effet bien souvent au centre des conflits et objets de pression. Les enfants sont parfois les récepteurs de campagne de dénigrement de l'un des conjoints envers l'autre. L'image que les enfants se font de leur père peut s'en trouver brouillée ou détériorée.

Dans cette ambiance parfois tendue, les pères cherchent à rétablir de nouvelles relations avec leurs enfants, notamment en passant plus de temps avec eux et en pratiquant plus d'activités avec eux. A cet égard, le shopping, la cuisine, les moments partagés à table et les activités, sont des moyens mobilisés par les pères isolés afin de redécouvrir leurs enfants et rétablir des nouveaux liens avec eux.

Les achats familiaux et la gestion domestique contribuent à la construction du corpus familial (Epp & Price, 2008) de ces nouvelles familles monoparentales créées suite à la séparation, et contribuent à la création de leur nouvelle identité (Barth & Antéblan, 2010). En faisant du shopping et des activités ensemble, les enfants redécouvrent leur

père et de même les pères redécouvrent leurs enfants et créent des liens plus intimes avec eux. Alors que de nombreuses recherches en marketing mettent en avant le rôle de la consommation dans la construction (Miller, 1998), l'expression (Thompson, 1996) et l'actualisation (Otnes, Lowrey & Kim, 1993) du rôle maternel, et en continuité avec la notion de (re)construction du rôle paternel étudiée précédemment, notre recherche met en relief le rôle de la consommation familiale dans l'expression et l'actualisation du rôle paternel des pères isolés.

Sylvain est par exemple un père qui s'est toujours beaucoup investi dans son travail, souvent au détriment des moments passés et des liens avec ses deux filles. C'était d'ailleurs l'un des comportements que son ex-épouse lui reprochait le plus, et selon lui, l'une des causes principales du divorce. Après avoir passé quelques temps avec leur mère, les deux filles de Sylvain âgées de 18 et 17 ans ont décidé de revenir chez lui pour vivre en permanence avec leur père. Sylvain a voulu compenser toutes les années où il n'était pas très présent pour ses filles. Faire du shopping avec elles a été l'un des moyens de se rapprocher de ses filles et de les redécouvrir en créant de nouveaux liens plus forts et plus intimes.

« Elle (son ex-épouse) s'occupait entièrement de la maison. (...) Elle me reprochait souvent de ne pas être présent assez souvent à la maison, de ne pas garder de temps en temps les enfants, s'en occuper, de n'avoir même tout simplement une fois changé la couche c'est quelque chose qu'elle me reprochait. (...) Quand les filles ont décidé de venir vivre avec moi, bon bien sûr je devais accueillir mes enfants, j'ai dû racheter des lits, racheter tout ce qu'il faut à la maison, les casseroles, les couverts, tout ce qu'il fallait, et ce qu'il s'est passé c'est que les enfants ont appris à me connaître. On faisait cela ensemble, on allait choisir ce qu'il fallait dans ma maison tous ensemble. (...) J'ai aussi appris à connaître mes enfants quand on décide quel menu pour tel jour, et à apprendre aussi à faire les choses que les enfants décident. » Sylvain, 43 ans

Quant à Philibert, bien que père démissionnaire qui s'était très peu investi dans la sphère domestique avant le divorce comme après l'obtention de la garde alternée de sa fille, il essaie désormais de compenser son manque de compétences en matière de cuisine et de tâches domestiques en pratiquant de plus en plus d'activités avec sa fille Tiphaine (12 ans). Philibert trouve que les activités qu'il effectue avec sa fille ainsi que les moments qu'il passe avec elle à faire du shopping, contribuent à créer une complicité entre lui et sa fille. Une complicité qui, alors que son ex-épouse accomplissait de manière presque parfaite les tâches domestiques, lui semble inexistante entre cette dernière et sa fille. Après le divorce, Philibert accorde de plus en plus d'importance à ces activités et au temps passé avec Tiphaine dans les magasins. Il semble que les magasins soient un lieu propice aux échanges entre le

père et la fille. Pour lui, c'est un moyen de garder un lien fort avec sa fille surtout après son retour chez sa mère.

« Je ne vais pas critiquer mon ex-femme, mais on a beaucoup plus de complicité ma fille et moi qu'avec sa mère. Pourtant on dit que les filles ont beaucoup plus de complicité avec leur mère, mais pour le coup je ne pense pas que c'est le cas. Ce n'est pas le cas pour l'instant. (...) Je connais très bien mon ex-femme. C'est très propre chez elle, c'est nickel, elle s'occupe très bien de sa fille, elle cuisine nickel, la lessive nickel, mais il n'y a pas la petite complicité, je ne sais pas. On dit la petite complicité entre les mères et les filles, et bien là il n'y en a pas. Ce n'est pas une femme qui va prendre sa fille dans ses bras ou s'il y a un souci par exemple. Pour elle, son rôle de maman c'est qu'elle fasse à manger, que tout soit propre, point c'est tout. (...) Cette complicité Tiphaine l'a plus avec moi, parce que moi je déconne souvent avec elle, il y a plus d'affinité qui se lie, une moindre bricole va rester, le moindre truc qu'on va faire ensemble va rester dans le temps. Sa mère est assez casanière. Elle ne sort pas beaucoup. Elle reste beaucoup enfermée. Elle ne fait pas grand-chose avec sa fille. Moi je trouve qu'elle ne fait pas assez de choses avec elle. Alors qu'avec moi, on va faire des trucs dehors, on va se balader dans un parc, faire du roller, du vélo. Elle aime bien sa mère hein, il ne faut pas dire n'importe quoi. Je ne vais pas dire qu'elle n'aime pas sa mère. Ce n'est pas vrai. Mais elle fait beaucoup plus d'activités avec moi. On va faire du bowling, on va au ciné, on fait du roller en ville quand le temps le permet. Des petites sorties simples. On va au centre commercial, on fait deux trois courses, on fait les magasins ensemble, et on entre à deux. Ce sont des petites choses toutes simples mais ce qui fait qu'on fait des choses ensemble. Des choses qu'elle ne fait pas avec sa mère. » Philibert, 41 ans

Section 3 : Multiples Masculinités, Multiples Paternités

Nous avons donc jusqu'ici identifié différents profils de pères isolés, puis nous avons présenté les différentes façons qu'ils ont élaborées pour faire face à leur situation et assurer la consommation familiale. Nous avons souligné le rôle important que la consommation joue dans la construction de l'identité des familles monoparentales dirigées par un homme et dans la reconstruction du rôle paternel de ces derniers. Notre recherche nous conduit maintenant à mettre en relief de multiples formes de paternités vécues et exercées par les pères isolés. Ces différentes formes de paternités sont jusqu'ici peu mises en avant dans la littérature en marketing et comportement du consommateur comme dans les travaux en sociologie.

En parallèle avec la notion de multiples masculinités élaborée par Connell (2005), notre recherche illustre de multiples paternités que le cas des pères isolés permet d'identifier plus facilement. Ces multiples formes de paternités peuvent être également vécues et exercées par le même père. En effet, certains pères jonglent entre deux modes de vie en fonction de la présence ou l'absence de leurs enfants. Le comportement de consommation de ces pères permet de comprendre la différence entre ces différents modes de vie. Alors que la consommation de certains pères est principalement construite autour de leurs enfants comme nous avons pu le souligner précédemment, certains d'entre eux ont recours à la consommation rebelle (Holt & Thompson, 2004) mettant ainsi en avant leur identité de genre par rapport à leur identité de rôle. Le recours à la consommation rebelle a été également constaté par Coskunner-Balli et Thompson (2013) chez les pères-au-foyer.

Néanmoins, alors que la recherche de Coskunner-Balli et Thompson (2013) met l'accent sur les difficultés identitaires vécues par les pères-au-foyer suite à la situation d'inversion de rôle, notre recherche indique que la plupart des pères ne manifestent pas de tensions identitaires particulières liées aux tâches ménagères et assument parfaitement l'accomplissement des tâches domestiques et des achats familiaux traditionnellement liés au rôle de la mère et perçus comme féminines. En effet, à l'exception de certains pères démissionnaires, les pères isolés interviewés ne semblent pas vivre de difficultés identitaires liées à leur situation. Bien au contraire, assurer seul le rôle de la mère et du père est vécu comme source de fierté et un élément positif de l'estime d'eux-mêmes.

Cela rejoint la notion des multiples paternités que nous avons pu souligner précédemment en mettant en avant une version féminine de la paternité assumée voire même vécue comme une source de fierté. La version féminine de la paternité

qui est très peu évoquée dans la littérature, montre une transformation dans la signification de la paternité et trace de nouvelles frontières entre le rôle paternel et le rôle maternel. Pour ces pères qui assurent des tâches traditionnellement liées au rôle maternel, et qui assument la version maternelle et féminine de leur paternité, le père idéal est un père qui est bien différent de l'image construite par les stéréotypes de rôle et de genre qui continuent vraisemblablement, d'après la littérature, à socialiser les hommes dans une logique hétérosexuelle (Connell, 2005) et les imprègne dans la forme traditionnelle de la masculinité (Östberg, 2012).

1. Le Recours à la Consommation Rebelle

L'une des formes de consommation qui caractérise l'identité masculine est la consommation rebelle (Holt & Thompson, 2004). Cette dernière permet aux hommes post-modernes de s'évader et de se libérer de leur « soumission » à la bureaucratie et aux normes de la société, en pratiquant des activités plus « masculines », « libres » voire même « viriles ». L'étude de Holt et Thomson (2004) présente la consommation rebelle comme un moyen pour les pères de se libérer de leur rôle de breadwinner, principaux responsables de leurs familles au plan financier mais aussi protecteur. En ayant recours à la consommation rebelle, les hommes pratiquent des activités viriles et parfois risquées voire même irresponsables afin de revivre la domination masculine. C'est notamment le cas avec la conduite des Harley Davidson, l'exemple étudié dans cette recherche.

Par ailleurs, les pères-au-foyer semblent de même avoir recours à la consommation rebelle afin de résoudre leurs difficultés identitaires liées à leur situation d'inversion de rôles, comme le montre la recherche de Coskunner-Balli et Thompson (2013). Le fait que ces pères restent au foyer à s'occuper des tâches domestiques et de la consommation familiale, alors que leurs épouses travaillent et assurent le rôle de breadwinner, les fait éprouver une transgression sociale qu'ils essayent de résoudre en ayant recours à la consommation rebelle. D'autres recherches en comportement du consommateur vont dans le même sens et montrent que les hommes qui consomment des produits ou qui ont recours à des services perçus comme féminins tels que les produits cosmétiques ou les produits de ménage, éprouvent une transgression sociale car ils se retrouvent dans une situation opposée aux normes et aux stéréotypes sociaux correspondant au genre masculin (Boye, 2008 ; Coskuner, 2006 ; Duvander, Ferrarini & Johanson, 2015).

Nous retrouvons ces mêmes comportements chez les pères isolés, certains ont tendance à avoir recours à une consommation rebelle après leur divorce et pendant

des périodes limitées, comme les jours où leurs enfants sont avec leurs ex-épouses. En effet, la consommation de ces pères qui est principalement construite autour de leurs enfants, met en avant leur identité de père, au détriment de leur identité de genre en tant qu'hommes. Ainsi, des moments passés entre amis dans des lieux qu'ils fréquentaient pendant leurs années de célibat comme des bars et des boîtes de nuit, leur permettent de remettre en avant leur identité de genre en tant qu'homme, ne serait que pendant quelques heures ou une soirée, et ce, d'autant plus qu'ils sont célibataires.

Cependant, le recours à la consommation rebelle n'est pas vécu par les pères isolés interviewés comme un moyen pour résister à une transgression sociale ou pour résoudre des difficultés identitaires, mais plutôt comme un moyen de décompresser face au sentiment de dépassement et à la grande pression qu'ils subissent face à la lourde charge des tâches qu'ils ont à assurer seuls. C'est alors un moyen d'équilibrer leur identité d'homme et leur identité de père.

Jean est un père isolé au foyer qui assume parfaitement les tâches domestiques et qui se décrit comme « très papa poule ». Il ne semble pas rencontrer difficulté identitaire à assurer le rôle de la mère absente, mais exprime le besoin de partir ne serait que pour un week-end, afin de se « recharger les batteries ».

« Etre un père isolé c'est comme si on travaillait 42 heures par semaine sans avoir de jours de repos. J'ai aussi besoin de me ressourcer. L'exemple tout bête c'est d'aller voir des amis sur Amiens pour me décompresser un peu en tant que père. Pas oublier le rôle de père car j'en suis un, mais histoire de changer un peu. (...) Une fois on a été en Belgique avec des amis. J'ai fait du covoiturage. J'étais le seul à avoir une voiture. Ils voulaient sortir un weekend. J'ai dit bah pas de problème. Ils m'ont payé l'hôtel, l'essence et la nourriture. Je suis revenu d'un weekend de deux jours, on a fait 500 km. Ca fait vachement du bien ! De partir entre potes sans les enfants. Tu rentres frais, motivé. Ça m'a ressourcé quoi. » Jean, 32 ans

De même, Karim, père résilient très impliqué dans le soin de sa fille et dans les tâches domestiques de son foyer, nous explique son jonglage entre les jours où il est papa et les jours où il est l'homme lorsque son ex-épouse garde sa fille.

« J'ai appris à être le père et aussi l'homme. Parce qu'en général, il y a le père et l'homme. Lorsque je me suis séparé de mon ex-femme, et que j'ai eu mon enfant, j'étais père à temps plein. Même quand je n'avais pas ma fille, j'étais papa. Je ne pensais qu'à elle, je ne parlais que d'elle, et des soucis que je pouvais avoir vis-à-vis de tout cela. Alors que maintenant j'ai pris beaucoup de recul vis-à-vis de tout cela. Par exemple, quand ma fille «était chez sa maman le weekend dernier, j'ai passé deux soirées dehors.

Je suis sorti vendredi et samedi soir. Je suis sorti avec mes amis. Et là j'étais l'homme. Je n'étais plus le père. L'homme qui fait la fête, qui rigole, qui s'éclate, qui raconte des conneries, qui s'en fout un peu de tout. » Karim, 36 ans

Quant à Paul-Etienne, lorsque ses trois fils vont passer quelques jours chez leur mère, il en profite pour faire des activités sportives ou des sorties en boîtes de nuit. Un moyen de se libérer de toutes les responsabilités que l'on peut avoir quand on élève seul trois enfants, affirme-t-il.

« Quand les enfants vont passer quelques jours chez leur mère, je me fais soit des sorties sportives, soit aller boire un verre dans un bar, ou aller en boîte de nuit. Par ici, on a une boîte de nuit spéciale année 80, donc c'est vraiment des gens de mon âge comme on dit. Parce que là je suis en train de voir pour rencontrer quelqu'un. (...) Ou même tout simplement, aller dîner dans un restaurant, histoire de ne pas avoir le stress de dire... ne pas faire de cuisine, pas faire un repas ce soir, pas de réveil tôt pour l'école, pas de lessive à mettre en route. » Paul-Etienne, 47 ans

La consommation rebelle permet aux pères isolés d'affirmer et de revendiquer leur caractère viril, et de décharger la pression subie en tant que père isolé qui doit assumer la charge des enfants en plus de son travail.

2. Une Version Féminine de la Paternité

Le cas des pères isolés met à jour une dimension de la paternité très peu étudiée en comportement du consommateur ou dans d'autres disciplines comme la sociologie : il s'agit de la dimension féminine de la paternité. L'accomplissement des tâches domestiques et de l'achat familial par les pères isolés, notamment les résilients et les bricoleurs, et la façon dont ils le vivent, met l'accent sur une version féminine totalement assumée par ces pères. Ces résultats s'éloignent de la répartition traditionnelle et genrée des tâches et des rôles entre la mère et le père, qui, selon la littérature, continue à prédominer au sein des couples post-modernes (e.g. Gregersdötter & Hallén, 2013). Cela contribue donc à la redéfinition des rôles parentaux, loin des stéréotypes qui attribuent à la mère le rôle nourricier et affectif ainsi que l'accomplissement des achats familiaux et des tâches domestiques, et au père, le rôle du breadwinner et la responsabilité des activités extérieures et du bricolage.

La sphère domestique dans laquelle le rôle paternel des pères isolés résilients et bricoleurs est accompli et reconstruit, est considérée comme une sphère féminine par les pères démissionnaires. Pour ces derniers, c'est leur rôle de breadwinner et leur vie professionnelle qui est le plus souvent mis avant et qu'ils considèrent comme valorisant de leur rôle paternel. Pour les démissionnaires, la sphère domestique est perçue comme dévalorisante et « trop passive » pour un père.

Philibert nous décrit le malaise qu'il a vécu pendant la période qu'il a dû s'occuper de sa petite fille Tiphaine :

« C'était difficile quand on a déjà pas l'habitude. Parce que moi je n'avais pas d'enfant déjà et puis resté enfermé, c'était difficile pour moi. Je ne me sentais pas bien dans ma peau. Moi je suis du genre actif je travaillais tout le temps beaucoup à l'extérieur, (...) d'autres pères sont peut-être comme ça mais moi ce n'est pas trop mon truc, je l'ai fait parce que je n'avais pas trop le choix. » Philibert, 41 ans

Au-delà du malaise, nous retrouvons dans le discours de Philibert, des dichotomies stéréotypes des genres masculin et féminin, notamment : l'extérieur/l'intérieur et actif/passif (Allen & Walker, 2000). Ces dichotomies traditionnelles contribuent à la formation des stéréotypes des rôles sociaux (Kerr & Multon, 2015). Derrière le malaise de Philibert se cache également une perception dévalorisante de la sphère domestique et des tâches ménagères. Cependant, son rôle de breadwinner est un rôle dans lequel Philibert trouve son épanouissement voire même sa fierté.

C'est cette version féminine de la paternité que les pères démissionnaires comme Philibert évitent d'adopter afin d'éviter qu'elle menace leur fierté. Mais c'est aussi cette même version féminine de la paternité que d'autres pères résilients et bricoleurs mettent en avant au détriment de tout autre rôle paternel, et qui parfois la transforme même en une source de fierté.

Assumer le Rôle Affectif et Nourricier

L'accomplissement des tâches domestiques et des achats familiaux par les pères isolés montrent qu'ils ne l'effectuent pas dans une approche fonctionnelle mais dans une approche largement emprunte d'affectif. En effet, le grand investissement de certains pères isolés dans les tâches domestiques, dans la cuisine mais aussi dans l'éducation et le soin de leurs enfants semble être avant tout un investissement affectif et émotionnel. Ainsi, les tâches accomplies sont considérées comme faisant partie de leur rôle paternel. Comme nous avons pu le voir précédemment, assurer ces tâches de la meilleure façon possible en faisant le plus d'efforts possibles, est leur moyen de prendre soin de leurs enfants et d'exprimer leur amour envers eux.

Cette dimension nourricière et affective est traditionnellement considérée comme faisant partie du rôle maternel (e.g. Belk, 2010 ; Kaufman, 1997 ; Thompson, 1996). Elle n'est pas adoptée par les pères isolés à court terme comme le suggère la recherche de Gottzén et Kremer-Sadlik (2012) mais elle est considérée comme une partie essentielle de leur rôle de père.

Dans le cadre de ses familles monoparentales, la figure paternelle semble constituer une figure d'attachement affectif des enfants. L'affection caractérise donc la performance de ces pères ainsi que leurs relations avec leurs enfants. L'investissement affectif de ces pères contribue à l'épanouissement et à l'équilibre

émotionnel de leurs enfants. Il est considéré comme faisant partie de leur rôle paternel. Faire un câlin à son enfant, lui raconter une histoire avant de dormir, lui prendre dans ses bras lorsqu'il est malade, être présent aux moments où il ne se sent pas bien, cette dimension affective crée une complicité entre les pères et leurs enfants. Gilbert qui décrit son ex-épouse comme « peu maternelle », nous explique comment il est plus présent que son ex-épouse dans la vie de sa fille :

« Le rôle éducatif vous ne pouvez pas l'avoir en tant que père si vous avez votre fille un week-end seulement par exemple. Moi je peux avoir ce rôle éducatif parce que j'ai ma fille une semaine complète sur deux. Je peux donc faire attention à ses devoirs, voir si elle a besoin d'aide. Je fais attention à son évolution. Du coup, on a une bonne complicité. (...) Sa mère était toujours moins présente, moins maternelle aussi, beaucoup moins maternelle. On sent moins la fibre maternelle. Pour la rentrée des classes, c'est toujours moi qui l'emmenais à l'école, depuis qu'elle était en maternelle. Pour jouer avec elle, pour les rendez-vous chez le docteur, des choses comme ça, c'est toujours moi qui y allais » Gilbert, 40 ans

Notre recherche montre, de même, qu'à l'exception des pères démissionnaires et de quelques pères bricoleurs, les pères isolés interviewés n'évitent pas les tâches domestiques les plus stéréotypées comme féminines, telles que le ménage et les courses alimentaires comme suggéré dans certaines recherches (e.g. Forsberg, 2009 ; Platin, 2015 ; Szabo, 2012). Les pères isolés n'ont pas recours à la professionnalisation des tâches fortement perçues comme féminines comme la cuisine conformément aux résultats de Klasson et Ulver (2015). Ces tâches sont parfaitement assumées par les pères isolés bien qu'ils soient conscients de leur perception comme des tâches féminines. Cela confirme donc que ces pères continuent à être socialisés dans une logique hétérosexuelle (Connell, 2005 ; Östberg, 2012) où le partage des fonctions entre les pères et les mères serait le résultat d'une négociation de rôle de genre (e.g. Delphy, 2015 ; Gregersdötter & Hallén, 2013). Conscients de la persistance des stéréotypes dans la conscience collective et sociale, les pères isolés se montrent prêts à défier ces stéréotypes pour le bien de leurs enfants.

Karim est un père qui a dû abandonner son travail pendant une bonne période de sa vie afin de se consacrer pleinement à sa fille. Dans son discours, Karim fait référence à la version féminine de sa paternité, une version qu'il assume parfaitement. Karim évoque également les normes et la « normalité » dans la société. Des normes qu'il est prêt à défier pour sa fille.

« Je m'occupais des biberons la nuit, je m'occupais de mon enfant le jour. J'acceptais de sacrifier ma nuit pour mon enfant. Dans ma vie de famille, je n'ai rarement pris du temps pour moi. Quand il y avait des courses pour ma fille, j'étais toujours là. (...) Encore dernièrement ma maman m'a dit qu'elle n'a connue dans sa carrière que deux hommes comme moi. (...) Au niveau de mon enfant je n'ai jamais eu de difficultés (...) je n'ai pas les réticences de certains hommes à s'occuper de leur enfant, à lui changer

les couches, à lui préparer un plat équilibré, à l'emmener chez le médecin (...) C'est mon enfant, c'est ma chair (...) C'est moi qui ai cultivé cette chose-là. (...) Cette chose soit on l'a, soit on ne l'a pas. Moi je l'ai ! J'ai un enfant, c'est ma chair ! Je l'ai voulu, j'ai obtenu sa garde. J'ai pris beaucoup de place parce que la mère n'a pas saisi ce qu'elle devait prendre. On sort du cadre du commun que l'on peut avoir de partout, mais quand il s'agit de votre enfant, pour moi il n'y a pas d'anormalité. C'est ça la vie. La vie elle est là. Tu as un enfant, tu t'en occupes. Quand ton enfant est dans son lit, il tousse un peu et commence à vomir, et bien tu prends ton enfant, tu le rassures, tu le nettoies, tu l'assois devant la télé, tu lui changes les draps, tu mets les draps au sale, tu mets des draps propres, tu t'allonges avec lui vingt minutes dans le lit. Tu lui racontes des histoires et lui chantes des chansons. Parce que c'est la vie. C'est l'enfant, c'est le cadre de vie du parent et de la famille monoparentale qui se construit au fur et à mesure donc la normalité se fait aussi au fur et à mesure. » Karim, 36 ans

Le Père Idéal : Une Mère ET un Père

Au-delà d'assumer la part féminine de la paternité, et d'assurer le rôle affectif et nourricier vis-à-vis de leurs enfants, cette version de la paternité proposée par les pères isolés met en évidence l'évolution de la signification de la paternité et de la meilleure façon d'être papa. En effet, la façon dont les pères isolés vivent leur paternité, la perçoivent et l'exercent, montre de nouveaux aspects, très peu mis en relief par les recherches sur la paternité.

Tout d'abord, cette forme de paternité se construit en référence avec la mère, et non avec le père. Le rôle important joué par les grand-mères (les mères des pères isolés) que nous avons pu étudier précédemment, montre qu'au-delà des tâches qui leur sont déléguées, les grand-mères sont considérées comme un exemple à suivre par les pères isolés. Ils cherchent à l'imiter, à reproduire son comportement ou au moins – pour ceux qui s'entendaient moins avec leur mère à bénéficier de ses conseils. Alors que plusieurs recherches ont montré que la transmission des pratiques de consommation s'effectue des mères envers leurs filles (e.g. Ladwein, Carton & Servine, 2009) et que le shopping partagé entre les mères et leurs filles contribue à la construction identitaire de ces dernières comme à la construction du rôle de la mère (e.g. Decoopman, Gentina & Fosse-Gomez, 2010), notre recherche montre que la transmission des habitudes de consommation ne se passe pas uniquement entre la mère et sa fille, mais aussi entre la mère et son fils.

Certains pères isolés semblent adopter le modèle de leur propre mère afin d'endosser le rôle de la mère absente. Le rôle de leur propre mère est un rôle assez idéalisé et est un moyen qui leur permet de se rapprocher le plus possible du père idéal qu'ils rêvent d'être. Cependant, nous constatons que leurs propres pères n'ont presque aucune influence sur la perception du père idéal ou parfait par les pères isolés. Bien au contraire, certains pères isolés qui ont été élevés dans le cadre de familles où les rôles étaient répartis entre leurs parents d'une manière traditionnelle et inégalitaire,

tiennent à ne pas reproduire le même modèle et évitent d'imiter leurs pères qui ne s'investissaient que très peu dans les tâches au foyer.

Pour ces pères isolés, le père parfait n'est plus le père qui assure le rôle de breadwinner de la meilleure façon possible comme le suggèrent Banister et Kerrane (2016). Selon plusieurs pères interviewés, le père idéal serait un homme qui assure le rôle du père mais aussi celui de la mère, en même temps. C'est un père qui jongle de la meilleure façon possible entre son rôle de breadwinner et la gestion des tâches domestiques, et qui s'investit autant dans l'éducation de ses enfants que dans les courses alimentaires ou vestimentaires de sa famille ou dans les activités extérieures avec ses enfants. Alors que certaines recherches considèrent que les pères continuent à prioriser leur vie professionnelle au détriment de leur investissement au sein du foyer (e.g. Brandth & Kvande, 2015 ; Huerre, 2011), nous constatons que selon nos interviewés, le père idéal aurait accordé autant d'importance au rôle affectif et nourricier vis-à-vis de ces enfants, qu'au rôle du breadwinner.

Valentin illustre bien cette conception du père idéal. Valentin est militaire et il a vécu au sein d'une famille où le père et la mère se partageaient les rôles d'une manière assez genrée. Lui assume sa « part de féminité » qui fait partie, selon lui, de l'« homme parfait » :

« Quand on se retrouve tout seul, on a un peu les deux rôles. Je pense qu'on a tous une part de féminité. Moi je ne suis pas du tout macho. Ça ne me dérange pas trop. Au contraire, je trouve cela plutôt sympa. (...) L'homme parfait, c'est un homme qui fait le ménage, qui fait à manger, qui prend soin de ses enfants comme leur mère. Pour moi, être père aujourd'hui et surtout père célibataire, c'est plus simple aujourd'hui qu'avant surtout pour la garde des enfants parce qu'on s'implique beaucoup, en tout cas beaucoup plus que nos pères ne s'impliquaient avant. On s'implique dans l'éducation, dans tout. Moi je ne me souviens pas que mon père nous faisait à manger ou qu'il s'est occupé de nous comme moi je m'occupe aujourd'hui de ma fille. (...) L'homme parfait, pour moi c'est l'homme qui réunit tout, qui réunit le bon mari, le bon père, la bonne maman, le bon look, enfin tout quoi. Pour moi, pour être l'homme parfait il faut être le père et la mère. » Valentin, 35 ans

On relève que dans cette version de l'homme qui assume sa part de féminité, il semble y avoir une égalité entre les deux genres, loin d'une logique de domination de l'un sur l'autre.

Néanmoins, les papas solos semblent tirer une satisfaction particulière de cette féminisation dans les tâches ménagères.

L'Héroïsation des Tâches Domestiques et du cumul de rôles

L'accomplissement des tâches domestiques et des achats familiaux n'est pas seulement considéré comme faisant du rôle paternel, il peut aussi être considéré

comme une source de fierté surtout lorsque les enfants se déclarent satisfaits. En effet, si les pères isolés démissionnaires évitent certaines tâches domestiques qu'ils considèrent comme « trop féminines » pour être accomplies par eux, et si d'autres délèguent ces tâches par manque de compétences, les pères isolés qui accomplissent ces tâches sont fiers de leur travail domestique et ont même tendance à héroïser ces tâches car, pour eux, cela est un moyen de prouver qu'ils accomplissent pleinement leur rôle de père d'une manière satisfaisante.

Souvent insatisfaits de la façon dont leurs ex-épouses assuraient les tâches domestiques et la cuisine, les pères isolés comparent leur travail domestique à celui de leurs ex-épouses en se basant sur l'épanouissement et le bien-être de leurs enfants comme moyen d'évaluer la maîtrise de ces tâches. C'est parce que l'épanouissement et de bien-être de leurs enfants sont leurs motifs qui les poussent à assurer ces tâches. Contrairement à ce qui a été démontré dans la littérature concernant l'accomplissement des tâches domestiques traditionnellement perçues comme féminines par les pères, et les crises identitaires qui en résultent (Coskunner-Bali & Thompson, 2013), ou concernant les moyens auxquels les hommes ont recours afin d'éviter la transgression sociale comme la professionnalisation (Klasson & Ulver, 2015), les pères isolés vivent la bonne gestion de la sphère domestique comme une réussite aussi importante que leur réussite au plan professionnel.

Assurer le rôle paternel et maternel est également vécu comme une fierté pour ces pères isolés. Être un père solo qui parvient à gérer sa vie professionnelle et à s'impliquer dans l'éducation et le soin de ses enfants rend aussi ces pères fiers malgré toutes les difficultés rencontrées.

« Je fais très bien la cuisine. Le gamin adore comment je cuis les pâtes, hier j'ai fait des nuggets, j'ai pris un filet de poulet, je l'ai coupé en tranches, je l'ai passé dans la farine, ensuite dans l'œuf et puis dans la chapelure, je fais des trucs à tomber par terre, c'était mieux que Mc Do hein ! (...) Alors qu'elle (son ex-épouse), elle s'en fichait complètement. Donc forcément je donne beaucoup plus qu'elle. Pour elle, il ne faut pas s'embêter, le gamin il avait faim, on ne lui donnait pas suffisamment à manger. Une fois qu'on est bébé tout petit on joue avec, et une fois que ça grandit un tout petit peu et bien on se débrouille tout seul, c'est-à-dire à l'âge de 6, 7 ans ça se lave et ça s'habille seul (...) Alors que moi, même encore maintenant c'est moi qui lui prépare ses affaires, c'est moi qui l'habille le matin, c'est moi qui lui lave la tête le matin, c'est moi qui lui fais prendre sa douche le soir, maintenant il commence à se débrouiller tout seul mais je surveille, je suis quelqu'un de très paternel, je m'en occupe énormément. (...) Tous les gens qui connaissent Alfredos, tous les gens qui le côtoient, qui le croisent, ils le trouvent épanoui, plus calme. Le gamin va bien quoi. Il vit avec moi dans un milieu stable, enrichissant, il a tout, il a aussi le côté apaisant des grands-mères. (...) Depuis que j'ai gagné la garde permanente de mon enfant, je passe aux journaux et je suis connu dans ma région, les gens trouvent cela extraordinaire qu'un père garde son enfant. J'essaie d'aider les papas qui veulent avoir la garde de leurs

enfants, j'essaie de leur dire quoi faire parce que ce n'est pas facile pour un papa de réussir à avoir son gosse. » Emilios, 42 ans

Emilios exprime, dans la dernière partie de son intervention, la capacité qu'a eu ce nouveau rôle à lui conférer un statut social valorisant. Il est reconnu socialement, et il y puise une fierté indéniable. Nous sommes donc passés dans une logique statutaire qui dépasse largement le cercle familial.

Synthèse du chapitre X

Tout au long de ce troisième chapitre de résultats, nous avons présenté les enjeux identitaires de la reconstruction du rôle paternel des pères isolés après leur divorce, ainsi que le rôle que la consommation joue dans cette reconstruction qui est touché autant à l'identité de rôle qu'à l'identité de genre. Nous avons montré qu'en regard des multiples masculinités, il existe de multiples paternités, qui se traduisent par des différents modes de consommation mais aussi se nourrissent de ces modes.

Notre recherche met en relief le rôle important de la consommation qui contribue à la reconstruction du rôle paternel des pères isolés lorsqu'ils se retrouvent seuls avec leurs enfants. Nous avons pu présenter comment les pratiques de consommation et particulièrement celles qui émanent de la sphère interne, traditionnellement perçues comme féminines et dévolues au rôle maternel, comme la cuisine et les courses alimentaires, permettent aux pères isolés d'adopter un rôle affectif et nourricier.

De plus, la façon dont certains pères isolés vivent l'accomplissement des tâches domestiques révèle une version féminine de la paternité, parfaitement assumée par la plupart de ces pères. Ainsi, la délégation de ces tâches domestiques au marché ou à d'autres « ressources féminines » ne résulte pas d'une volonté d'éviter des crises identitaires dues à une transgression sociale qu'ils redoutent, mais s'explique plutôt par un manque de temps ou de compétences. Cumuler le rôle de breadwinner associé à la figure du père et le rôle affectif et nourricier attaché à celle de la mère, est vécu comme une fierté. Cette fierté pousse les pères isolés à héroïser les tâches domestiques et à veiller à les assurer de la meilleure manière possible selon eux : celle de leur propre mère.

Ainsi, la consommation des pères isolés se caractérise par des formes d'abnégation et de sacrifice. La consommation familiale de la famille monoparentale gérée par un père isolé est construite autour des enfants, de leurs préférences et de leurs emplois de temps. Le sacrifice consenti par les pères est temporel, financier et psychologique. Il résulte des efforts effectués par ces pères pour changer leurs habitudes de consommation mais aussi apprendre de nouvelles tâches domestiques.

Loin de la dimension affective, certains pères ont recours à la consommation rebelle remettant ainsi leur identité de genre en tant qu'homme en avant, par rapport à leur identité de rôle en tant que père. La fréquentation des bars, des boîtes de nuit, le voyage entre amis loin des enfants et des responsabilités familiales, permet à ces pères de mettre leur rôle paternel en « stand-by » et de se focaliser sur l'homme qui est en eux. C'est leur moyen de se libérer des responsabilités familiales et de leur grande charge de travail due à leur situation de cumul de rôle, en ayant recours à un mode de vie et de consommation masculin et rebelle.

Les différentes versions de la paternité que le cas des pères isolés permet d'identifier, mettent en relief la transformation de la signification de la paternité dans une culture de consommation. En effet, les pratiques de consommation ainsi que les discours des pères isolés interviewés redessinent des frontières encore plus floues entre le rôle maternel et paternel. Selon eux, le père idéal est celui qui est assuré à la fois le père et la mère. Cela explique l'influence du rôle maternel joué par les mères des pères isolés, sur la façon dont ils reconstruisent leur rôle paternel après leur divorce. Cette influence est le plus reflétée dans les habitudes de consommation, démontrant ainsi que les mères transmettent des pratiques de consommation non seulement à leurs filles mais aussi à certains de leurs fils.

Ainsi, nous avons pu expliquer comment le shopping et les activités sportives et culturelles contribuent à la reconstruction du rôle paternel des pères isolés, en permettant à ces derniers de mieux connaître leurs enfants, les (re)découvrir et de créer de nouveaux liens plus forts et plus intimes avec eux.

Conclusion Générale : Contributions, Limites et Voies de Recherche

Dans le cadre de la présente recherche, nous nous sommes intéressés à la consommation des familles monoparentales dirigées par des hommes seuls. Nous nous sommes interrogés sur la façon dont les pères isolés assurent et vivent la consommation familiale en absence de la mère au sein de leur famille. Notre recherche a abordé ce sujet avec une double focalisation. Tout d'abord, nous nous sommes intéressés à la dimension identitaire de genre, en étudiant les enjeux pour la masculinité d'assurer des tâches historiquement perçues comme féminines lorsqu'on est un homme. C'est donc l'identité masculine du père isolé qui est investiguée. D'autre part, nous nous sommes intéressés aux enjeux concernant l'identité de rôle des pères isolés. Cela fait appel à la contribution du shopping et de la consommation familiale en général à la (re)construction du rôle du père. Plus largement, il est apparu que la consommation contribue à la construction d'une nouvelle famille à travers notamment la création de nouvelles relations entre le père isolé et ses enfants.

La revue de littérature nous a permis de procéder à plusieurs choix. Après avoir présenté les différents courants d'études sur le genre, nous avons inscrit notre recherche dans le courant des *Gender Studies*, qui consiste à conceptualiser le genre comme une construction identitaire et sociale, plutôt qu'une identité donnée et figée. Ce positionnement est en entière cohérence avec le courant de la CCT, dans lequel nous inscrivons cette recherche doctorale. Ce courant d'études en marketing consiste notamment à étudier les enjeux identitaires et socio-culturels de la consommation (Arnould & Thompson, 2005). En outre, nous adoptons la vision identitaire de la famille proposée par Epp et Price (2008). Cette vision nous a permis de prendre en compte la structure de la famille dans l'analyse de son mode de consommation. Cette approche identitaire est primordiale dans le cadre de notre recherche qui porte sur un type de familles de structure non-traditionnelle, celui de la famille monoparentale dirigée par un homme. Ainsi, ces différents positionnements nous permettent d'appréhender les enjeux de la consommation familiale chez les pères isolés non seulement au niveau de leur identité masculine mais aussi au niveau de leur rôle parental. L'analyse des différents concepts clés de notre sujet nous a amenés à définir la problématique de notre recherche de la manière suivante : Quels sont les enjeux de la construction de la parentalité à travers la consommation chez un père isolé ?

Afin de répondre au mieux à la problématique de notre recherche, nous avons opté pour un positionnement épistémologique interprétatif que nous jugeons approprié pour notre sujet de recherche, car il assure l'étude de la consommation dans sa subjectivité. En effet, ce que nous cherchons à comprendre dans le cadre de notre étude, est la façon dont les pères isolés éprouvent la consommation familiale et la sphère domestique d'une manière plus générale. De plus, ce positionnement

épistémologique répond à notre volonté de comprendre la dimension expérientielle et symbolique de la consommation familiale dans le cadre d'une famille monoparentale dirigée par un « papa solo ». Pour mener à bien notre recherche, nous avons eu recours à une double approche méthodologique : phénoménologique pour l'essentiel, à travers des entretiens individuels (Thompson et al., 1989) menés avec des pères isolés, complétée par des techniques projectives à travers des photographies, qui grâce à leur caractère ludique et évocateur, enrichissent le discours des répondants, et permettent au chercheur d'accéder au cœur de l'expérience de son interviewé (Belk, 2006 ; Lombart, 2008). Notre échantillon est composé de vingt pères isolés français qui vivent seuls avec leurs enfants depuis au moins un an, ou qui ont vécu cette expérience jusqu'à récemment. L'analyse des données collectées était de type herméneutique portant sur les données issues des entretiens, ainsi que les réactions et commentaires des pères interviewés suite à l'exposition des photographies projectives.

La recherche menée met en perspective les particularités de la famille monoparentale dirigée par un père seul dans la manière d'assurer les courses familiales. La consommation familiale joue un rôle important dans la construction de l'identité du père isolé ainsi que dans son rôle de père. Le rôle le plus important de la consommation familiale réside dans sa contribution à la construction d'une nouvelle famille monoparentale après le départ de la mère. Notre recherche s'inscrit ainsi dans le courant des travaux en marketing qui conceptualise le marché comme un ensemble de ressources mobilisées par les consommateurs, leur permettant de réaliser leurs projets identitaires (Arnould & Thompson, 2005). En effet, la façon dont les pères isolés assurent la consommation familiale et les tâches domestiques plus généralement, reflète le type de pères qu'ils sont ou qu'ils souhaitent être, leur idéal de paternité et de parentalité. Chaque père interprète son interaction avec le marché et la sphère domestique et leur donne un sens à sa propre façon. Le marché et la sphère domestique constituent également des lieux où les deux identités du père isolé se confrontent parfois : son identité masculine, d'homme, et son identité parentale, de père et/ou de mère, puisqu'il est en situation de cumul de rôles. Ainsi, le marché et la sphère domestique permettent aux pères isolés d'affirmer, de reconstruire et de négocier leur identité de genre et de rôle. Le rôle du marché ne s'arrête pas à cela. Il apporte des solutions qui simplifient le jonglage des pères isolés entre la vie domestique et leur vie professionnelle, leur permet d'acquérir des compétences concernant certaines tâches, et de lui déléguer certaines fonctions que leurs ex-épouses assuraient avant la séparation.

Nous concluons notre recherche en présentant nos contributions théoriques, méthodologiques et managériales. Nous en soulignons ensuite les limites et suggérons des potentielles voies de recherche.

Section 1 : Contributions Théoriques

1. Le Rôle Paternel et la Sphère Domestique

La présente recherche répond aux multiples appels des chercheurs en marketing qui ont souligné le manque des travaux dans notre discipline concernant les pères et le rôle paternel d'une manière générale, et plus particulièrement la performance des pères dans la sphère domestique ou face à la consommation familiale (Hearn et al., 2002). Alors que ces appels ont été lancés depuis plus qu'une quinzaine d'années, un important gap théorique demeure en marketing, notamment concernant les pères isolés et certains types non-traditionnels de familles, plus particulièrement dans des contextes non-Anglo-saxons (Molander, 2016).

Si certains chercheurs ont commencé à s'intéresser ces dernières années à la masculinité dans la sphère domestique (e.g. Östberg, 2012) et à la consommation des pères isolés (Molander, 2016) dans des contextes très égalitaires comme les pays scandinaves, aucune recherche en marketing ne s'est intéressée à la consommation des familles monoparentales dirigées par un homme en dehors des contextes très égalitaires et anglo-saxons, et ce malgré l'émergence de ce type de familles dans une grande majorité des sociétés occidentales. Dans le cadre de notre recherche, l'adoption d'une double approche qui prend en compte l'identité de genre en plus de l'identité de rôle de ces pères isolés, nous a permis d'avoir différentes contributions au niveau de la performance de la paternité dans la sphère domestique.

La Paternité et le Rôle Nourricier

A travers la distinction entre plusieurs types de pères isolés, notre recherche montre que le rôle nourricier est vécu et assuré par les pères résilients comme faisant partie de leur rôle paternel ou pour le moins parental. Alors que l'étude de Molander (2016) montre que les pères isolés n'ont pas de mal à avoir recours au marché pour assurer le rôle nourricier et à lui déléguer toute tâche considérée comme maternelle, notre recherche montre que seuls les pères démissionnaires n'ont pas de mal à avoir recours au marché. Nos résultats rejoignent au contraire les résultats de travaux menés sur le rôle nourricier des mères. En particulier, l'étude de Epp et Velagaleti (2014) met en relief les difficultés vécues par les mères lorsqu'elles recourent aux services du marché pour prendre soin de leurs enfants. Certains pères font preuve des mêmes scrupules au moment de

recourir au marché et s'attachent à accomplir eux-mêmes l'essentiel des tâches, parfois même lorsque leurs compétences et capacités en ce domaine sont limitées.

Ainsi, les pères résilients que nous avons interviewés ont très peu recours au marché, et considèrent que le rôle nourricier fait partie de leur rôle paternel même si vouloir tout assurer à la maison se fait généralement au détriment de leur vie professionnelle. De même, si certains pères bricoleurs ont recours aux services du marché, c'est de manière limitée et toujours en évoquant le manque de temps ou de compétences pour le justifier. Tous ces pères éprouvent un sentiment de culpabilité lorsqu'ils pensent être incapables d'assurer le rôle nourricier. C'est exactement le sentiment éprouvé par les mères lorsqu'elles doivent jongler entre la vie professionnelle et la gestion domestique dans la recherche de Thompson (1996). Nos résultats s'opposent par contre à ceux de certaines recherches qui considèrent que les tous les pères perçoivent le rôle nourricier comme un rôle maternel qu'ils n'ont pas à assumer (Doucet, 2006) et que les pères isolés recourent facilement aux services du marché afin d'assurer les tâches auparavant assumées par leurs ex-épouses dans leur dimension de mère nourricière (Molander, 2016).

Cela pourrait s'expliquer par le fait que les études portant sur les pères isolés (Gentry & Commuri, 2012 ; Harrison & Gentry, 2007 ; Molander, 2016) n'ont jusqu'ici pas pris en considération la notion d'idéal domestique. En effet, dans notre recherche, nous avons constaté que les pères isolés ayant un idéal domestique élevé sont des pères qui assurent et assument totalement les tâches issues de la sphère domestique et qui adoptent le rôle nourricier. C'est le cas de tous les pères résilients. Les pères qui n'ont pas un idéal domestique élevé se révèlent à l'inverse être des pères démissionnaires qui délèguent le rôle nourricier à des ressources féminines et au marché. Les bricoleurs, quant à eux ont un idéal domestique plutôt élevé mais n'ont pas les compétences pour atteindre cet idéal domestique. Ils cherchent dans le marché ainsi que dans leur réseau féminin les ressources nécessaires pour acquérir des compétences qui leur permettent d'adopter le rôle nourricier.

Ainsi, notre recherche apporte un élément nouveau important pour expliquer les différences de comportement domestique des papas solos : l'idéal domestique. L'idéal domestique est la représentation que ces hommes se font de la manière dont une maison doit être tenue et la cuisine assurée. Ainsi que les anthropologues l'ont montré, l'ordre et la propreté qui règnent dans une maison relèvent de la culture, tout comme la cuisine, qui consiste non seulement dans le choix des aliments mais aussi dans la façon dont ils sont préparés et dont les plats

sont ordonnés. L'idéal domestique a donc une origine culturelle. Il est transmis à travers les différents agents de socialisation : famille, media, pairs,

La transmission du rôle domestique

Notre recherche met en avant le rôle de la mère dans la transmission de l'idéal domestique à son fils. En effet, les pères isolés qui ont un idéal domestique élevé, ont tendance à adopter le modèle de leur propre mère dans la gestion de leur foyer, sans que cette dernière n'intervienne d'une manière directe et régulière, comme c'est le cas des pères n'ayant pas un niveau d'idéal domestique très élevé. Les pères isolés tendent à atteindre le même niveau d'idéal domestique que leurs mères. Ils adoptent les mêmes astuces pour s'occuper de leurs enfants ainsi que les mêmes pratiques de consommation, que ce soit au niveau des marques de produits alimentaires ou vestimentaires achetés, ou même les recettes de cuisine. Pour ces pères, la façon dont leurs propres mères accomplissaient leurs rôles maternels, est un modèle à suivre car il constitue, selon eux, l'image idéale de l'accomplissement du rôle parental. Il y a donc non seulement transmission de l'idéal mais aussi transmission des modes d'actions et des manières de faire.

Alors que la majorité des recherches en marketing se focalisent sur les enjeux de la transmission du « rôle domestique » (Otnes, Lowrey & Kim, 1993) entre la mère et sa fille, notamment les pratiques de consommation comme le montre l'étude de Ladwein, Carton et Servin (2009), nous mettons en relief dans le cadre de notre recherche, une transmission du rôle domestique de la mère à son fils. Pour ces pères, être un « bon père » ou un « bon parent », c'est avant tout, se conformer au modèle parental et à la performance de leurs mères.

La socialisation et la (re)construction du rôle paternel par la consommation

Notre recherche permet donc de revisiter les enjeux de la socialisation du rôle paternel tels que présentés dans la littérature. En effet, les travaux en marketing considèrent que le rôle paternel n'est exprimé et construit que dans la sphère extérieure et que la participation des pères à la consommation domestique se limite au bricolage et aux activités de jardinage (e.g. Moio, Arnould & Gentry, 2013). Notre recherche montre que la sphère domestique est non seulement un territoire de construction identitaire pour les mères, mais peut l'être également pour les pères notamment lorsqu'il s'agit de pères isolés. La sphère domestique est vécue par les pères isolés comme un territoire d'accomplissement de leur rôle paternel. Pour ces pères, cuisiner pour leurs enfants, faire le ménage, effectuer les achats alimentaires quotidiens, sont autant de moyens d'exprimer leur amour à leurs enfants et de prendre leur place de parent. Si plusieurs chercheurs en marketing ont montré le rôle des tâches domestiques et des achats familiaux,

alimentaires comme vestimentaires, dans la construction du rôle maternel (e.g. Thompson, 1996), aucune recherche en marketing n'a jusqu'ici mis en relief leur contribution dans le cas du rôle paternel.

En outre, notre recherche met en lumière le rôle que le shopping joue dans la construction de nouvelles relations entre le père et ses enfants. Le shopping est un moyen mobilisé par les pères afin de créer de relations plus intimes avec leurs enfants, leur permettant ainsi d'exprimer leur rôle paternel, de l'actualiser, mais aussi d'endosser, pour certains, le rôle maternel. Comme les malls permettent aux adolescentes américaines de se construire en tant qu'adolescente et dans leur rôle de cliente (Haytko et Baker, 2004 *Journal of retailing* (80) 67-83 *It's all at the mall*), le shopping contribue à la construction du rôle parental chez les pères.

Néanmoins, cette contribution sur le rôle amène à se poser la question du rôle ainsi construit. S'agit-il d'un rôle de père, dont le contour aurait donc été élargi ? S'agit-il d'un rôle de parent, correspondant au double rôle de père et de mère ou au contraire à un rôle unique et indifférencié ? Ou bien s'agit-il d'une forme de substitution, le papa solo ayant choisi d'assumer le rôle de mère, en abandonnant son rôle de père ?

Il n'est pas possible d'apporter de réponse à cette question avant d'avoir au préalable introduit la seconde dimension de notre recherche : la contribution aux théories du genre.

2. Les Etudes de Genre

Notre recherche contribue aux études de genre principalement à deux niveaux : celui de la conceptualisation du genre, et celui de la transmission du rôle de genre.

Le Genre et les Normes Sociales

Alors que dans la recherche de Coskuner-Balli et Thompson (2013) qui portait sur les pères-au-foyer montre que ces derniers vivent des crises identitaires dues à leur situation d'inversion de rôles, les pères isolés ne semblent pas vivre des difficultés identitaires dues à leur investissement dans la sphère domestique. Même pour ceux qui considèrent qu'ils ont dû endosser le rôle de la mère absente, ou ceux qui ont abandonné leur vie professionnelle au détriment de leur investissement au sein du foyer, cumuler les deux rôles parentaux est une source de fierté pour eux comme nous avons pu le constater dans les résultats de notre recherche. Nous pouvons ainsi en déduire que lorsque le genre masculin est

confronté au genre féminin, ce qui est le cas des pères-au-foyer qui assurent un rôle opposé aux normes sociales, ces normes prennent leur ampleur contrairement à lorsque le genre masculin n'est pas confronté au genre féminin. Notre recherche dépeint ainsi un père investit dans la sphère domestique, le soin de ses enfants et la consommation familiale, et qui est prêt à défier les normes sociales, mais qui a également besoin de se différencier du genre féminin en affirmant son identité masculine et en ayant recours à une « consommation rebelle » (Holt & Thompson, 2004).

La mise en perspective du cas d'inversion de rôles et celui de cumul de rôles permet également de prouver que malgré les évolutions dans la performance du genre masculin et du rôle paternel, la paternité continue à être essentiellement incarnée dans le rôle du breadwinner (Banister & Kerrane, 2016).

La transmission du rôle de genre

Notre recherche met en avant le rôle de la grand-mère dans la transmission de l'idéal domestique à leurs fils. En effet, les pères isolés qui avaient un idéal domestique élevé, avaient tendance à adopter le modèle de leurs propres mères dans la gestion de leurs foyers sans que ces dernières interviennent d'une manière omniprésente comme c'est le cas des pères n'ayant pas un niveau d'idéal domestique très élevé. Les pères isolés tendent à atteindre le même niveau d'idéal domestique de leurs mères. Ils adoptent les mêmes astuces pour s'occuper de leurs enfants ainsi que les mêmes pratiques de consommation que ce soit au niveau des marques de produits alimentaires ou vestimentaires achetés, ou même les recettes de cuisine. Pour ces pères, la façon dont leurs propres mères accomplissaient leurs rôles maternels, est un modèle à suivre car il constitue, selon eux, l'image idéale de l'accomplissement du rôle parental.

Alors que la majorité des recherches en marketing se focalisent sur les enjeux de la transmission du « rôle domestique » (Otnes, Lowrey & Kim, 1993) entre la mère et sa fille, notamment les pratiques de consommation comme le montre l'étude de Ladwein, Carton et Servine (2009), nous mettons en relief dans le cadre de notre présente recherche, une transmission du rôle domestique de la mère à ses fils qui tendent à adopter les comportements de consommation que renvoient le « rôle domestique » transmis par leurs propres mères. Pour ces pères, être un « bon père » ou un « bon parent », c'est, entre autres, se conformer au modèle parental et à la performance de leurs mères.

Ainsi, les frontières entre les rôles de genre semblent être de plus en plus floues. Jongler entre les deux rôles de genre, n'est pas éprouvé par ces pères comme une menace qui remet en question leur statut et leur rôle paternel (Otnes & McGrath, 2001), mais semble être une nouvelle norme sociale qui s'impose progressivement et qui consiste à cumuler les deux rôles de genre. Si certains pères préfèrent les

combiner pour former un seul « rôle parental », d'autres pères s'identifient comme « père et mère ».

3. La Famille Monoparentale et la Consommation Familiale

Des enjeux identitaires importants pour la famille

Notre recherche explore les enjeux identitaires de la consommation familiale pour les familles monoparentales dirigées par des pères seuls, un type de familles qui n'est pas suffisamment exploré en marketing (Harrison, Gentry & Commuri, 2012 ; Molander, 2016). La présente recherche montre l'importance de la consommation dans la construction de ce type de familles. En effet, après la séparation du couple, une nouvelle famille se crée : la famille monoparentale dirigée par un père isolé. La façon dont ce dernier assure la consommation familiale et fait face aux courses quotidiennes contribue à la construction du corpus de sa nouvelle famille et fait partie de son identité (Barth & Antéblan, 2010 ; Epp & Price, 2008).

Les enjeux identitaires de la consommation semblent particulièrement présents dans les familles monoparentales gérées par des hommes, car ces derniers incluent le marché dans leur stratégie pour faire face à la situation. Ainsi, faire du shopping, acheter des meubles, des équipements pour la cuisine ou même faire une simple ballade dans un centre commercial qui rassemble le père et ses enfants, cela ne sert pas uniquement à satisfaire le besoin d'approvisionnement ou de divertissement, ce sont autant d'éléments constructifs de l'identité de la nouvelle famille monoparentale, les occasions d'établir de nouvelles relations entre le père et ses enfants. En identifiant trois types de pères isolés selon la façon dont ils assurent la consommation familiale et gèrent la sphère domestique, notre recherche propose trois principaux modèles de familles monoparentales dirigées par des pères seuls. Dans chaque type de familles, le fonctionnement des pères isolés dans la sphère domestique varie. La place du marché, le degré du recours à ses offres, les raisons et les enjeux du rôle du marché varient eux aussi d'un type de familles à un autre. Mais comment cela contribue-t-il à la construction d'une identité familiale ?

La « consommation familiale masculine »

Etudier la performance des hommes seuls au sein de la sphère domestique nous a permis de dévoiler une version de la consommation masculine et paternelle très peu mise en avant par la littérature. En effet, la littérature en marketing décrit la consommation masculine comme indépendante, autonome voire même égoïste

(e.g. Dahl & Moreau, 2007 ; Levan et al., 1992 ; Moio, Arnould & Gentry, 2013). Kimmel (2012), considère que « l'homme a été socialisé à être plus concentré sur ce qu'il veut, plutôt que ce que les autres veulent ». La performance des pères isolés dans la sphère domestique et le soin de leurs enfants est caractérisée par une forte dimension d'abnégation et de sacrifice. En effet, le mode de vie de ces pères semble principalement tourner autour de leurs enfants. La version émotionnelle de la consommation masculine et paternelle est mise en avant en absence de la mère au sein de la famille.

Identité de genre vs identité de rôle

Etudier le comportement de consommation des pères isolés au sein de la sphère domestique nous a permis de mettre en relief la confrontation de l'identité de genre et l'identité de rôle des pères isolés. En effet, aucune manifestation de crises ou de difficultés identitaires n'a été constatée auprès des différents profils de pères isolés identifiés dans le cadre de notre recherche. Les pères isolés résilients affrontent le problème identitaire en mettant en avant leur identité de rôle au détriment de leur identité de genre. En effet, ils s'investissent pleinement dans leur rôle de père et mettent de côté leur identité masculine. Le rôle de père mis en avant ne se limite pas au rôle du breadwinner mais inclut également le rôle nourricier qui parfois même plus investi que celui du breadwinner.

A ce titre, les résultats de notre recherche s'opposent à ceux de l'étude de Gottzén & Kremer-Sadlik (2012) qui considèrent que les pères ne sont prêts à adopter le rôle nourricier qu'à court terme. Les pères démissionnaires évitent les crises identitaires en évitant toute tâche domestique qu'ils perçoivent comme féminine, et qui pourrait par conséquent menacer leur masculinité. Quant à eux, les pères isolés bricoleurs, ils jonglent entre l'identité de rôle et l'identité de genre afin de retrouver leur « équilibre identitaire » qui leur permet d'éviter les crises identitaires tout en « protégeant » leur identité masculine. A ce titre, le marché semble jouer un rôle important dans l'« équilibre identitaire » des pères isolés. En effet, le recours à une consommation rebelle (Holt & Thompson, 2004) permet aux pères de remettre leur identité masculine en avant, un moyen pour eux de « rassurer » leur masculinité.

Ainsi, la garde alternée des enfants permet aux pères isolés de retrouver un « équilibre identitaire » et d'éviter toute forme de transgression sociale qu'ils pourraient éprouver suite à leur investissement dans la sphère domestique et les achats familiaux (Duvander, Ferrarini & Johanson, 2015), notamment les pères isolés démissionnaires et bricoleurs, qui sont plus susceptibles d'éviter certaines tâches domestiques qu'ils perçoivent comme très féminines. Cela leur faciliterait le jonglage entre leur identité de genre et leur identité de rôle sans avoir recours à

des stratégies comme la professionnalisation de ces tâches (Klasson & Ulver, 2015) ou même leur évitement (Platin, 2015).

Section 2 : Contributions Méthodologiques

1. Une Double Méthodologie face à une Double Sensibilité

La sensibilité de notre sujet est double. D'une part, il relève de la sphère intime de nos répondants qui ont été amenés à s'exprimer sur leurs vies conjugales et sentimentales notamment sur leur séparation et la façon dont ils l'ont vécue. D'autre part, nous cherchons à accéder dans le cadre de notre recherche à l'expérience identitaire, qui elle aussi est considérée comme un phénomène dont l'accès est complexe et sensible.

Pour faire face à cette « double sensibilité », nous avons adopté une double méthodologie qui a combiné les entretiens individuels avec les photographies projectives. En ayant recours à ces photographies aux moments où certains informants ne se sentaient pas à l'aise après avoir évoqué des moments difficiles de leur séparation ou de leur combat pour l'obtention de la garde de leurs enfants, les photographies nous ont permis de changer d'ambiance et de faire exprimer nos répondants à d'autres aspects de leur vie quotidienne. La combinaison de ces méthodologies a été d'une grande utilité pour gérer certains moments délicats.

De plus, le jonglage entre l'entretien individuel et les méthodes projectives nous a permis de dépasser la barrière de l'intimité avec certains répondants. Ces méthodes mises en place nous ont permis de libérer la parole de certains informants « réticents », en les encourageant à mettre en récit des moments de leur vie difficilement vécus.

2. L'Accès au Sens dans un Contexte Complexe

Dans le cadre de notre recherche, nous visons à comprendre l'expérience identitaire vécue par les pères isolés dans la sphère domestique et en étant seuls responsables de la consommation de leurs familles. Ce que nous avons cherché à comprendre plus particulièrement, c'est la façon dont les pères isolés vivent leur performance face aux courses familiales et aux tâches ménagères. En vue de la complexité de cette expérience, nous avons opté pour une méthodologie phénoménologique afin d'accéder au sens que chacun des pères isolés interviewés donne à sa performance dans une sphère traditionnellement perçue comme féminine.

L'approche phénoménologique a assuré une place centrale pour les pères isolés interviewés au sein de notre recherche. En effet, en plaçant nos répondants au cœur de notre recherche, notamment sur le plan narratif, nous avons pu accéder aux enjeux identitaires portés par la mise en récit du soi de nos participants. Cela nous a assuré l'accès aux différentes considérations des pères isolés et d'atteindre ainsi des niveaux complexes du sens qu'ils attribuent à leurs expériences vécues.

3. Le Codage à Visée Théorique et l'Interprétation Herméneutique

La combinaison entre un codage à visée théorique en tant qu'approche d'analyse de nos données, et une interprétation herméneutique (Thompson, 1990), nous a permis d'optimiser l'analyse de nos données et d'atteindre un niveau d'analyse le plus profond possible, afin d'accéder aux niveaux complexes du sens que nos répondants donnaient à leurs expériences de consommation.

A ce titre, nous avons opté pour une analyse manuelle de nos données sans avoir recours à des logiciels d'analyse de données qualitatives. Notre objectif était de nous assurer que le codage s'effectue sur la totalité du corpus ce qui nous permet de repérer tout « incident critique » (Glaser & Strauss, 1967). Cela constituait également un moyen de garantir l'accès au « sens entier ». De plus, l'analyse manuelle des données nous a assuré une proximité optimale vis-à-vis de ces dernières (Kozinets, 2010).

Par ailleurs, l'interprétation herméneutique nous a permis d'effectuer des mouvements d'aller-retour entre les niveaux émique et étique de nos données selon les règles du principe de la partie et du tout (Molino, 1985). C'est grâce à cet « effort herméneutique » (Thompson, 1996) que nous avons pu atteindre la conceptualisation de nos données en se basant sur le niveau étique d'analyse.

Section 3 : Contributions Managériales

Nos contributions managériales s'inscrivent dans le marketing stratégique au niveau de la communication, ainsi qu'au niveau des pratiques marketing de la grande distribution.

1- Oser s'adresser au Père Nourricier

En étudiant le cas des pères isolés, notre recherche met en relief la sous-estimation de l'investissement non seulement des pères isolés, mais aussi des pères d'une manière générale, dans la sphère domestique et dans le soin de leurs enfants. Cette sous-estimation est non seulement de la part des chercheurs en marketing mais aussi de la part des marketeurs. En effet, alors que plus du trois quart des pères se considèrent responsables du « bien-être émotionnel » de leurs enfants, seulement 20% de ces pères trouvent que ce rôle est reflété dans les médias et les publicités. Cette étude qui a été effectuée en 2013 par « Dove » pour le lancement de sa sous-marque « Dove Men+Care », montre que la majorité des pères sont conscients de la sous-estimation de leur investissement dans la sphère domestique et le soin de leurs enfants.

Cependant, cette étude n'a vraisemblablement pas encouragé « Dove » à briser l'image stéréotypée qui prédomine la représentation des pères dans les médias et les publicités. En effet, la plus grande partie de cette série de publicités de « Dove Men+Care » a été lancée à l'occasion de la fête des pères⁶¹. De plus, la mise en scène des moments partagés entre le père et ses enfants, dans le cadre de ces publicités, demeure majoritairement à l'extérieur, en partageant des activités sportives comme la natation, la randonnée, ou d'autres types d'activités extérieures comme une simple ballade dans un parc (Troye & Supphellen, 2012). En outre, ces publicités insistent dans leur communication sur le rôle « héroïque » et « sauveur » des pères : « *The ones who save the day* » (ceux qui sauvent la journée), « *Some call them dads, we call them heroes* » (Certains les appellent pères, nous les appelons héros). Les messages communiqués et la mise en scène ne mettent pas en valeur le rôle nourricier ni l'« investissement émotionnel » des pères dans le soin de leurs enfants.

D'autres marques, comme « Angel Soft », « Honey Maid », « Fairy », « Ikea » et « Pampers » ont réussi à mettre en avant le rôle nourricier des pères isolés, comme dans la publicité de « Angel Soft » et celle de « Honey Maid », ou la

⁶¹ La publicité de Dove Men+Care sur le lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=8wehxrTsxV4>

situation de cumul de rôles que ces pères vivent est valorisée, en insistant sur le rôle affectif assumé par ces pères. La publicité de « Honey Maid »⁶² présente un père isolé avec son fils. Ce père exprime sa passion pour son rôle paternel, et sa complicité avec son fils, mais sans oublier d'exprimer les défis quotidiens et la complexité de la situation du cumul de rôle : « *It's rough! (...) It's pretty headache!* » (C'est dur ! (...) C'est un mal de tête !). L'investissement des pères dans la sphère domestique est, quant à lui, mis en valeur par certaines publicités comme celles de Fairy où le père représenté se charge de la douche de son fils, et veille à ce qu'elle soit assurée de la manière la plus douce possible, ou la publicité d'Ikea, où un père prépare seul avec sa fille une pizza dans la cuisine, ou encore les publicités de Pampers qui représentent des pères assurant seuls le changement des couches de leurs enfants. Dans l'une des publicités de Pampers diffusée en Inde, le message principal transmis est que « les bébés ont autant besoin de leurs pères que leurs mères », en représentant un père qui s'occupe de sa fille la nuit et qui lui donne seul son bain, en présence de son épouse.

Notre recherche montre que le rôle nourricier est considéré par les pères isolés comme une partie principale de leur rôle paternel, notamment les pères résilients qui, même avant leur séparation, se sont toujours beaucoup investi dans les achats de leurs enfants et dans la sphère domestique, la considérant comme un espace où leur rôle paternel est accompli et construit. Les enseignes de la grande distribution ont donc un rôle important à jouer dans la légitimation de ce rôle nourricier paternel. En mettant en valeur l'investissement des pères dans la sphère domestique et dans le soin de leurs enfants, les entreprises peuvent cibler d'une manière plus adaptée non seulement les pères isolés ou les pères-au-foyer, mais aussi tout père qui s'investit dans la consommation de sa famille et dans le soin de ses enfants. Cette valorisation ne doit pas être occasionnelle. La représentation du rôle nourricier paternel ne doit pas être un « hommage » au père pour la fête des pères, mais doit être aussi démocratisée que la représentation de la mère dans la cuisine ou au supermarché (Barak-Brandes, 2017). Ces pères comme les mères jonglent entre leur vie professionnelle et leur rôle nourricier (Thompson, 1996).

La valorisation du rôle nourricier doit être également prise en compte par la stratégie de communication des enseignes en mettant en avant la dyade père-enfant dans un cadre qui sort des images stéréotypées, d'autant plus que les études en marketing montrent que les enfants ont une influence nettement plus importante sur la décision d'achat de leurs parents dans le cadre d'une famille monoparentale que dans le cadre d'une famille traditionnelle (Chaudhury & Hyman, 2009 ; Tinson, Nancarrow & Brace, 2008). Les liens affectifs et la complicité créés entre le père et son enfant autour de la consommation des

⁶² Le lien de la publicité de « Honey Maid » en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=YObuMdB6Mh8>

produits et des services doivent être davantage mis en valeur et ne doit pas se limiter à la dyade mère-enfant comme c'est le cas de la plus grande majorité des publicités et moyens de communication de nos jours (Barak-Brandes, 2017).

En outre, en s'adressant au père nourricier et en valorisant sa performance domestique, les distributeurs et les marques pourraient « importer » les évolutions de la performance des genres et des rôles parentaux au marché. Cela pourrait aider les pères à se sentir plus à l'aise et plus confiants vis-à-vis de leur performance domestique et de leur investissement dans la consommation familiale, et leur permettrait d'éviter toute sorte de stigmatisation sociale éventuelle.

2. Faciliter l'Acculturation des Pères Isolés à la Sphère Domestique

Notre recherche montre l'importance de la place qu'occupe le marché dans les familles monoparentales dirigées par des pères isolés. Cependant, le recours au marché et le rôle attendu des enseignes diffèrent selon le type de père isolé à la tête de la famille. Les pères isolés résilients ne manquent pas de compétences pour assurer les tâches ménagères et les courses familiales. Cependant, beaucoup d'entre eux manquent de temps suite à leur jonglage seuls entre leur travail et la gestion de leur foyer. Bien que le facteur de gain de temps fait partie des principaux critères des parents dans la réalisation de leurs achats, ce critère semble être encore plus prioritaire pour les pères isolés et concerne les trois types de pères isolés que nous avons identifiés dans le cadre de notre recherche. En effet, si le comportement d'achat des mères isolées ne semble pas significativement différer de celui des mères dans le cadre d'une famille traditionnelle (Ahuja, Capella & Taylor, 2001 ; Kanner, 2004 ; Thiagarajan et al., 2007) quand il s'agit d'un achat familial, notre recherche montre que les pères isolés assurent la consommation familiale d'une manière différente par rapport à avant leur séparation (Chour & Fosse-Gomez, 2014).

En effet, le recours aux achats sur internet comme le drive pour leurs courses alimentaires semble être une des solutions qui permettent aux pères isolés de mieux s'organiser et d'optimiser leur temps consacré aux courses courantes de leurs familles. Les distributeurs peuvent donc jouer un rôle important afin de simplifier l'acculturation des pères isolés à la sphère domestique. Pour mieux répondre aux besoins de ce type de familles, les distributeurs doivent optimiser le temps que ces pères consacrent aux tâches domestiques, et insister dans leur communication sur l'optimisation de ce temps, afin de mieux satisfaire ce segment de consommateurs et de mieux les fidéliser. Dans le domaine de la

grande distribution alimentaire, cela peut se traduire, par exemple, par la proposition de recettes simples et rapides à cuisiner avec les produits à acheter. C'est d'ailleurs ce que certains de nos interviewés demandent à leurs mères, sœurs, collègues ou amies de faire.

Par ailleurs, le manque de compétences pour assurer certaines tâches domestiques que leurs ex-épouses assuraient, est également l'un des points partagés chez les pères isolés notamment les démissionnaires et les bricoleurs. Par exemple, le repassage semble être l'une des tâches les plus évitées et/ou déléguées par les pères solos même par certains pères résilients. Les pères isolés interviewés ayant les moyens ont assez rapidement après leur divorce eu recours à des services de dressing. Ceux qui peuvent compter sur les « ressources féminines » n'ont pas hésité à leur déléguer cette tâche. Cependant, les pères n'ayant pas les moyens financiers d'avoir recours à ce type de services qu'ils jugent « trop chers », et ceux qui ne peuvent pas compter sur leurs connaissances féminines pour leur déléguer le repassage de leurs vêtements et ceux de leurs enfants, ont plus tendance à éviter cette tâche malgré l'idéal domestique élevé de certains. Proposer des services de dressing low-cost mais aussi personnalisés, afin de répondre également à leur manque de temps, pourrait intéresser ces pères et les aider à mieux gérer la sphère domestique.

Pour d'autres tâches, comme la cuisine, le ménage et le soin des enfants, les distributeurs et les enseignes peuvent faciliter la socialisation des pères à ces tâches domestiques en organisant des workshops ou des tutoriels qui s'adressent à ce segment de clients en tenant compte de leurs besoins et de la particularité de leur situation. En effet, si les workshops et les tutoriels se développent de plus en plus dans la grande distribution, particulièrement depuis quelques années, ils ciblent leurs clientèles d'une manière stéréotypée. Par exemple, nous constatons que la majorité des participants aux tutoriels organisés par les enseignes de bricolage ou de jardinage comme Leroy Merlin, Ikea ou Castorama, restent des clients du genre masculin. D'autres tutoriels sur la cuisine, ou le maquillage, organisés par des enseignes telles que Carrefour ou Séphora, attirent beaucoup plus les femmes que les hommes dont la présence est presque négligeable dans ce genre de tutoriels. Cela montre que les enseignes n'ont pas réussi à adapter leurs stratégies aux évolutions du comportement des consommateurs et notamment à l'entrée du consommateur masculin à des domaines de consommation historiquement considérés comme féminins (e.g. Ourahmoune, 2009 ; Rinallo, 2007 ; Visconti, 2008).

Si Martin et Ramasaran-Fowdar (2013) considèrent que les marketeurs n'ont pas besoin de changer leurs stratégies, en se basant sur des facteurs comportementaux, afin de mieux cibler les familles monoparentales dirigées par des mères isolées, étant donné que le comportement d'achat de ces dernières ne changent presque pas par rapport à avant leur séparation (Ahuja, Capella &

Taylor, 2001 ; Kanner, 2004 ; Thiagarajan et al., 2007), nous recommandons aux marketeurs de considérer le segment des pères isolés comme un segment en soi et de tenir en compte ses particularités dans leur stratégie marketing. Dans le cas des tutoriels de cuisine, ou d'autres activités domestiques comme le ménage ou le repassage, les distributeurs doivent s'adresser à la communauté des pères isolés en particulier et la cibler. Ainsi, les distributeurs pourront non seulement améliorer les compétences de ces pères mais surtout de créer des communautés de consommateurs issues de la « tribu » de pères isolés émergente (Cova & Cova, 2002 ; 2009), et créées autour de leurs marques ou leurs produits et services de consommation.

Section 4 : Limites et Voies de Recherche

Comme toute étude doctorale, notre recherche portant sur la consommation au sein de la famille monoparentale dirigée par un père isolé et les enjeux de la construction de la parentalité à travers la consommation chez ce dernier, présente un certain nombre de limites que nous soulignons dans cette dernière section. Certaines de ces limites peuvent être dépassées dans des futures recherches. En outre, notre recherche ouvre plusieurs voies de recherche que nous exposons dans cette section conclusive.

Nous relevons trois limites majeures à notre présente recherche. Deux de ces trois limites sont d'ordre méthodologique et concernent plusieurs niveaux de la phase méthodologique de notre étude. La troisième et dernière limite est d'ordre théorique.

La première limite concerne le profil des pères isolés que nous avons interviewés. En effet, si la définition du père isolé concerne tout père vivant seul avec ses enfants, englobant ainsi les pères séparés, divorcés mais aussi les pères veufs, nous avons volontairement effectué le choix de focaliser notre recherche sur les pères divorcés et séparés sans tenir compte du cas des pères veufs. Ce choix a été fait de notre part étant conscients de la grande différence en termes des circonstances de leur situation d'isolement et de l'impact de veuvage de ces pères sur leur situation. En effet, si la majorité des pères isolés que nous avons interviewés sont des pères qui ont choisi d'obtenir la garde alternée ou totale de leurs enfants, les pères veufs sont des pères qui ont subi le décès de leurs épouses et qui subissent donc leur situation d'isolement. Nous jugeons ces deux cas comme des cas à distinguer malgré les divers points communs entre eux. De plus, le cas des pères veufs ne correspond pas véritablement au champ d'application de notre recherche, celui de la consommation familiale. En effet, nous cherchons à comprendre les enjeux de la construction de la parentalité chez les pères isolés à travers la consommation familiale. Ainsi, nous nous intéressons aux familles monoparentales où les enfants sont mineurs, vivent avec leurs pères et dépendent financièrement encore de leurs parents. Or, dans la plus grande majorité des cas, les enfants des pères veufs sont majeurs, ont quitté le foyer familial.

La seconde limite méthodologique se rapporte au manque de prise en compte des épouses et des enfants et de se limiter au récit du père isolé objet principal de notre recherche. En effet, les informations concernant les épouses et les enfants, ainsi que leurs comportements, visaient principalement à nous permettre de contextualiser chaque famille et d'identifier les circonstances du divorce et de la façon dont ils l'ont vécu. Nous nous intéressons à la façon dont le père vit cette expérience et nous nous basons à sa façon de reconstruire son parcours conjugal ainsi que l'histoire de son couple et de sa famille. De plus interviewer les épouses et les enfants auraient posé quelques difficultés. En ce qui concerne les épouses,

cela aurait abouti à des informations contradictoires résultantes des « jeux de dénigrement » entre les membres du couple séparé. Quant aux enfants, la majorité des enfants des pères que nous avons interviewés ont un âge qui ne leur permet pas de s'exprimer d'une manière claire et structurée. Les interviewer aurait demandé la mise en place d'une méthodologie différente que celle des entretiens individuels, plus adaptée à leurs âges. Notre recherche est donc limitée à cet égard et notre analyse se limite à la version du père isolé sans tenir compte des autres membres de leurs familles.

La troisième limite se rapporte au choix de notre champ d'application c'est-à-dire la consommation familiale. L'achat familial est un domaine assez vaste dont plusieurs recherches dans la littérature en marketing et comportement du consommateur ont montré la richesse (e.g. Antéblan & Barth, 2010 ; 2011 ; Fischer & Gainer, 1991 ; Miller, 1998). En effet, la richesse de la consommation familiale et notamment les achats familiaux courants alimentaires et vestimentaires explique nos choix. Cependant, nos interviewés ont cité plusieurs exemples qui font partie de leurs choix de consommation tels que les agences de voyage, les médias ou même les services financiers et bancaires. Bien que ces formes de consommation soient prises dans nos analyses ainsi que nos réflexions, les formes de consommation les plus présentes dans nos analyses demeurent celles les plus courantes telles que les courses alimentaires et le shopping vestimentaire. De plus, le domaine des courses alimentaires et vestimentaires est considéré comme suffisamment vaste étant donné qu'il inclut plusieurs types de produits et de services. Nous avons privilégié les courses alimentaires et vestimentaires car ce sont les domaines de consommation qui se sont avérés les plus marqueurs de l'identité du père et celle de la famille (Epp & Price, 2008), et les plus porteurs de sens pour nos interviewés. Cela ne nous a certainement pas empêché de prendre en compte d'autres types d'achats notamment ceux qui font partie de la sphère domestique comme par exemple les produits de décor et les meubles.

Notre recherche et ses limites citées ci-dessus font émerger un certain nombre de voies pour des recherches futures. La première voie de recherche future possible consisterait à mieux investiguer les enjeux identitaires entre les pères isolés et leurs enfants à travers la consommation. En effet, bien que cet aspect ne soit pas du tout abandonné de notre part dans le cadre de notre présente recherche, cette dernière demeure focalisée sur l'identité du père isolé et non pas celle de ses enfants. En ce sens, il serait intéressant de collecter des données auprès des enfants de ces pères afin de mieux déceler leur perception du rôle paternel et parental assuré par leurs pères solos, et des changements survenus après la séparation de leurs parents. En outre, une telle recherche permettrait d'investiguer d'une manière plus approfondie la façon dont les enfants de ces pères vivent leur participation dans la consommation familiale, surtout que ces enfants semblent jouer un rôle important dans les achats quotidiens de leurs

familles ainsi que l'organisation de la sphère domestique comme notre recherche a révélé.

Une autre voie de recherche réside dans l'investigation de l'évolution du comportement de consommation des pères isolés dans le temps et de leur performance face à la consommation familiale et aux tâches domestiques. En effet, dans le cadre de notre recherche, nous avons interviewé des pères isolés qui ont été séparés depuis une durée d'au moins un an afin d'éviter des cas de pères qui vivent encore mal leur séparation. Bien que nos données portent sur plusieurs étapes de la vie conjugale ainsi que les étapes qui suivent la séparation, notre recherche reste limitée dans le temps. Une recherche longitudinale permettrait d'appréhender l'évolution dans le temps de la socialisation des pères au shopping, à la consommation familiale et aux tâches domestiques d'une manière plus générale. Une telle recherche permettrait également le rôle que la consommation joue dans le processus de socialisation des pères isolés à la sphère domestique.

Une voie de recherche supplémentaire consisterait à étudier le rôle maternel assuré par des groupes de pères partageant des caractéristiques communes telles que leur orientation sexuelle, leur classe sociale, leurs origines ethniques ou leur culture familiale. Des recherches cross-culturelles ou comparantes l'influence de certains facteurs sur la performance masculine dans une sphère traditionnellement perçue comme féminine contribueraient à mieux appréhender la consommation des familles non traditionnelles, uni-parentales comme monoparentales, gérées par un homme seul. Cela permettrait de mieux comprendre comment des facteurs sociaux ou culturels peuvent influencer les expériences vécues par ces pères seuls ainsi que leur consommation.

BIBLIOGRAPHIE

- Aarseth, H. (2009). From modernized masculinity to degendered lifestyle projects: Changes in men's narratives on domestic participation 1990-2005. *Men and Masculinities*, 11(4), 424- 440.
- Aarseth, H., & Olsen, B. M. (2008). Food and masculinity in dual-career couples. *Journal of Gender Studies*, 17(4), 277-287.
- Achin C., Lévêque S. (2006), *Femmes en politique*, Paris, La Découvert.
- Adkins L. (1995) *Gendered Work: Sexuality, Family and the Labour Market* (Buckingham: OpenUniversity Press).
- Adkins, L. (2005) The new economy, property and personhood, *Theory, Culture and Society* 22(1), pp.111-130.
- Andréani J.C. et Conchon F. (2003), Les méthodes d'évaluation de la validité des enquêtes qualitatives en marketing, *Congresso Internazionale « Le tendenze del marketing »*, Venezia, 28-29 novembre.
- Ahuja R., Stinson K. (1993) Female Headed Single parent Families: An Exploratory Study of Children's Influence in Family Decision Making, *Advances in Consumer Research*, 20. pp. 469-474
- Ahuja, R, Capella, L and Taylor, R (1998), Child influences, attitudinal and behavioral comparisons", *Journal of Marketing Theory & Practice*, Vol. 6, Issue 1, p. 48.
- Albert N.G., (2009) « Genre et Gender : un outil épistémologique transdisciplinaire », *Diogène* 2009/1 (n° 225), p. 3-4.
- Allard-Poesi F., Marechal C.G. (2003), Construction de l'objet de la recherche, in R.A. Thiétart (coord.), *Méthodes de recherche en Management*, Paris, Dunod, 38-53.
- Allen, K. et Walker A.J. (2000), "Constructing Gender in Families," in Robert M. Milardo and Steve Duck (Eds.), *Families as Relationships*, New York: John Wiley & Sons, 1-17.
- Algava, E. (2002), France's One-Parent Families in 1999 », *Population*, English Edition, 2002/4, vol.57, p. 729-752.
- Alreck, P.L. (1994). Commentary: A new formula for gendering products and brands. *Journal of Product & Brand Management*, 3(1), 6-18.
- Anderson E. (1995), *Hypatia - Special Issue: Analytic Feminism*. Volume 10, Issue 3, pages 50-84.

- Antonucci, T.C. (1994), "A life-span view of women's social relations", in B. F. Turner and L. E. Troll, eds., *Women Growing Older*, Thousand Oaks CA, Sage Publications, p. 239-269.
- Ariès, P. (1960), *L'Enfant et la vie familiale sous l'Ancien Régime*, Plon, 1960.
- Arnold S.J., Fischer E. (1994), Hermeneutics and consumer research, *Journal of Consumer Research*, 21, 1, 55-70.
- Arnould E.J., Price L., Moisio R. (2006), Making contexts matter: selecting research contexts for theoretical insights, in *Handbook of Qualitative Research, Methods in Marketing*, R. W. Belk, Edward Elgar, (coord.), Northampton, USA, p.106-125
- Arnould, E. J., Thompson, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, 31(March), 868-882.
- Arnould E.J., Wallendorf M. (1994), Ethnography: Interpretation Building and Marketing Strategy Formulation, *Journal of Marketing Research*, Vo.31, pp.484-504.
- Askegaard, S., Gertsen, M. C., & Langer, R. (2002). The body consumed: Reflexivity and cosmetic surgery. *Psychology and Marketing*, 19(10), 793-812.
- Askegaard S., Arnould E.J. et Kjeldgaard D. (2005), Postassimilationist ethnic consumer research: qualifications and extensions, *Journal of Consumer Research*, 32, 1, 160-170.
- Askegaard S. et Linnet J. (2011) Towards an epistemology of consumer culture theory: phenomenology and the context of context. *Journal of marketing Theory*, 11 (4) 381-404
- Askegaard S., Trolle-Linnet J. (2011), Vers une épistémologie de la théorie de la culture du consommateur (CCT) : phénoménologie, structure et contexte du contexte, *Perspectives Culturelles de la Consommation*, 1, 1-52.
- Atik D., Şahin D.Y. (2011), Conspicuous Consumption of the Neglected Majority: Low Income Consumers in a Non-Western Culture, *African Journal of Business Management*, 5, 13, 5330-5335.
- Avenier M.J. (2009), Par le paradigme des sciences de l'artificiel, déployer la pensée complexe dans l'interaction de pratiques et recherches, *Synergies Monde*, 6, 51-81.
- Avenier M.J. et Gavard-Perret M.L. (2012), Inscrire son projet de recherche dans un cadre épistémologique, in M.L. Gavard-Perret, D. Gotteland, C. Haon et A. Jolibert (coord.), *Méthodologie de la recherche : réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion*, Pearson Edition Universitaire, Paris, 11-62.

- Badinter, E. (1992), *XY de l'Identité Masculine*, Editions Jacob, Paris.
- Badinter, E. (1980), *L'Amour en plus. Histoire de l'amour maternel (XVII-XXe siècle)*. - Paris : Flammarion - 372 p
- Badot O. et Cova B. (1995), *Communauté et consommation : prospective pour un « marketing tribal »*, *Revue Française du Marketing*, 151, 1, 5-17.
- Baillette F., Liotard P. (1999), *Sport et virilisme*, Quasimodo & fils.
- Bakewell, C. et al. (2006), "UK generation Y male fashion consciousness". *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(2): 169-180.
- Bales, R. F. et Parsons T. (1955) *Family, socialization and interaction process*. Glencoe, IL: Free Press.
- Ballarin, J. (2012), *Parentalité et égalité professionnelle : Comment impliquer les hommes ?*, Ministère des solidarités et de la cohésion sociale, Février 2012.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs : Prentice Hall.
- Banister, E., Kerrane, B. (2016), *Can men mother ? Employed men's experience of shared parental leave and conceptions of fatherhood*, 13th Conference on Gender, marketing and Consumer Behaviour, Paris, June, 2016.
- Barak-Brandes, S. (2017), *Ideologies of Motherhood in Contemporary Israeli TV Commercials*, *Communication, Culture & Critique*, International Communication Association, 10, 58-75.
- Bardin L. (1977), *L'analyse de contenu*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Barth I. et Antébliau B. (2010), *Comprendre les courses ordinaires : enjeux et implications pour les grandes surfaces alimentaires*, *Décisions Marketing*, 58, 4-6, 49-60.
- Barth I. et Antébliau B. (2011), *Les petites histoires extraordinaires des courses ordinaires*, éditions EMS, Management et société.
- Barthes, Ronald (1975), *Roland Barthes par Roland Barthes*, Éditions du Seuil, Paris.
- Barrère-Maurisson, M-A. *L'évolution des rôles masculin et féminin au sein de la famille*, *Les Cahiers français : documents d'actualité*, La Documentation Française, 2012, numéro spécial des Cahiers Français : "Comment va la famille ?" (371), pp.22-29
- Barrett M., McIntosh M. (1982), *The Anti-Social Family*. London: Verso.
- Bates M., Gentry J. (1994) *Keeping the Family Together: How We Survived the Divorce*, *Advances in Consumer Research*, 21. pp. 30-34

- Battagliola F. (2004), *Histoire du travail des femmes*. Editions La Découvert.
- Baudelot C. et Establet R. (1992), *Allez les filles ! Une révolution silencieuse*. Editions Le Seuil.
- Baudrillard J. (1990), *Fatal Strategies*, London, Pluto.
- Baumann, G. (1996), *Contesting Culture: Discourses of Identity in Multi-ethnic London*, Cambridge University Press.
- Beaumel C., Bellamy V., 2014, « La situation démographique en 2012 », Insee Résultat, INSEE, n°154.
- Belch, G.E., Belch, M.A., Ceresino, G. (1985), "Parental and Teenage Child: Influences in Family Decision Making", *Journal of Business Research*, 13, April, 163-176.
- Belk R.W. (1984), A manifesto for consumer behavior of consumer behavior, in Anderson P.F. et Michael J.R. (coord.), *AMA Winter educator's conference scientific method in marketing*, Chicago, American Marketing Association, 163-167.
- Belk R.W. (1987), The role of Odyssey in consumer behavior and in consumer research, in Wallendorf M. et Anderson P.F. (coord), *Advances in Consumer Research*, 14, Provo, UT: Association for Consumer Research, 357-361.
- Belk R.W. (2006), *Handbook of qualitative research methods in marketing*, Cheltenham, Edward Elgar.
- Belk R.W. (2010), Sharing, *Journal of Consumer Research*, 5, 36, 715-734.
- Belk R.W., Wallendorf M. et Sherry J.F. (1989), The sacred and the profane in consumer behavior: theodicy on the Odyssey, *Journal of Consumer Research*, 16, 6, 1-38.
- Belk R.W., Wallendorf M. et Sherry J.F. (1989), The sacred and the profane in consumer behavior: theodicy on the Odyssey, *Journal of Consumer Research*, 16, 6, 1-38.
- Belk, R.W. & Costa, J. (1998) "The Mountain Man Myth: A Contemporary Consuming Fantasy," *Journal of Consumer Research*, 25(3), 218.
- Belkaoui, A. and Belkaoui, J.J. (1976), "A Comparative Analysis of the Roles Portrayed by Women in Print Advertisements, 1968, 1970, 1972," *Journal of Marketing Research*, 13 (May), 168-172.
- Belotti E. (1973), *Du côté des petites filles*, Paris, Editions Des Femmes.
- Bem, S. L. (1974) The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42, 155-162.

- Bem S. L. (1981): Gender schema theory: A cognitive account of sex typing. *Psychological Review*, Vol. 88, N°4, p. 354-364.
- Bendapudi, Neeli, and Robert P. Leone (2003), "Psychological Implications of Customer Participation in Co-production," *Journal of Marketing*, 67 (January), 14-28.
- Benson S.P. (1986), *Counter cultures: saleswomen, managers and customers in American department stores 1890-1940*, Urbana & Chicago, University of Illinois Press.
- Bereni L., Chauvin S., Jaunait A. et Revillard A. (2008), *Introduction aux Gender Studies : Manuel des études sur le genre*. Editions De Boeck, Bruxelles.
- Bereni L, Chauvin S., Jaunait A., Revillard A. (2012). *Introduction aux études sur le genre 2ème édition revue et augmentée*. Editions de Boeck, Bruxelles.
- Bergadà M. et Nyeck S. (1992), *Recherche en marketing : un état des controverses, Recherche et Applications en Marketing*, 7, 3, 21-44.
- Bergeron, C. Blouin, M. et al. (1995) *Dictionnaire de la réadaptation, tome 1 : termes techniques d'évaluation*. Québec : Les Publications du Québec, 130 p., p. 53
- Berk, Sarah Fenstermaker (1980), "The Household as Workplace: Wives, Husbands, and Children," in *New Space for Women*, ed. Gerda R. Wekerle, Rebecca Peterson, and David Morley, Boulder, CO: Westview, 65-82.
- Berkman, H.W., Gilson, C. (1986),. *Consumer behaviour. Concepts and strategies*. 3rd ed. Boston. Kent.
- Bernard, L. (1981), The multidimensional aspects of masculinity-femininity, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 41(4), 797-802.
- Bertaux D. (1980), *L'approche biographique: sa validité méthodologique, ses potentialités*, *Cahiers Internationaux de Sociologie*, LXIX, 198-225.
- Bertaux D. (1997), *Les récits de vie*, Paris, Nathan.
- Bettany, S. (2006),"Feminist Epistemology Meets the Masculinity of Marketing and Consumer Knowledge: a Contemporary Rendering of a Decade-Long Debate", in *GCB - Gender and Consumer Behavior Volume 8*, eds. Lorna Stevens and Janet Borgerson, Edinburgh, Scotland : Association for Consumer Research, Pages: 2.
- Bettany, S., Kerrane, B., and Hogg, M.K. (2014) 'The material-semiotics of fatherhood: the co-emergence of technology and contemporary fatherhood' *Journal of Business Research*, 67, 1544-1551
- Bettany, S.M. and Woodruffe-Burton, H.R (2005), *Progressing a taxonomy of possible reflexivities: guidelines for reflexive practice in consumer research*, *Advances in Consumer Research*.

- Blair, S. L., & Lichter, D. T. (1991). Measuring the division of household labor: Gender segregation of housework among American couples. *Journal of Family Issues*, 12, 91-113.
- Blau, F.D., Ferber, M.A. and Winkler, A.E. (2002) *The Economics of Women, Men and Work*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Blood, R.O., Wolfe, D.M.(1960), *Work: Husbands and Wives: The Dynamics of Married Living*, *The Sociological Quarterly*, Vol. 2, No. 2 (Apr., 1961), pp. 142-144.
- Boddy, C.R. (2004a) From brand image research to teaching assessment: using a projective technique borrowed from marketing research to aid an understanding of teaching effectiveness. *Journal of Quality Assurance in Education*, 12, 2, pp. 94-105.
- Boddy, C.R. (2004b) Projective techniques in business research: are they useful? *National Business Student Research Conference Refereed Proceedings*, Curtin University Graduate School of Business, Perth.
- Bordo, S. (1997), *Twilight zones: The hidden life of cultural images from Plato to O.J.* Berkeley: University of California Press.
- Bordo, S. (2003), *Unbearable Weight : Feminism, Western Culture, and the Body*, University of California Press.
- Borghino, B. (1999), *Genre et sexe, quelques éclaircissements*.
- Bonke, J., Gupta, D. and Smith, N. (2005) Timing and flexibility, of household and men and women's wages. In D.S. Hamermesh and G.A. Pfann (eds), *Contributions to Economic Analysis*. Amsterdam: Elsevier.
- Boulaire C. (2004), *Portrait chinois : le jeu de la métaphore en tant qu'expérience*, *Décisions marketing*, 36, 3, 39-47.
- Bourdieu, P. (1980), *La distinction, critique sociale du jugement.* », *Revue française de sociologie*, 1980, vol. 21, n° 3.
- Bourdieu, Pierre (1984) *Pierre Bourdieu, Homo academicus*, Paris, Les Éditions de Minuit, coll. « Le sens commun », 302 p.
- Bourdieu, P. (1986) The forms of capital. In J. Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (New York, Greenwood), 241-258.
- Bourdieu P. (1987), *Espace social et pouvoir symbolique dans Choses dites*. Editions de Minuit.
- Bourdieu P. (1998), *La Domination masculine*, Paris, Le Seuil, 1998, coll. Liber.

- Bourgeon D. et Filser M. (1993), Les apports du modèle expérientiel à l'analyse du comportement dans le domaine culture, Actes du 9° congrès de l'Association Française de Marketing, Aix-Marseille, 311-328.
- Boyatzis R.E. (1998), Transforming qualitative information : thematic analysis and code development, Thousand Oaks, Sage Publications.
- Boye, K. (2008), Happy hour? Studies on well-being and time spent on paid and unpaid work, Stockholm: Swedish Institute for Social Research SOFI.
- Brandt, B., Kvande, E. (2013), Fedrekvoten og den farsvennlige velferdsstaten, [The paternal leave quota and the fatherhood friendly welfare state], Universitetsforlaget, Oslo, Norway
- Brannon, R (1985) : Dimensions and the Male Sex Role in America. In Sargent Alice. G. (Ed). Beyond Sex Roles. West Publishing Company : St. Paul. 296-316.
- Brannon, R. & David (1976). The Forty-nine percent majority: The male sex role. Addison-Wesley.
- Branthwaite, A., Lunn, T. (1985), "Projective Techniques in Social and Market Research," in Robert Walker, ed., Applied Qualitative Research, Aldershot, England: Gower, 101-121.
- Braun, M., et al. (2008) „Perceived Equity in the Gendered Division of Household Labour“, Journal of Marriage and Family 70(5): 1145-1156.
- Bristor, J. M. et Fischer E. (1993), "Feminist Thought: Implications for Consumer Research," Journal of Consumer Research, 19 (4), 518-36.
- Brooks A. (1997), Postfeminisms : Feminism, Cultural Theory and Cultural Forms. Routledge.
- Brown, R., Hinkle, S., Ely, P. G., Fox-Cardamone, L., Maras, P., & Taylor, L. A. (1992). Recognizing group diversity: Individualist-collectivist and autonomous-relational social orientations and their implications for group processes. British Journal of Social Psychology , 31, 327-342.
- Brownlie, D., & Hewer, P. (2007). Prime beef cuts: Culinary images for thinking 'Men'. Consumption Markets & Culture, 10(3), 229-250.
- Bruchez C., Fasseur F., Santiago M. (2006), Entretiens phénoménologiques^[1] et entretiens focalisés sur l'activité : ^[2] analyse comparative, similitudes et variations, Actes du 1er Colloque International Francophone sur les Méthodes Qualitatives, Montpellier, (27-29 Juin), 98-125.
- Bruegilles, C., Cromer, I. & Cromer, S. (2002). Les représentations du masculin et du féminin dans les albums illustrés ou Comment la littérature enfantine contribue à élaborer le genre. Population, 57, 261-292.

- Brynjolfsson, E., Hu Y.J., & Smith, M.D. (2006), "From Niches to Riches: Anatomy of the Long Tail," *Sloan Management Review*, 47 (4), 67-71.
- Bryan, M.L. and Sevilla-Sanz, A. (2007) Does housework lower wages and why? Evidence for Britain Discussion Working Paper Series 331, Department of Economics, Oxford University.
- Bryson V. (1999), *Feminist Debates: Issues of Theory and Political Practice*, NYU Press.
- Bryson V. (2003), *Feminist Political Theory : An Introduction* Palgrave Macmillan, Basingstoke & New York.
- Buisson G. et al (2015), *Depuis combien de temps est-on famille monoparentale ?*, Insee, Première, Mars.
- Burda, M.C., Hamermesh, D.S. and Weil, P. (2007) The distribution of total work hours in the EU and US. In T. Boeriet al.(eds), *Are Europeans Lazy or Americans Crazy?* New York: Oxford University Press.
- Burnett, S.B., Gatrell, C.J., Cooper, C.L. and Sparrow, P. (2013) 'Fathers at work: a ghost in the organizational context' 20, 6, 632-64
- Burns, L.D., Lennon, S.J., (1993). Social perception: methods for measuring our perception of others. *International Textile and Apparel Association Special Publication* 5:153-159.
- Bussey K. et Bandura A. (1999), Social cognitive theory of gender development and differentiation. *Psychological Review*, 106, 676 - 713 differentiation. *Psychological Review*, 106, 676-713
- Butler, J. (1990), *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity* (Subversive bodily acts, IV Bodily Inscriptions, Performative Subversions). New York: Routledge. p. 179
- Butler J. (2006), *Trouble dans le genre : Le féminisme et la subversion de l'identité*. Editions La Découverte.

- C -

Campbell C. (1997) Shopping, pleasure ad sex war. In Falk P, Campbell C (eds). *The shopping experience*. Sage: Thousands oaks, CA; 166-176.

- Carrigan, T., Connell, R. & Lee, J. (1985), *Toward a New Sociology of Masculinity, Theory and Society*, vol. 14, n.5, 551-604.
- Carter, B. & McGoldrick, M. (1999). *The Expanded Family Lifecycle. Individual Family and Social Perspectives (Third edition)*. Boston: Allyn & Bacon.
- Caplovitz, D. (1963), *The Poor Pay More: Consumer Practices of Low-Income Families*. *Administrative Science Quarterly*. Vol. 8, No. 4, pp. 568-570.
- Cappellini, B., Parsons, E. (2012), "(Re)enacting Motherhood: Self-sacrifice and Abnegation in the Kitchen," in *Identity and Consumption*, R.W. Belk and A. Ruvio (eds). London: Routledge.
- Casper, L. M., Bianchi, S. M. (2002), *Change and Continuity in the American Family*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Catterall, M. (1998), *Academics, Practitioners, and qualitative market research, Qualitative Market Research : An International Journal*, 1,2, pp. 69-76.
- Catterall, M., Ibboston, P., *Using Projective Techniques in Education Research, British Educational Research Journal*, Volume 26, Issue 2, April 2000, Pages 245-256
- Catterall, M. and Hamilton, K.L. (2007) *Keeping up appearances: low-income consumers' strategies aimed at disguising poverty, Asia-Pacific Advances in Consumer Research*. Lees, M., Davis, T. & Gregory, G. (eds.). Vol. 7, p. 184 - 189 6 p.
- Catterall, Miriam, Pauline Maclaran, and Lorna Stevens (2005), "Postmodern Paralysis: The Critical Impasse in Feminist Perspectives on Consumers", *Journal of Marketing Management*, 21 (5-6), 489-504.
- Cawelti, J.G. (1989), *Apostles of the Self-Made Man*, Chicago: University of Chicago Press.
- Chapman, R. (1988). *The great pretender: Variations on the new man theme*. In R. Chapman & J. Rutherford (Eds.), *Male order: Unwrapping masculinity* (pp. 235-248). London: Lawrence and Wishart.
- Chardon O. et al. (2008), *Les familles monoparentales. Des difficultés à travailler et à se loger*, Insee Première, n° 1195.
- Chatard A. (2005), *Domination masculine et identité de genre*, *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, 2005/3 Numéro 67-68, p. 113-123.
- Chaudhury, S and Hyman, M (2009), *Summary brief: children's influence on consumption related decisions in single-mother families: a review and research agenda* , *Society for Marketing Advances Proceedings*, pp. 47-48.

- Chauncey (2003[1994]), *Gay New York: Gender, Urban Culture, and the Making of the Gay Male World, 1890-1940*. Editions Basic Books.
- Cherrier H., Murray J.B. (2007), Reflexive dispossession and the self: constructing a processual theory of identity, *Consumption, Markets & Culture*, 10, 3, 1-29.
- Chiland, C. (1995). La naissance de l'identité sexuée. In S. Lebovici, R. Diatkine et M. Soulé (Eds.) *Traité de psychiatrie de l'enfance et de l'adolescence*. Paris : PUF.
- Chodorow, N. (1978), "The Reproduction of Mothering: Psychoanalysis and the Sociology of Gender", University of California Press.
- Chour, M., Fosse-Gomez, M-H. (2016), Construction of Fatherhood within the Domestic Sphere : A Focus on Single Fathers, World Marketing Congress, Academy of Marketing Science, Paris, July 2016.
- Chour, M., Fosse-Gomez, M-H. (2014), Les Pères Isolés face aux Courses : « I will Survive ! », Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, Rouen, Novembre 2014.
- Christopher K. (2012), Extensive Mothering : Employed Mothers' Constructions of the Good Mother, *Gender & Society* February 2012 vol. 26 no. 1 73-96.
- Churchill, G.A. 1991. *Marketing research methodological foundations*. 5th ed. Chicago. Dryden.
- Clair I. (2010), Je suis une salope ! Dans De Singly F., Giraud C., Martin O. *Nouveau manuel de Sociologie*. Editions Armand Colin.
- Clarke, J. (1983) Sexism, feminism and medicalisation: a decade review, *Sociology of Health & Illness*, 5, 62-81.
- Clegg, N (2015), 'Shared parental leave law comes into effect' BBC, 5 April, <http://www.bbc.co.uk/news/business-32183784>
- Clifford J. (1988), *The predicament of culture: twentieth century ethnography, literature and art*, Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Collier, Richard (1995). *Masculinity, Law and the Family*. London : Routledge.
- Collinson D. L., Hearn J., (2004), *Men as managers, managers as men. Critical perspectives on men, masculinities and managements*, Sage Publications, Londres, 1996 - Molinier Pascale, « déconstruire la crise de la masculinité », *Mouvements*, Vol. 31, 2004, p.24-29.
- Colman, A.M. (2001), *A Dictionary of Psychology, Projective Tests*.
- Commuri, S. et Gentry, J.W. (2000), "Opportunities for Family Research in Marketing," *Academy of Marketing Science Review*.
- Connell, R. (1987) *Gender and power*. Sydney, Australia: Allen and Unwin.

- Connell, R. (1995), *Masculinities*, Cambridge, Polity Press:Sydney, Allin and Unwin, Berkeley, University of California Press, Second edition.
- Connell, R. (2002) *Gender*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Connell R. (2005) Globalization, imperialism, and masculinities. In *Handbook of studies on men & masculinities*, edited by M. S. Kimmel, J. Hearn, and R. W. Connell. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Connell, R. (2014) Identity. In Catherine R. Stimpson, Gilbert Herdt (Eds.), *Critical Terms for the Study of Gender*, (pp. 156-177). Chicago: The University of Chicago Press.
- Connell, R. (2014), Margin becoming Center: for a world-centered rethinking of masculinities. *Norma: International Journal for Masculinity Studies*, vol. 9, n.4, 217-231.
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829–859.
- Coontz, S. (2011) *A Strange Stirring: "The Feminine Mystique" and American Women at the Dawn of the 1960s*. Basic Books.
- Corfman K.P. (1990), Methodological problems in survey and experimental research on family choice processes, in Goldberg M.E., Gorn G. et Pollay R.W. (coord.), *Advances in Consumer Research*, 17, Provo, Association for Consumer Research, 520-523.
- Costa, J. (1994), *Gender Issues and Consumer Behavior*, London: Sage Publications.
- Coskuner-Balli G. et Craig J. Thompson. (2013) "The Status Costs of Subordinate Cultural Capital: At-Home Fathers' Collective Pursuit of Cultural Legitimacy Through Capitalizing Consumption Practices." *Journal of Consumer Research*. Vol. 40
- Coskuner, G. (2006). *Exploring Masculine Ideologies*. *Advances in Consumer Research*, Vol. 33.
- Cova, B. (1995), *Au-delà du marché : quand le lien importe plus que le bien*, L'Harmattan, Paris.
- Cova, B., Cova, V. (2009), *Les figures du nouveau consommateur : une genèse de la gouvernementalité du consommateur*, *Recherche et Applications en Marketing*, 24, 3, 81-100.
- Cova, B., Cova, V. (2002), *Tribal Marketing, The tribalization of society and its impact on the conduct of marketing*, *European Journal of Marketing*, Vol. 36 Issue: 5/6, pp.595-620.

- Craig, L. and Mullan, K. (2011) 'How mothers and fathers share childcare: a crossnational time-use comparison' *American Sociological Review*, 76, 6, 834-86
- Cramphorn, Michael (2011), "Gender Effects in Advertising", *International Journal of Market Research*, Vol. 53
- Crask, M. R., Lanier, D., Trawick, F., Woodliff, C., & Reynolds, F. D. (1977). The modern masculine lifestyle. In W. D. Perreault Jr (Ed.), *NA - Advances in consumer research* (Vol. 04, pp. 242-246). Atlanta, GA: Association for Consumer Research.
- Creswell J.W. (1998), *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions*, Thousand Oaks, CA, Sage Publications.
- Cromer S., Dauphin S, Naudier D. (2010), *l'enfance laboratoire du genre*. Introduction. *Cahiers du Genre*, 49(2), 201.
- Crompton, R. (1997) *Women and Work in Modern Britain*. Oxford: Oxford University Press.
- Crosby, F.J. (1991), *Juggling: The Unexpected Advantages of Balancing Career and Home for Women and Their Families*. New York: Free Press.

- D -

- Dafflon-Novelle A. (2006), *Filles-garçons : socialisation différenciée ?* Editions Presses Universitaires de Grenoble.
- Dahl, D.W., Moreau, C.P. (2007), *Thinking inside the Box : Why Consumers enjoy Constrained Creative Experiences*, *Journal of Marketing Research*, 44, 357-69.
- Dalakas and Shoham (2003), "Family consumer decision making in Israel: the role of teens and parents", *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 20.
- Darley W.K. and Lim J.S. (1986) , "Family Decision Making in Leisure-Time Activities: an Exploratory Investigation of the Impact of Locus of Control, Child Age Influence Factor and Parental Type on Perceived Child Influence", in *NA - Advances in Consumer Research Volume 13*, eds. Richard J. Lutz, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 370-374.
- David, D. Brannon, R. (1976). *The male sex role: Our culture's blueprint for manhood, what it's done for us lately*. In D. *David & R. Brannon* (Eds.)
- Davis A. (2007[1981]), *Femmes, race et classe*. Editions des Femmes.

- Davis, H.L., Greenstein, and Marks (2007), "Effects of Union Type on Division of Household Labor : Do Cohabiting Men Really Perform More Housework?", *Journal of Family Issues*, 28 (9), 1246-72.
- Davis H.L (1970), Dimensions of Marital Roles in Consumer Decision Making, *Journal of Marketing Research*, 7, 4, 168-177.
- Davis, H.L. (1971), Measurement of Husband-Wife Influence in Consumer Purchase Decisions, *Journal of Marketing Research*, 8. 305-312.
- Davis, H.L., (1976), Decision Making Within the Household, *Journal of Consumer Research*, 2, mars, 241-260.
- Davisse A. et Louveau C. (1998), *Sports, école et société : la différence des sexes*. Editions l'Harmatta.
- Debest C., Mazuy M. (2014) « rester sans enfant, un choix de vie à contre-courant » *Populations et Société* n° 508
- Decoopman I., Gentina E., Fosse-Gomez M-H. (2010) "La confusion des générations? Les enjeux identitaires des échanges vestimentaires entre les mères et leur fille adolescente" *Recherche et Applications en Marketing*, vol 25, n°3.
- Dejours C. (1998), *Souffrance en France - La banalisation de l'injustice sociale*, Seuil.
- Deshpande R. (1983), Paradigm lost: on theory and method in research marketing, *Journal of Marketing*, 47, p.101-110.
- Devreux A-M. (1997), « des appelés, des armes et des femmes : l'apprentissage de la domination masculine à l'armée », *Nouvelles questions féministes*, Vol. 18, n° 3-4, p.49-78
- DeVault, M. (1991). *Feeding the family. The social organization of caring as gendered work*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- De Beauvoir, S. (1949) "Le Deuxième Sexe", tomes I et II, éd. Gallimard, 1949, 400p.
- De La Vega X. (2005), « Genre et identité : Judith Butler en France », *Sciences Humaines*, 163.
- De Singly F. (1993), « Les habits neufs de la domination masculine », *Esprit* n°196, pp 54-64.
- De Singly F. (2000), *Le soi, le couple et la famille*, Nathan, Paris 2000
- De Singly F. (2007), *Sociologie de la famille contemporaine: Domaines et approches*. Editions Armand Colin.

- Delphy C. (1998), *L'ennemi principal : Tome 1 : économie, politique du patriarcat*. Editions Syllepse. Collection Nouvelles Questions Féministes.
- Delphy C. (2015), *Dominating Others : Feminism and Racism after the War on Terror*. Verso Books.
- Denzin N.K. et Lincoln Y.S. (1994), *Handbook of qualitative research*, Thousand Oaks ; London: Sage.
- Dermott, E. (2008), *Intimate Fatherhood: A Psychological Analysis*, Routledge.
- Deshpande R. (1983), *Paradigm lost: on theory and method in research marketing*, *Journal of Marketing*, 47, p.101-110.
- Diamond, L. M. (2007). *A dynamical systems approach to the development and expression of female same-sex sexuality*. *Perspectives on Psychological Science*, 2, 142-161.
- Dichter, E., (1960), *Strategy of Desire*, Doubleday, New York, USA.
- Dichter, E. (1964), *Handbook of Consumer Motivations*, USA, McGraw Hill, p.404
- Diekman, A.B. et Eagly, A.H. (2000) *Stereotypes as dynamic constructs: Women and men of the past, present, and future*. *Personality and social psychology bulletin* 26 (10), 1171-1188.
- Dion D. (2007), *Les apports de l'anthropologie visuelle à l'étude des comportements de consommation*, *Recherche et Application en Marketing*, 22, 1, 61-78.
- Divard R. (1997), *La dynamique décisionnelle dans le couple*, *Recherche et Applications en Marketing*, 12, 1, 69-88.
- Donoghue, S. (1998), 'n Verkennend-beskrywende ondersoek na die rol van sosiale motiewe en verbruikerstereotipering by bepaalde swart, vroulike, opkomende verbruikers sekeuse van groot elektriese huishoudelike toerusting. Skripsie vir Magistergraad in Huishoudkunde. Pretoria. Universiteit van Pretoria.
- Donovan, J. (1992), *Feminist Theory: The Intellectual Traditions of American Feminism*, New York.
- Dorlin E.(2008), *Black feminism - Anthologie du féminisme africain-américain, 1975-2000*. Editions L'Harmattan.
- Dortier, J.F. (2008), *Le dictionnaire des sciences humaines*. Auxerre : Sciences Humaines éditions.
- Douglas, S. J. (1994). *Where the girls are: growing up female with the mass media*. New York: Times Books/Random House.

Drago, R. (2011) 'What would they do? Childcare under parental leave and reduced hours option' *Industrial Relations*, 50, 4, 610-628

Duvander, A.Z., Ferrarini, T., Johansson, M. (2015), "Familjepolitik för alla? En ESOrapport om föräldrappening och jämställdhet," Rapport till Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi,

- E -

Eagly, A.H. (1987), *Sex differences in social behavior : A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Eagly, A.H. (1995), The science and politics of comparing women and men. *American Psychologist*. 50,145-158.

Eagly, A.H., & Wood, W. (1999), The origins of sex differences in human behavior : Evolved dispositions versus social roles. *American psychologist*. Vol. 54. No 6, 408-423.

Eckert H. et Faure S.(2007), *Les jeunes et l'arrangement des sexes*. Editions La Dispute.

Edin K, Lein L (1997) *Work, Welfare, and Single Mothers' Economic Survival Strategies*, *American Sociological Review*, vol. 62, 2, 253-266.

Edmond, E. (2009) *La représentation du genre masculin et du genre féminin dans le téléroman québécois : le cas de Lance et Compte.*, Université Laval, Québec, QC.

Eisend, M. (2010), "A Meta-analysis of Gender Roles in Advertising", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38, 418-440.

Ehrenreich, B. (1983), *Women in the Global Factory* Ed.

Ehrenreich, B. (1994), *The hearts of Men: American Dreams and the Flight from Commitment*. Random House LLC.

EhrhardtA et Money J. (1974), *Man and Woman, Boy and Girl: Gender Identity from Conception to Maturity*. Editions : Jason Aronson Inc. Publisher.

Elliott, R. & Elliott, C. (2005) Idealized images of the male body in advertising: a reader response exploration, *Journal of Marketing Communications*, Vol. 11. N°1, 3-19.

Ellingsater, L. A. & Leira, A. (2006) (Eds) *Politicizing Parenthood in the Scandinavia, Gender Relations in Welfare states*. The policy press, UK

- Engel J., Kollat D. et Blackwell R. (1968), *Consumer Behavior*, New York, Holt, Rinehart and Winston.
- Epp A. et Price L. (2008) Family identity: a framework of identity interplay in consumption practices, *Journal of Consumer Research* 35 (1), 50-70.
- Evans, Adrienne, Sarah Riley, and Avi Shankar (2010), "Technologies of Sexiness: Theorizing Women's Engagement in the Sexualization of Culture," *Feminism & Psychology*, 20 (1), 114-31.
- Ewen E. (1985), *Immigrant women in the land of dollars: life and culture on the lower east side, 1890-1925*, New York, Monthly Review.
- Eydoux, A., Letablier, M-T, (2007). *Les Familles Monoparentales en France*, Recherche et Prévisions, volume 93, no. 1

- F -

- Falk P., Campell C. (1997), *The shopping experience*, London, Sage Publications
- Fassin E. (2005), « L'avenir sera-t-il *queer* ? » *Sciences Humaines*, 163, 2005, pp. 40-43.
- Fausto-sterling A.(2000), *Sexing the Body: Gender Politics and the Construction of Sexuality*. Editions Basic Books.
- Felski R. (2000), *Doing time: Feminist theory and postmodern culture*, NYU Press.
- Felski R. (2009), *The gender of modernity*, Harvard University Press.
- Ferre M.M. (1990), *Beyond Separate Spheres : Feminism and Family Research*. *Journal of Marriage and the Family.*, 52: 66-884.
- Fine, A. (1998) « Françoise Héritier, Masculin, Féminin. La pensée de la différence. », *Clio. Histoire, femmes et sociétés*.
- Firat, A. Fuat. (1991), "The Consumer in Postmodernity", in *NA - Advances in Consumer Research* Volume 18.
- Firat, F. (1992), « Fragmentations in the Postmodern », *Advances in Consumer Research*, Vol. 19, 203-206.
- Firat A. F. (1994). "Gender and Consumption: Transcending the Feminine?" In *Gender Issues and Consumer Behavior*. Ed. Janeen Arnold Costa, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 205-228.

- Firat, A.F., Venkatesh, A., (1993), Postmodernity: the age of marketing, *International Journal of Research in Marketing*, 10 pp.227-249
- Firat A.F. et Venkatesh A. (1995), Liberatory postmodernism and the reenchantment of consumption, *Journal of Consumer Research*, 22, 3, 239-267.
- Fischer, E. et Arnold, S. J. (1990), "More Than a Labor of Love: Gender Roles and Christmas Gift Shopping," *Journal of Consumer Research*, 17, 333-345.
- Fischer, E. et Bristor, J. (1994), A Feminist Poststructuralist analysis of the rhetoric of marketing relationships. *International Journal of Research in Marketing* 11, 4: 317-31.
- Fischer E. et Gainer B. (1991), I shop therefore I am : The role of shopping in the social construction of women's identities, in Costa G.A. (coord.), *Gender and consumer behavior*, Salt Lake City, University of Utah Press, 330-357.
- Fischer E. et Otnes C. (2006), Breaking new ground: developing grounded theories in marketing and consumer behavior, in Belk R.W. (coord.), *Handbook of qualitative research methods in marketing*, Cheltenham, Elgar Publishing, 19-30.
- Fischler C. (1993), Une « féminisation des mœurs », *Esprit* n°196, pp. 9-28.
- Fize, M. (2005), *La famille*, Le cavalier bleu, Paris.
- Fjellström, C. (2007). Att skapa en relation – laga mat som symbolhandling. In M. P. Ekström, H. Åberg, K. Bergström, & H. Prell. (Eds.), *Hushållsvetenskap & Co.* Göteborg: Göteborgs Universitet.
- Flandrin J-L., (1984), *Familles, maisons, parenté, sexualité dans l'ancienne société*, Paris, Le seuil ; 1984, 285 p.
- Flick U. (1998), *An introduction to qualitative research*, Londres, Sage Publications.
- Flocker, M. (2003), *The Metrosexual Guide to Style: A Handbook for the Modern Man*, Editions: Da Capo Press Inc.
- Flurry, L. A. (2007) "Children's Influence in Family Decision-Making: Examining the Impact of the Changing American Family," *Journal of Business Research*, 60 (4), 322-330.
- Flynn, J. R. (2007) *What Is Intelligence?: Beyond the Flynn Effect*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Forsberg, L. (2009), *Involved parenthood. everyday lives of Swedish middle-class families*, *Linköping Studies in Arts and Science* No. 473.
- Foucault M. (1966), *Les mots et les choses* (réédition de 1990). Editions Gallimard.
- Foucault M. (1968), *Archéologie du Savoir* (réédition de 2008). Editions Gallimard.

- Foucault M. (1976), *Histoire de la sexualité, tome 1 : La Volonté de savoir*. 248 pages. Editions Gallimard. Edition de 1994.
- Foucault M. (1978), *The History of Sexuality*, translated by R. Hurley, Penguin Books.
- Foucault M. (1984), *Histoire de la sexualité II. L'usage des plaisirs*, Paris, Gallimard.
- Fram, E.H., Cibotti, E. (1991) The shopping list studies and projective techniques: a 40-year view. *Marketing Research*, 3, 4, pp. 14-22.
- Franklin, C. (1984). "Black Male-Black Female Conflict: Individually Caused and Culturally Nurtured". *Journal of Black Studies*, 15 (2), 139-154.
- Friedan, B. (1963), *The Feminine Mystique*, W. W. Norton and Co.
- Froidevaux-Metterie Camille (2015), *La Révolution du Féminin*, Paris : NRF, Gallimard.
- Fuller, P. (1996). Masculinity, Emotion and Sexual Violence. In Morris, L. & Lyon, E. S. (eds), *Gender Relations in Public and Private. New Research Perspectives*. London: Macmillan, pp. 226-243.
- Fung, A. (2002), "Women's Magazines: Construction of Identities and Cultural Consumption in Hong Kong," *Consumption, Markets & Culture*, 5 (4), 321-36.

- G -

- Gadamer H.G. (1960) [2011], *Vérités et méthode, les grandes lignes d'une herméneutique philosophique*, Paris, Editions du seuil.
- Gainor, K.A. (2000). Including transgender issues in lesbian, gay, and bisexual psychology: Implications for clinical practice and training. In B. Greene & G.L. Croom (Eds.), *Psychological perspectives on lesbian and gay issues: Vol. 5. Education, research, and practice in lesbian, gay, bisexual, and transgendered psychology: A resource manual* (pp. 131-160).
- Gamble, M., Gamble, T. (2003), *The Gender Communication Connection*. Boston : Houghton Mifflin Company.
- Garfinkel H. (1967), *Studies in ethnomethodology*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall inc.
- Gatrell, C.J., Burnett, S.B., Cooper, C.L. and Sparrow, P. (2014) 'Parents, perceptions and belonging: exploring flexible working among UK fathers and mothers' *British Journal of Management*, 25, 473-48

- Gautier G. (2006), Familles monoparentales, familles recomposées : un défi pour la société française. Rapport d'information sur l'activité de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes pour l'année 2005-2006 », n° 388, Sénat.
- Gavard-Perret M.L., Gotteland D., Haon C. et Jolibert A. (2008), *Méthodologie de la recherche*, Paris, Pearson.
- Gelber, S. M. (1997), "Do-It-Yourself: Constructing, Repairing, and Maintaining Domestic Masculinity," *American Quarterly*, 49 (March), 66-112.
- Gelber, S. M. (1999), *Hobbies: Leisure and the Culture of Work in America*, New York: Columbia University Press.
- Geertz C. (1973), *The interpretation of cultures*, New York, NY: Basic Books.
- Geertz C. (1978), The bazaar economy: information and search in peasant marketing, *American Economic Review*, 68, 2, 28-32.
- Geertz C. (1999), *Savoir local, savoir global*, Presses Universitaires de France.
- Ger G. et Sandikci O. (2006), Doing research on sensitive topics: studying covered Turkish women, in Belk R.W. (coord.), *Handbook of Qualitative Research*, Cheltenham, UK, Edward Elgar, 509-520.
- Gentina E., Collin-Lachaud I. et Fosse Gomez M.H. (2012), « Take 1, get 5 ! » : la fidélisation collective des adolescentes aux magasins de prêt-à-porter, *Management et Avenir*.
- Gentina E. et Fosse Gomez M.H. (2006), La consommation symbolique dans les rituels chez les adolescents, application au maquillage, *Actes des Ve Journée Normandes de recherche sur la consommation*, Caen, 1-21.
- Gentry, J., Commuri, S., & Jun, S. (2003). Review of literature on gender in the family. *Academy of Marketing Science Review*, 7(2)
- Gentry J.W., Harrison, R. (2007) 'Vulnerability of Single Fathers in the Transition to their New Parental Role', *European Advances in Consumer Research*.
- Gentry, J., & Harrison, R (2010), "Is advertising a barrier to male movement toward gender change?," *Marketing Theory*, 10(1): 74-96.
- Gilligan, C., Nona, L., Trudy J. H. (1990), *Making Connections*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Giorgi A. (1975), An application of phenomenological method, in Giorgi A., Fischer A. et Murray E. (coord.), *Duquesne studies in phenomenological psychology*, 2, Pittsburgh, Dusquesne University Press.

- Girod-Séville M. & Perret V. (1999), « Fondements épistémologiques de la recherche ». Méthodes de recherche en management, sous la direction de R.A.Thiétart, EditionDunod, pp.13-33.
- Glaser B., Strauss A. (1967), *The discovery of ground theory: strategies for qualitative research*, New York, Aldine de Gruyter.
- Gneezy, U., Leonard K.L., et List J.A. (2009): "Supplement to 'Gender Differences in Competition: Evidence From a Matrilineal and a Patriarchal Society'," *Econometrica Supplemental Material*, 77.
- Godelier M. (2007), *Au fondement des sociétés humaines* Albin Michel, Paris.
- Godelier, M. (1982), *La production des grands hommes. Pouvoir et domination masculine chez les Baruya de Nouvelle-Guinée*, Fayard. Coll. « L'espace du politique ».
- Goffman E. (1959 [1973]-a), *La mise en scène de la vie quotidienne, tome 1: La présentation de soi*, Paris, Minuit, coll. Le Sens Commun.
- Goffman E. (1959 [1973]-b), *La mise en scène de la vie quotidienne, tome 2 : la présentation de soi*, Paris, Minuit, coll. Le Sens Commun.
- Goffman E. (1975): *Stigmate*. Les Editions de Minuit. Collection Le Sens Commun.
- Goffman E. (1977) « The arrangement between the Sexes », *Theory and Society*, vol. 4, no 3,, p. 301-331
- Goguikian-Ratcliff, B. (2002). *Le développement de l'identité sexuée : du lien familial au lien social*. Berne : Peter Lang.
- Golombok, S. & Fivush R. (1994). *Gender Development*. Cambridge : University Press.
- Gontard, M. (1998), « Posmodernisme et littérature », *Œuvres et Critiques*, Volume 23, n°1, pp. 28-48.
- Gopaldas, A. & DeRoy, G. (2015). "An Intersectional Approach to Diversity Research," *Consumption Markets & Culture*, 18 (4), 333-64.
- Gordon, W., Langmaid, R. 1988. *Qualitative market research*. Aldershot. Gower.
- Gordon, W. & Langmaid, R. (1990), *Qualitative Market Research. A Practitioner's and Buyer's Guide*. Aldershot: Gower.
- Gorge, H. (2014), *Appartenir à la société de consommation en étant travailleur pauvre : une approche socio-historique de la construction de la figure du consommateur pauvre*. Economies et finances. Université du Droit et de la Santé - Lille II, 2014.

- Götze, E. et al. (2009) Children's Impact on Innovative Decision Making: A Diary Study. *European Journal of Marketing*. Vol. 43 (1/2) pp. 264-295.
- Gottzén, L. & T. Kremer-Sadlik (2012), "Expectations, fatherhood and youth sports: A balancing act between care and expectations," *Gender & Society*, 26 (4), 639-664.
- Grbich C. (1999), *Qualitative research in health : an introduction*, London : Sage.
- Green, J. 1984. Approaching the core of consumer behaviour. *Marketing Research* November:19-20.
- Gregersdötter, K. & Hällén, N. (2013), "Femininities and Masculinities in Action: On Theory and Practice on a Moving Field," *Freeland, UK: Inter-Disciplinary.Net*
- Gronmo, S., (1988), "Compensatory Consumer Behaviour: Elements of a critical sociology of consumption", in Otnes, P. (ed), *The Sociology of Consumption*, Solum Forag Norway: Humanitites Press, New York.
- Gross R. (2005) *Psychology : the Science of Mind and Behaviour*, London : Hodder & Stoughton.
- Grosz E. (1994), *Volatile Bodies: Toward a Corporeal Feminism*, Bloomington: Indiana University Press.
- Guba E.G. et Lincoln Y.S. (1989), *Fourth generation evaluation*, Newbury Park, Sage Publications.
- Guillaumin C. (1992): *Sexe, Race et Pratique du pouvoir*. Paris, Côté-Femmes.
- Guillonneau M., Moreau C., (2013), « La résidence des enfants de parents séparés », Rapport thématiques du ministère de la Justice, DACS, novembre.

- H -

- Haire, M. 1950. Projective techniques in marketing research. *Journal of Marketing Research* 14(5):649-656
- Hantrais, L. et Letablier, M., (1996). *Families and Family Policies in Europe*. Longman, London and New York.
- Harding, S. (1987), *Feminism and Methodology*. Bloomington. Indiana University Press.
- Harrison R., and Gentry J. (2007), "Single Fathers and Household Production and Consumption: Their Story, and Their Children's", in E - *European Advances in Consumer Research* Volume 8, eds.

- Harrison, R. L., J. W. Gentry, & S. Commuri (2012). "A grounded theory of transition to involved parenting: The role of household production and consumption in the lives of single fathers" in *Gender, Culture, and Consumer Behavior*, eds. A.A. Ruvio and R. W. Belk. London: Routledge, 335-365.
- Heibrunn B. (2010), *La consommation et ses sociologies*, Paris, Armand Colin.
- Heisley D.D., Holmes P.S. (1987), A review of family consumption research: the need for a more anthropological perspective, in Wallendorf M. et Anderson P. (coord.), *Advances in Consumer Research*, 14, Provo, Association for Consumer Research, 453-457.
- Hekman, S. (1990), *Gender and Knowledge: Elements of a Postmodern Feminism*, Boston: Northeastern University Press.
- Hernandez, D. (1990), *Studies in Household and Family Formation: When Households Continue, Discontinue and Form*, Current population report, P-23, N° 179.
- Héritier F. (1996), *Masculin-Féminin : La pensée de la différence*. Editions Odile Jacob.
- Herpin, N., Olier, L., (1997), *Les Familles Monoparentales Aidées mais Fragilisées*, France Portrait Social, Paris, INSEE, pp. 85-99.
- Hetzel P. (2003), *Pratiques et tabous du marketing : segmenter par les critères ethniques et communautaires*, *Décisions Marketing*, 32, 10 - 12, 97-103.
- Heward, C. (1996), *Masculinities and Families*. In M.Mac and Ghail (Ed.), *understanding masculinities* (pp. 35-49) Buckingham: Open University Press.
- Hirschman E.C. et Holbrook M.B. (1982), *Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions*, *Journal of Marketing*, 46, Summer, 92-101.
- Hirschman E.C. (1986), *Humanistic inquiry in marketing research philosophy: method and criteria*, *Journal of Marketing Research*, 13, 8, 237-249
- Hirschman, E.C. (1990), "The Day I Almost Died: A Consumer Researcher Learns Some Lessons from a Traumatic Experience," in *Research in Consumer Behavior*, Vol. 4, ed. Elizabeth C. Hirschman, Greenwich, CT:JAI, 115-130.
- Hirschman E.C. et Holbrook M.B. (1992), *Postmodern consumer research*, Newbury Pack, CA, Sage Publications.
- Hirschman, E.C. (1993), "Ideology in Consumer Research, 1980 and 1990: A Marxist and Feminist Critique," *Journal of Consumer Research*, 19 (March), 537-55
- Hirschman E.C. (1999), *The meanings of Men*. *Semiotica*. Vol. 126, No. ¼, 161-178.

- Hirschmann, N. J. (2003), *The Subject of Liberty: Toward a Feminist Theory of Freedom*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Hochschild, Arlie Russell (1997), *The Time Bind: When Work Becomes Home and Home Becomes Work*, New York: Metropolitan Books.
- Hodge, R. et Kress, G. (1988). *Social Semiotics. Complementary Texts*. Rudolph Arnheim. Roland Barthes. Graeme Turner.
- Hogg M.K., Curasi C.F., et MacLaran P. (2006), *The (re)-configuration of production and consumption in empty nest households* *Consumer Behavior II: The Meaning of Consumption (Three-Volume Set, Vol 4 - 6)*. London.
- Holbrook, M. B. (1987), "What Is Consumer Research?" *Journal of Consumer Research*, 14 (June), 128-132.
- Holbrook M.B. (1999), *Introduction to consumer value*, in Holbrook. (coord.), *Consumer Value*, London, Routledge.
- Holbrook M.B., Grayson M.W. (1986), *The semiology of cinematic consumption: symbolic consumer behavior in Out of Africa*, *Journal of Consumer Research*, 13, 12, 374-381.
- Holbrook M.B., Hirschman E.C. (1982), *The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun*, *Journal of Consumer Research*, 9, 9, 132-140.
- Holt, M.B., O'Shaughnessy, J. (1984), "The Role of Emotion in Advertising", *Psychology and Marketing*, 1 (Summer), 45-64.
- Hollows, J. (2003a). *Oliver's twist: Leisure, labour and domestic masculinity in the naked chef*. *International Journal of Cultural Studies*, 6(2), 229-248.
- Holt D.B. (1995), *How consumers consume: a typology of consumption practices*, *Journal of Consumer Research*, 22, 6, 1-16.
- Holt, D. (1997), *Poststructuralist lifestyle analysis: Conceptualizing the social patterning of consumption in post-modernity*, *Journal of Consumer Research*, Vol.23, 326-350.
- Holt D. et Thompson C. (2004), "Man-of-Action Heroes: The Pursuit of Heroic Masculinity in Everyday Consumption," *Journal of Consumer Research*, 31 (September).
- Horney, K. (1950) *Neurosis and Human Growth*, Norton, New York.
- Horowitz D. (1996), "Rethinking Betty Friedan and The Feminine Mystique: Labor Union Radicalism and Feminism in Cold War America," *American Quarterly*, Vol. 48, No. 1(Mar. 1996) p.22

- House, J. S., et Kahn, R. (1985), "Measures and concepts of social support", in: S. Cohen and L. S. Syme, eds., *Social Support and Health*, New York, Academic Press, Inc., p. 83-108.
- Howard J.A. (1965), *Marketing theory*, Boston, Allyn & Bacon.
- Hudson, L.A. et Ozanne J.L. (1988), Alternative ways of seeking knowledge in consumer research, *Journal of Consumer Research*, 14, 4, 508-521.
- Huerre, P. (2011), *Les Pères sont-ils des Mères comme les autres ?*, Eres.
- Huerre P., Pellé-Douël, C. (2010), *Pères Solos, Pères Singuliers ?*, Albin Michel, Paris.
- Hull C.J. (1943), *Principles of behavior*, New York, Appleton Century Crofs.
- Hunt S. (1993) Objectivity in Marketing Theory and Research, *Journal of Marketing* Vol. 57 (April 1993), 76-91
- Hunt S. (1976) The nature and scope of marketing, *Journal of Marketing*, vol 40 (july) 17-28
- Hurtig, M.-C. (1982). L'élaboration socialisée de la différence des sexes. *Enfance*, 4, 283-302.
- Hyman, P. (2004), *The Reluctant Metrosexual*, Villard.
- Hymowitz, K. (2011), *Manning Up: How the rise of women has turned men into boys*. New York. Basic Books.

- I -

- Inness, S. A. (2001). *Kitchen culture in America: Popular representations of food, gender, and race*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

- J -

- Jaggar, A.M. (1983), *Feminist Politics and Human Nature*, Rowman & Littlefield.
- Jahoda, M., Lazarsfeld, P. F., & Zeisel, H. (1933). *Marienthal: The sociology of an unemployed community* (English translation, 1971). Chicago: Aldine.
- Jarlégan, A. (2009) Pratiques enseignantes et normes de genre à l'école. In Hervé Lhotel et Eirick Prairat (dir.) *L'école et ses transformations* (pp.61-75). Nancy : Presses Universitaires de Nancy, coll. Questions d'éducation et de formation.

- Jaunait A. et Chauvin S. (2012), Représenter l'intersection, *Revue française de science politique*, 1/2012 (Vol. 62), p. 5-20.
- Joag S.G., Gentry J.W. et Ekstrom K.M. (1991), An investigation of a Role/Goal model of wife's role overload reduction strategies, in Holman R.H. et Solomon M.R. (coord.), *Advances in Consumer Research*, 18, Provo, Association for Consumer Research, 666-672.
- Johnson, T. W., & Wassersug, R. J. (2010). Gender identity disorder outside the binary: When gender identity disorder-not otherwise specified is not good enough. *Archives of Sexual Behavior*, 39, 597-598.
- Johnston, J., & Baumann, S. (2010). *Foodies: Democracy and distinction in the gourmet foodscape*. New York: Routledge.
- Jönsson, H. (2012), *Den gastronomiska revolutionen*, Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Joy, A. & Venkatesh, A. (1994), "Postmodernism, Feminism, and the Body: The Visible and the Invisible in Consumer Research," *International Journal of Research in Marketing*, 11 (4), 333-57.
- Julia, D. (1980), compte rendu, *Histoire de l'éducation*, vol 9 n°1, p 46-52

- K -

- Kacen, J.J. (2000). Girl power and boy nature: The past, present and paradisaical future of consumer gender identity. *Marketing, Intelligence and Planning*, 18(6/7).
- Kanner, B (2004), *Pocketbook Power: How to reach the hearts and minds of today's most coveted consumers - Women*, McGraw Hill, New York.
- Kaplan, B. H., Cassel, J. C., et Gore, S. (1977), "Social support and health", *Medical Care*, vol. 15, p. 47-58.
- Kates, S. M. (2004), "The Dynamics of Brand Legitimacy: An Interpretive Study in the Gay Men's Community," *Journal of Consumer Research*, 31 (2), 455-64.
- Kates S. M. (2002), "The Protean Quality of Subcultural Consumption: An Ethnographic Account of Gay Consumers," *Journal of Consumer Research*, 29 (December), 383-99.
- Kassarjian, H.H. (1974). Projective methods. In Ferber, R. 1974. *Handbook of marketing research*. New York. McGraw-Hill

- Kaufmann J-C (1992) *La trame conjugale, analyse du couple par son linge*, Nathan, Paris.
- Kaufmann J-C (1997) *Le Cœur à l'ouvrage*, Nathan, Paris.
- Kaufmann J-C (2005), *Casseroles, amour et crises, ce que cuisiner veut dire*, Armand Colin, Paris.
- Kaufmann J-C. (2007 [2004]), *L'entretien compréhensif*. 2ème édition refondue. Editions Armand Collin.
- Kaufmann J-C. (2007), *Sociologie du couple*. Presses Universitaires de France.
- Kaur, L. Singh, (2006), *Children in Family Purchase Decision Making in India and the West*, *Academy of Marketing Science Review*. Vol. 2006 - No. 8
- Keating, A. & McLoughlin, D. (2005), "Understanding the Emergence of Markets: A Social Constructionist Perspective on Gay Economy," *Consumption, Markets & Culture*, 8(2): 131-52.
- Kellerhas, J., Roussel, L. (1987), "Les sociologies face aux mutations de la famille : quelques tendances des recherches 1965-1985. Présentation. » *L'année sociologique*, 37. p. 15-43.
- Kerr, B.A., Multon, K.D. (2015), *The Development of Gender Identity, Gender Roles and Gender Relations in Gifted Students*, *Journal of Counseling and Development*, vol 93, 183-191.
- Kimmel, M. (1987), "Men's Responses to Feminism at the Turn of the Century," *Gender and Society*, 1 (September), 261-83
- Kimmel, M. (1992), "Men, Masculinity and the Media", Sage: London.
- Kimmel, M. (1994), "Masculinity as Homophobia: Fear, shame and silence in the construction of gender identity", in *Theorizing Masculinities*, (eds) H. Brod & M. Kaufman, London: Sage.
- Kimmel, M. (1996), *Manhood in America: A Cultural History*. New York: The Free Press. [nominated for Pulitzer Prize for non-fiction and the National Book Award.] (10th anniversary revised edition, Oxford University Press, 2006; 3rd edition, 2009).
- Kimmel, M. & Llewellyn, C. (2012), "Heterosexuality, Gender Nonconformity and the Neoliberal State" in *Journal of Homosexuality*, 59, pp. 1087-1094.
- Kimmel, A.J., Tissier-Desbordes, E. (2000), « Males, Masculinity and Consumption : An Exploratory Investigation », *European Advances in Consumer Research*, Vol. 4, 243-251.

- Klasson, M. & Ulver, S. (2015) Masculinising domesticity: an investigation of men's domestic foodwork, *Journal of Marketing Management*, 31:15-16.
- Klein, F. (1993). *The bisexual option*. (2nd ed.). New York: Harrington Park.
- Klein, F., Sepekoff, B., Wolf T.J. (1985), Sexual orientation : A multi-variable dynamic process. *J. Homosex.* 1985 Spring;11(1-2):35-49.
- Knibiehler, Y., Fouquet, C. (1980), *L'Histoire des Mères du Moyen-Âge à nos jours*, Paris Ed. Montalba, vol 9, No 1, pp. 41-45.
- Kohlberg, L. (1966). A cognitive-developmental analysis of children's sex-role concepts and attitudes. In E. E. Maccoby (Ed), *The Development of Sex Differences*. Stanford : University Press.
- Kosmadakis C., Stoléro S., Allilaire J-F (2011), Présentation de l'Entretien Semi-structuré Multiregistres, *Revue médicale*, vol. 169, n° 2., 79-83
- Kourilsky M. and Murray T. (1981) "The Use of Economic Reasoning to Increase Satisfaction with Family Decision Making," *Journal of Consumer Research*, 8 (September), 183-188.
- Kozinets R.V. (2010), *Netnography, doing ethnographic research online*, Thousand Oaks, CA, Sage Publications.
- Kraus C. (2005), Judith Butler, *Trouble dans le genre. Pour un féminisme de la subversion*, trad. de l'américain. Paris, Éd. La Découverte.
- Kvale S. (1983), The qualitative research interviews: a phenomenological and a hermeneutical mode of understanding, *Journal of Phenomenological Psychology*, 14, Fall, 171-196.

- L -

- Ladwein R. (2003), *Le comportement du consommateur et de l'acheteur*, 2ième édition, Economica, Paris.
- Ladwein R. (2005), *L'expérience de consommation, la mise en récit de soi et la construction identitaire*, *Revue Management & Avenir*, 5, 6, 105-118.
- Ladwein R., Carton A. et Servine E. (2009), *Le capital transgénérationnel : une transmission dynamique des pratiques de consommation entre la mère et la fille*, *Recherche et Application en Marketing*, 24, 2, 1-27.

- Lamont, M., & Molnár, V. (2002). The study of boundaries in the social sciences. *Annual Review of Sociology*, 28, 167-195.
- Le Camus, J., Labrelle, F. & Zaouche-Gaudron, C. (1997). *Le rôle du père dans le développement du jeune enfant*. Paris : Nathan.
- Le Maner, G. (1997). *L'identité sexuée*. Paris : Dunod.
- Le Moigne J.L. (1995), *Les épistémologies constructivistes*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Le Moigne J.L., (2001/2002/2003), *Le constructivisme*, tomes 1- 3, Paris, L'Harmattan.
- Leca B. et Plé L. (2008), *Une épistémologie à hauteur d'homme : l'anthropologie interprétative de Clifford Geertz et son apport à la recherche en management*, Actes de la 17ème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique (AIMS), Nice, (28-31 Mai).
- Lee W.N. (1993), *Acculturation and advertising communication strategies: a cross cultural study of Chinese and americans*, *Psychology and Marketing*, 10, 5, 381-397.
- Lee, C. K. C. and Collins, B. A. (2000), "Family Decision Making and Coalition Patterns". *European Journal of Marketing*. Vol. 34 (9) pp 1181 - 1198.
- Lemel Y. et Roudet B. (1999), *Filles et garçons jusqu'à l'adolescence. Socialisations différentielles*. Editions l'Harmattan.
- Le Renard A. (2011), *Femmes et espaces publics en Arabie Saoudite*. Editions Dalloz.
- Letablier M.-T., (2011) « La monoparentalité aujourd'hui : continuités et changements », HAL archives ouvertes.fr.
- Levant, R. et Al. (1992). The male role: An investigation of norms and stereotypes. *Journal of Mental Health Counseling*, 14, 325-337.
- Levant, R. (1992). Toward the reconstruction of masculinity. *Journal of Family Psychology*, 5, 379-402.
- Levi-Strauss C., (1949). *Les Structures élémentaires de la parenté*. Paris, PUF (rééd., 1967, Paris-La Haye, Mouton).
- Levy S.J. (1981), *Interpreting consumer mythology: a structural approach to consumer behavior*, *Journal of Marketing*, 45, Summer, 49-62.
- Lewis, M. & Feiring, C. (1979). The child's social network : social object, social functions, and their relationship. In M. Lewis & L. A. Rosenblum (Eds), *The Child and its Family*. New York : Plenum Press.

- Lilienfeld, S.O., Wood, J.M., Garb, H.N., (2000), *The Scientific Status of Projective Techniques*, *Psychological Science in the Public Interest*, 1,2, pp. 27-66.
- Lincoln Y.S. et Guba E.G. (1985), *Naturalistic inquiry*, Beverly Hills, CA, Sage Publications.
- Lindsey, L. (1997), *Gender Roles: A Sociological Perspective*, Edition: Routledge.
- Littlefield J. (2010), *Men on the Hunt: Ecofeminist insights into masculinity*, *Marketing Theory*, vol. 10, p. 97-117
- Littlefield, J., & Ozanne, J. (2011). *Socialization into consumer culture: Hunters learning to be men*. *Consumption Markets & Culture*, 14 (4), 333-360
- Lombart C. (2008), *Les techniques projectives in D. Dion (coord.), A la recherche du consommateur. Nouvelles techniques pour mieux comprendre le client*, Paris, Dunod, 145-169.
- Longino, Helen E., 1990. *Science as Social Knowledge : Values and Objectivity in Scientific Inquiry*, Princeton: Princeton University Press.
- Lorber J. (2000) *Using Gender to Undo Gender: A Feminist Degendering Movement* *Feminist Theory* April 2000 1: 79-95
- Loudon, D.L., Della Bitta, A.J. (1993). *Consumer behaviour: concepts and application*. 4th ed. New York. McGraw-Hill.
- Lupton, D. (1996). *Food, the body and the self*. London, UK: SAGE.
- Lyotard, Jean-François (1979), *La condition postmoderne. Rapport sur le savoir*, Paris, Les Editions de Minuit.

- M -

- Maani S.A., Cruickshank A.A. (2010) *What is the Effect of Housework on the Market Wage, and Can it Explain the Gender Wage Gap?*, *Journal of Economic Surveys*, Vol. 24, No.3, pp. 402-427.
- Maccoby, E. E. (1990). *Le sexe, catégorie sociale*. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 83, 16-26.
- Macé E. (2014), *"Is the Concept of Patriarchy Useful to Comparing the Gender Relations through the World?"* WVIII World Congress of Sociology.
- Macé E. (2015), *L'après-patriarcat*, Paris, Seuil.
- Magnan, L-M. et Morin C. (1997), *Lectures du postmodernisme dans le roman québécois*, Montréal, Nuit Blanche Editeur.

- Mallaval, C. (2017), Les Pères Solos sont-ils des Mères comme les autres ?, Libération, 02 avril.
- Mangan, L.M (2003) *Staging Masculinities: History, Gender, Performance*. Edition: Palgrave Macmillan.
- Marques-Pereira B. (2003), *La citoyenneté publique des femmes*. Paris. Editions Armand Colin.
- Marshall, D, Davis, T, Hogg, M.K., Schneider, T., Peterson, A. (2014) 'From overt provider to invisible presence: discursive shifts in advertising portrayals of the father in *Good Housekeeping*, 1950-2010' *Journal of Marketing Management*, 30, 15-16, 1654-1679
- Marshall N. (1994) *Psychology of Women Quarterly* Volume 18, Issue 1, pages 105-127.
- Martin, C. L. & Halverson, C. (1981). A schematic processing model of sex typing and stereotyping in children. *Child Development*, 52, 1119-1134.
- Martin, D. M., Schouten, J.W. & McAlexander, J.H. (2006), "Claiming the Throttle: Multiple Femininities in a Hyper-Masculine Subculture," *Consumption Markets & Culture*, 9 (3), 171-205.
- Martin, K., Ramsaran-Fowdar, R.R. (2013), *An Examination of the Consumer Buying Behavior of Single-Parent Households*, Proceedings of 23rd International Business Research Conference 18 - 20 November, 2013, Marriott Hotel, Melbourne, Australia, ISBN: 978-1-922069-36-8
- Maruani M. (2006), *Travail et emploi des femmes*. Editions La Découverte.
- Maruani M. (1998), *Les nouvelles frontières de l'inégalité. Hommes et femmes sur le marché du travail*. Editions La Découverte.
- Maxwell, K. (2007), *Brave New Words: A Language Lover's Guide to the 21st Century*, Editions : Pan.
- McCracken, Grant (1986), "Culture and Consumption : A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods", *Journal of Consumer Research*, Vol. 13
- McGinnis L.P, Frendle, A.M. and Gentry J.W (2013) The simple man: The consumption behavior of the principled life. *Journal of Consumer Behaviour* 12: 70-80.
- McGrath, M., John F. A., Sherry, Jr., Levy, S.J. (1993), "Giving Voice to the Gift: The Use of Projective Techniques to Recover Lost Meanings," *Journal of Consumer Psychology*, 2 (2), 171-191.

- McGuinness, D. (1990), Behavioral tempo in pre-school boys and girls. *Learning and Individual Differences*, 2-315-325.
- McGuire W., Wheeler L. (2013). "Betty Friedan". Retrieved January 12, 2013
- McLuhan, Marshall (1994) *Understanding Media: The extensions of mans*, Cambridge London: MT Press.
- McWilliam, G., Dumas, A. (1995), "Using Metaphors in New Brand Research," London: London Business School Centre for Marketing Working Paper No. 95-401.
- Mead, G. (1963), *L'esprit, le soi et la société*. Cazeneuve J., Kaelin E. et Thibault G. Editions Presses Universitaires de France.
- Mead G. (2006 [1934]), *l'esprit, le soi et la société*. Présentation et introduction par Cefai D. et Quéré L. Editions Presses Universitaires de France. Collection Le lien social.
- Mead, M. (1949), *Male and Female. A Study of Sexes in a Changing World*.
- Mead M. (1955), *Mœurs et sexualité en Océanie*. Editions Pocket. Edition de 2001.
- Mennesson C. (2000), *Des femmes au monde des hommes : La construction de l'identité des femmes investies dans un sport*. Atelier National de Reproduction des Thèses.
- Mennesson C. (2004), *Etre une femme dans le monde des hommes : Socialisation sportive et construction du genre*. Editions L'Harmattan.
- Mennesson C. (2005), *Les femmes guides de haute montagne : modes d'engagement et rapports au métier, Travail, genre et sociétés, 2005/1 N° 13*, p. 117-137.
- Mennesson C. (2006), *Le gouvernement des corps des footballeuses et boxeuses de haut niveau. , Histoire, femmes et sociétés 23 | 2006*.
- Merla L. (2010), *Peut-on se penser masculin lorsque l'on est père « au foyer » ? Le bricolage d'une identité de genre « hors normes », entre conformisme déclaré et marginalité assumée*. Dans Rouyer V., Croity-Belz S., Preteur Y. (2010), *Genre et socialisation de l'enfance à l'âge adulte : Expliquer les différences, penser l'égalité*. Editions Erès.
- Merleau-Ponty M. (1945) [1981], *Phénoménologie de la perception*, Paris, Gallimard.
- Meyerowitz J. (1993) "Beyond the Feminine Mystique: A Reassessment of Postwar Mass Culture, 1946-1958," *Journal of American History* 79 (March 1993): 1455-1482.p.1459

- Meyers-Levy, J. & Maheswaran, D. (1991). Exploring differences in males' and females' processing strategies. *The Journal of Consumer Research*, 18(1), 63-70.
- Meyers-Levy J. and Sternthal, B. (1991), Gender Differences in the Use of Message Cues and Judgments, *Journal of Marketing Research*, 28, Feb. 84-96.
- Miles M.B., Huberman A.M. (1994 [2003]), *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*, Thousand Oaks, Sage Publications.
- Miller, C. (1991) Respondents project, let psyches go crazy. *Marketing News*, 25, pp. 1-3.
- Miller, D. (1998) *A theory of shopping*, Cornell University Press, London.
- Miller, T. (2011) *Making sense of fatherhood: gender, caring and work*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Miller, T. (2013) 'Shifting out of neutral on parental leave: making fathers' involvement explicit' *Public Policy Research*, 19, 4, 258-262
- Mischel, W. (1966). A social learning view of sex differences in behavior. In E. E. Maccoby (Ed), *The development of sex differences*. Stanford : University Press.
- Mitchell, D. (1996). Approaching race and gender issues in the context of the Language Arts classroom. *English Journal*, 85(8), 77-81.
- Moisio, R., Arnould, E., Gentry, J.W. (2013), Productive Consumption in the Class-Mediated Construction of Domestic Masculinity: Do-It-Yourself (DIY) Home Improvement in Men's Identity Work, *Journal of Consumer Research*, vol.40
- Moisio R., Arnould E., Price L. (2004) Between mothers and markets: construction family identity through homemade food, *Journal of Consumer Culture*, 4, 361
- Molander, S. (2016) Everyday life as a single father: A diary study of mothering as practiced by Swedish single father, *The 13th conference on Gender Marketing and Consumer Behaviour*.
- Molander, S. (2011), *Mat, kärlek och metapraktik: En studie i vardagsmiddagskonsumtion bland ensamstående mödrar* [Food, love and meta-practices: A study in everyday dinner consumption among single mothers], doctoral thesis, Stockholm: Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet.
- Molinier, P. (2004) *La haine et l'amour, la boîte noire du féminisme ? Une critique de l'éthique du dévouement*. Dans *Nouvelles Questions Féministes*. Vol. 23
- Moore H. (1988), *Feminism and Anthropology*. Editions : Cambridge, UK : Polity Press In Association With B. Blackwell, Oxford.

- Moore Shay E.S., Wilkie W.L. et Lutz R.J. (2002), Passing the torch: intergenerational influence as a source of brand equity, *Journal of Marketing*, 66, 4, 17-37.
- Mort, F. (1996). *Cultures of consumption: Masculinities and social space in late twentieth century Britain*. London: Routledge.
- Moscovici S. (1994), *Psychologie Sociale des Relations à Autrui*. Paris : Nathan université.
- Moss, G. (2009). *Gender, design and marketing: How gender drives our perception of design and marketing*. Farnham: Gower.
- Mucchielli R. (1988), *L'analyse de contenu des documents et des communications*, Paris, ESF.
- Mucchielli A. (2000), *La nouvelle communication: Épistémologie des sciences de l'information communication*, Paris, Armand Colin.
- Muller, R. & Goldberg, S. (1980). Why William doesn't want a doll : preschoolers' expectations of adult behavior toward girls and boys. *Merrill-Palmer Quarterly*, 26, 259-269.
- Mulvey, L. (1975), "Visual Pleasure and Narrative Cinema", *Screen*, 16(3), 6-18.
- Murray M. et Chamberlain K. (1999), *Qualitative health psychology : theories and methods*, London : Sage.

- O -

- Oakley, A. (1972) *Sex, Gender and Society*. London: Temple Smith. Reprinted with new Introduction, London: Gower, 1985.
- O'Barr, W. (2006). Representations of masculinity and femininity in advertisements. *Advertising and Society Review*, 7(2).
- O'Brien, M. (1992). Gender identity and sex roles. In V. B. Van Hasselt & M. Hersen (Eds), *Handbook of social development : a lifespan perspective*. Perspectives in developmental psychology. New York : Plenum Press.
- O'Donohoe S., Hogg M., Maclaran P., Martens L. et Stevens, L. (2013) *Motherhoods, markets and consumption: the making of mothers in contemporary western*

cultures

London : Routledge. 258

- O'Neil, J.M. (1982). Gender role conflict and strain in men's lives: Implications for psychiatrists, psychologists, and other human service providers. In K. Solomon & N.B. Levy (Eds.), *Men in transition: Changing males roles, theory, and therapy*. New York: Plenum Publishing Co.
- Osberg, B., (2003) 'A Pedigree of the Consuming Male: Masculinity, Consumption and the American "Leisure Class"', in Bethan Benwell (ed.), *Masculinity and Men's Lifestyle Magazines, Sociological Review* edited monographs series.
- Östberg J. (2005), *The Challenge of the New Masculinity*, *Advances in Consumer Research*, Vol. 32, C. Pechmann and L. Price (eds.), Valdosta, GA: Association for Consumer Research, 2005, 64-65.
- Östberg J. (2010), Thou shalt sport a banana in thy pocket: Gendered body size ideals in advertising and popular culture. *Marketing Theory*. Volume 10(1): 45-73.
- Östberg, J. (2012), *Masculine Self-presentation, Gender, Culture and Consumer Behavior*, eds. A.A. Ruvio and R.W. Belk. London: Routledge, 129-136.
- O'Shaughnessy J. (1987), *Why people buy*, New York, Oxford University Press.
- Otnes C.C., Lowrey T.M. & Kim Y.C. (1993), Gift selection for easy and difficult recipients: a social roles interpretation, *Journal of Consumer Research*, 20, 2, 299-244.
- Otnes, C.C. & McGrath, M.A., (2001), "Perceptions and realities of male shopping behavior", *Journal of Retailing*, 77, 111-137.
- Ourahmoune, N. (2009), Intimacy-related male consumption and masculine identity construction: A consumer point of view, *Advances in Consumer Research*. Volume VIII.
- Özçağlar-Toulouse N. (2006), Contribution of the concept of identity to the understanding of responsible consumer behavior: application to the consumption of fair trade products, in Fitzsimons G. et Moritz V. (coord.), *Advances in Consumer Research*, 34, Provo, Association for Consumer Research, 385-388.
- Özçağlar-Toulouse N. et Cova B. (2010), Une histoire de la CCT française : parcours et concepts clés, *Recherche et Applications en Marketing*, 25, 2, 69-91.

- Paillé P. (1996), *L'analyse qualitative en général et de l'analyse thématique en particulier*, *Revue de l'Association Pour la Recherche Qualitative*, 15, 179-194.
- Paillé P., Mucchielli A. (2005), *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.
- Paillé P., Mucchielli A. (2003), *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris : Armand Colin.
- Palan K.M. (1998), Relationships between family communication and consumer activities of adolescents : an exploratory study, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26 (4), p. 338-349.
- Palan K.M., Wilkes R.E. (1997), Adolescent – parent interaction in family decision making, *Journal of Consumer Research*, 24, 9, 159-169.
- Paoletti J. B. (2012) , *Pink and Blue, Telling the girls from the boys in America*, Indiana University Press.
- Patterson, M. Elliott, R. (2002), Negotiating Masculinities: Advertising and the Inversion of the Male Gaze. *Consumption, Markets and Culture*, 5 (3), 231-246.
- Peachey, K. (2015) How the UK's new rules on parental leave work. BBC News online: <http://www.bbc.co.uk/news/business-32130481>.
- Peplau, L. A., & Fingerhut, A. (2004). The paradox of the lesbian worker. *Journal of Social Issues*, 60,719-735.
- Peñaloza, L. (1996), "We're Here, We're Queer, and We Go Shopping! A Critical Perspective on the Accommodation of Gay and Lesbians in the U.S. Marketplace," *Journal of Homosexuality*, 31 (1/2), 9-41.
- Peñaloza, L. (1994), "Crossing Boundaries/Drawing Lines: A Look at the Nature of Gender Boundaries and Their Impact on Marketing Research," *International Journal of Research in Marketing*, 11 (4), 359-79.
- Peñaloza L.N., Gilly M.C. (1999), Marketer acculturation: the changer and the changed, *Journal of Marketing*, 63, 3, 84 - 104.
- Peretz, Henri (1998), « Les méthodes en sociologie, l'observation, la Découverte, Repères ». 1998.
- Peter J.P. et Olson J.C. (1983), Is marketing science? *Journal of marketing*, 47, Fall, 111-125.
- Peters, C., Bodkin, C.D. and Fitzgerald, S. (2012), "Toward an Understanding of Meaning Creation via the Collective Co-production Process," *Journal of Consumer Behaviour*, 11 (March/ April), 124-35

- Petrof, John V., (1993). *Comportement du consommateur et Marketing*. Presses Université Laval
- Pheterson G. (2001 [1996]), *Le prisme de la prostitution*. Editions L'Harmattan. Collection Bibliothèque du féminisme.
- Philips N., Hardy C. (2002), *Discourse analysis: investigating processes of social construction*, Thousand Oaks, CA, Sage Publications.
- Piaget J. (1965), *La psychologie de l'intelligence*, Paris, Armand Colin.
- Pionchon S. et Derville G. (2004), *les femmes et la politique*, Presses Universitaires de Grenoble.
- Pirus C., (2011) *Les conditions d'habitat des enfants : poids des structures familiales et de la taille des fratries*, France, Portrait social.
- Plantin, L. (2015), "Contemporary fatherhood in Sweden: Fathering across work and family life," in *Fathers across cultures. The importance, roles and diverse practices of dads*. eds. J. L. Roopnarine, 91- 107
- Pleck, J. H. (1981), *The Myth of Masculinity*, Cambridge. MA: MIT Press.
- Pleck (1995). *The gender role strain paradigm: An update*. In Levant & Pollack (Eds.) *New Psychology of Men*. New York: Basic.
- Point S., Voynnet-Fourboul C. (2006), *Le codage à visée théorique*, *Recherche et Application en Marketing*, 21, 4, 62-78.
- Pollay, R. W. (1986), *The Distorted Mirror: Reflections on the Unintended Consequences of Advertising*, *Journal of Advertising & Society Review* Volume 1, Issue 1, 2000
- Pollay, R. W. (1987): *Insights Into Consumer Behavior From Historical Studies of Advertising*. *Advances in Consumer Research* Volume 14, 1987 Pages 447-450.
- Poulin-Dubois, D., Serbin, L.A., Eichstedt, J.A., Sen, M.G., & Beissel, C.F. (2002), *Men Don't Put on Make-up: Toddlers' Knowledge of the Gender Stereotyping of Household Activities*, *Social Development*, Vol. 11, Issue 2, 166-181.
- Pras B. (1977) *Le comportement de l'acheteur*, Sirey, Paris.
- Press, M., Arnould, E. (2011), *How Does Organizational Identification Form ? A Consumer Behavior Perspective*, *Journal of Consumer Research*, 38, 650-66.

Qualls W.J. (1988), *Toward Understanding the Dynamics of Household Decision Conflict Behavior*, *Advances in Consumer Research*, 15, Association for Consumer Research, 442-448.

Quine, W.V.O., 1969, *Ontological Relativity and Other Essays*, New York: Columbia University Press.

- R -

Ratcliff, K.S. (2002), *Women and Health: Power, Technology, Inequity, and Conflict in a Gendered World*. Boston. Allyn and Beacon.

Rauch A. (2001), *Crise de l'identité masculine, 1789-1914*, Hachette Littératures, p. 297.

Renzetti C.M., Lee R.M. (1993), *Researching sensitive topics*, London, Sage.

Régany, F. (2012), *Lorsque la Mère Immigrée et sa Fille font leurs Achats ensemble : Interactions et Construction de l'Identité Ethnique dans la Dyade*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion sous la direction du Professeur Marie-Hélène Fosse-Gomez, Lille, Université Lille 2.

Richman, J. (1996), *Jokes as Projective Techniques : the Humour of Psychiatric Patients*, *American Journal of Psychotherapy*, 50, 3, pp. 336-346.

Ricoeur P. (1969), *Le conflit des interprétations, essai d'herméneutique I*, Paris, Du Seuil.

Ricoeur P. (1990), *Soi même comme un autre*, Paris, Du Seuil.

Ridgeway, C. L. (2009). *Framed before we know it: How gender shapes social relations*. *Gender & Society*, 23,145-160.

Riley, P. J. Kiger, G. (1999), *Moral Discourse on Domestic Labor: Gender, Power, and Identity in Families*, *The Social Science Journal* Vol. 36, No. 3 pp. 541-548.

Rinallo, D. (2007), "Metro/Fashion/Tribes of men: Negotiating the boundaries of men's legitimate consumption", chapter VI in *Consumer Tribes*, edited by Bernard Cova, Rob Kozinets & Avi Shankar.

Risman, B. J. (1986), "Can men "mother"? Life as a single father". *Family Relations* (National Council on Family Relations via JSTOR) 35 (1): 95-102.

Risman B. J. (1998), *Gender Vertigo American families in Transition*, New Haven, Conn: Yale University Press.

- Ritzer, George, and Nathan Jurgenson (2010), "Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer,' *Journal of Consumer Culture*, 10 (March), 13-36.
- Robson, S. (2000) Group discussions. In R.J. Birn (ed.), *The Handbook of International Market Research Techniques*. London: Kogan Page, pp. 297-316.
- Rocheblave-Spenlé, A.M., (1964) *Contribution a l'Etude des rôles Masculins et Féminins*, Paris : P.U.F.
- Rocheblave-Spenlé, A.M., (1971), *Les Rôles masculins et féminins : les stéréotypes, la famille, les états intersexuels... 2e édition.. / Paris : Éditions universitaires*.
- Rogers, C.R. (1961), *On becoming a person*. London: Constable.
- Rosa, H. (2003), "Social Acceleration: Ethical and Political Consequences of a Desynchronized High-Speed Society," *Constellations* 10 (1), 3-33.
- Rotundo, A. E. (1993), *American Manhood: Transformations in Masculinity from the Revolution to the Modern Era*. Basic Books.
- Rotundo, A.E. (1985), *American Fatherhood : A Historical Perspective*, *American Behavioral Scientist*, 29 (September/October), 7/25.
- Roussel P., Wacheux F. (2005), *Management des ressources humaines : méthodes de recherche en science humaines et sociales*, Bruxelles, De Boeck.
- Rouyer, V. (2007). *La construction de l'identité sexuée*. Paris: Armand Colin.
- Ruddick, S. (1989/1995), *Maternal thinking: Toward a politics of peace*, Boston: Beacon Press.
- Rowntree, B.S. (1922), *Poverty : a study of town life*, London, Fertig.
- Ruth, J., Commuri, S.R., (1998), "Shifting Roles in Family Decision Making", *Advances in Consumer Research*, Volume 25. 400-407.

- S -

- Salanskis, J.M. (2006), *Expérience, phénoménologie, éthanalyse*, Actes du Colloque Expériences phénoménologiques, Lille, (31 Mars-1er Avril).
- Sampson, P. (1986). *Qualitative research and motivation research*. In Worcester, RM & Downham, J. 1986. *Consumer market research handbook*. 3rd ed. Amsterdam. Elsevier.
- Santiago Delefosse M. et Rouan G. (2001), *Les méthodes qualitatives en psychologie*, Paris : Dunod.

- Sartre (1943 [1976]), *L'être et la Néant*, Gallimard.
- Savoie-Zajc L. (2006), Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide?, Actes du colloque de l'Association pour la recherche qualitative (ARQ), Montréal, (16 Mai), 99-111.
- Sawicki, J. (1988), 'Feminism and the Power of Discourse' in J. Arac (ed.) *After Foucault: Humanistic Knowledge, Postmodern Challenges*, New Brunswick and London: Rutgers University Press.
- Schaninger C., Buss W.C. (1985), The relationship of sex role to household task allocation, *Psychology and Marketing*, 2, 2, 93-104.
- Scharff, G. (2011), "New Femininities, Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity," Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Schertzer, S.M.B., Laufer, D., Silvera, D.H. & McBride, J.B. (2008). A cross-cultural validation of a gender role identity scale in marketing. *International Marketing Review*, 25 (3), 312-323.
- Schiess C. (2005), *La construction sociale du masculin - on ne naît pas dominant, on le devient*, mémoire de DEA, Genève.
- Schouten J.W. (1991), Selves in transition: symbolic consumption in personal rite of passage and identity reconstruction, *Journal of Consumer Research*, 17, 3, 412-425.
- Schouten, J. W., & McAlexander, J. H. (1995). Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 43-61.
- Schroeder, J.E. & Borgerson, J.L. (1998), "Marketing Images of Gender: A Visual Analysis," *Consumption, Markets & Culture*, 2 (2), 161-201.
- Schroeder, J.E. and Zwick, D. (2004), "Mirrors of Masculinity: Representation and Identity in Advertising Images," *Consumption Markets & Culture*, 7 (1), 21-52
- Schuessler, J. (2013) "'The Feminine Mystique,' Reassessed after 50 Years". *The New York Times*
- Sellaeg, K., & Chapman, G. (2008). Masculinity and food ideals of men who live alone. *Appetite*, 51(1), 120-128.
- Séchet, R., David, O., Quintin, O. (2001), Familles monoparentales et pauvreté, Les travaux de l'observatoire national de la pauvreté et de l'exclusion sociale, 2001-2002, la documentation française, pp. 71-82.
- Segalen, M. (2012), *Penser la famille : regards croisés de l'histoire et de la sociologie*, "Comment va la famille ? ", Cahiers français, n° 371.

- Shani, D., Sandler, D.M. and Long, M.M. (1992), Courting women using sports marketing: A content analysis of the US open, *International Journal of Advertising* 11 (4), 377-392.
- Shelby D., Hunt, S. (1991), Positivism and Paradigm Dominance in Consumer Research: Toward Critical Pluralism and Rapprochement. *Journal of Consumer Research* 1991; 18 (1): 32-44.
- Sherry J.F. (1991), Postmodern alternatives : the interpretative turn in consumer research, in T.S. Robertson et H.H. Kassarian (coord.), *Handbook of consumer behavior*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, 548-591.
- Sherry J.F. (1998), *Servicescapes: the concept of place in contemporary markets*, Chicago, NTC, Business Books.
- Sherry J.F. et al. (2001), "The effect of violent video games on aggression - a meta-analysis", *Human Communication Research*. Vol. 27. 409 - 431.
- Sherry J.F., Camargo E.G. (1987), May your life be marvelous, english language labeling and the semiotics of japanese promotion, *Journal of Consumer Research*, 14, 9, 174-188.
- Sherry, John F., Jr., Robert V. Kozinets, Adam Duhachek, Benet DeBerry-Spence, Krittine Nuttavuthisit, and Diana Storm (2004), "Gendered Behavior in a Male Preserve: Role Playing at ESPN Zone Chicago," *Journal of Consumer Psychology*, 14 (1-2), 151-58
- Sherry J.F., Kozinets R.V. (2001), Qualitative inquiry in marketing and consumer research, in Iacobucci D. (coord.), *Kellogg on marketing*, New York, Wiley Books, 109-146.
- Sherry, J.F., McGrath, M.A., Levy, J.S. (1992), "The Disposition of the Gift and Many Unhappy Returns," *Journal of Retailing*, 68 (1), 40-65.
- Sherry, J.F., McGrath, M.A., Levy, J.S. (1993), "The Dark Side of the Gift," *Journal of Business Research*, 28 (3), 225-244.
- Sherry, J.F., McGrath, M.A., Levy, J.S. (1995), "Monadic Giving: Anatomy of Gifts Given to the Self," in John F. Sherry, Jr., *Contemporary Marketing and Consumer Behavior: An Anthropological Sourcebook*, Thousand Oaks, CA: Sage, 399- 432.
- Shirahase, S. (2013). *Social Inequality in Japan*. London: Routledge.
- Shreim, M. (2009), *Religion and Sports Apparel Consumption : An Exploratory Study of the Muslim Market*.
- Sirgy M.J. (1982), Self concept in consumer behavior: a critical review, *Journal of Consumer Research*, 9, 12, 287-300.
- Sinkula, J. - "Single Parent Shopping Orientations: Some Male/Female

- Comparisons" - Business Insights - 1986 - v. 5, no. 2, pp. 18-21
- Skinner B.F. (1974), *About behaviorism*, New York, NY, Random House.
- Smith J.A. (2003), *Qualitative psychology : a practical guide to research methods*, London : Sage. Smith J.A. et Osborn M. (2004), *Interpretative phenomenological analysis*, in G. Breakwell (coord.), *Doing social psychology*, Oxford : Blackwell, 229-254.
- Solomon M.R. (1983), *Role of products as social stimuli: a symbolic interactionism perspective*. *Journal of Consumer Research*, vol 10, decembre, p.319-329.
- Solomon, M.R. (1994). *Consumer behaviour. Buying, having and being*. 2nd ed. Boston. Allyn & Bacon.
- Spence J. et Helmreich R. (1978), *Masculinity and femininity: their psychological dimensions, correlates, and antecedents*, Austin, University of Texas Press.
- Spicer, A. & Cederström, C. (2015), *Wellnessyndromet*. Stockholm: Tankekraft förlag.
- Spiggle S. (1994), *Analysis of interpretation of qualitative data in consumer research*, *Journal of Consumer Research*, 21, 491-503.
- Spiro, Rosann L. (1983), "Persuasion in Family Decision-Making," *Journal of Consumer Research*, 9 (March), 393-402.
- Stein, A. (1997), *Sex and Sensibility : Stories of a Lesbian Generation*, Berkeley, University of California Press.
- Stern, B. B. (1993), "Feminist Literary Criticism and the Deconstruction of Ads: A Postmodern View of Advertising and Consumer Responses," *Journal of Consumer Research*, 19 (March), 556-65.
- Stern, B. B. (1999), "Gender and Multicultural Issues in Advertising: Stages on the Research Highway," *Journal of Advertising*, 28 (1), 1-9.
- Stoltman J.J., Gentry J.W., Anglin K.A. (1991), *Shopping choices: the case of mall choice*, in Holman R.H. et Solomon M.R. (coord.), *Advances in Consumer Research*, 18, Provo, Association for Consumer Research.
- Strathern M. (1988), *The Gender of the Gift, Problems with Women and Problems with Society in Melanesia* Berkeley ; Londres : University of California Press.
- Strauss A. et Corbin J. (1990), *Basics of qualitative research : grounded theory procedures and techniques*, Newbury Park, Sage Publications.
- Szabo, M. (2012). *Foodwork or foodplay? Men's domestic cooking, privilege and leisure*. *Sociology*, 47(4), 623-638.

Szabo, M. (2013). 'I'm a real catch': The blurring of alternative and hegemonic masculinities in men's talk about home cooking. *Women's Studies International Forum*.

- T -

Tansuhaj, P.S., Foxman, E.R. (1989), *Extending Knowledge in Cross-National Family Purchase Decisions Research: Adolescents' Influence in Three Non-Western Countries*, AMA educators' Proceeding, « Enhancing Knowledge Development in Marketing », éd. Paul Bloomandals, 55, 227-231.

Théry I. et Bonnemère P. (2008). *Ce que le genre fait aux personnes*. Paris : Éd. de l'EHESS.

Thiagarajan, P, Chakrabarty, S, Lueg, J and Taylor, R (2007), *Work-family role strain of single parents: the effects of role conflict and role ambiguity*“, *Marketing Management Journal*, Vol. 17, Issue 1, pp. 82-94.

Thiébaud, J. (2004). *L'intégration professionnelle de pionniers et de pionnières : une approche comparative*. Mémoire de recherche pour le diplôme d'études supérieures, conseil en orientation et management de compétences. Université de Lausanne.

Thompson C.J. (1990), *Eureka! And other test of significance: a new look at evaluating qualitative research*, in Goldberg M.E. et al (coord.), *Advances in Consumer Research*, 17, Provo, Association for Consumer Research, 25-30.

Thompson C. J. (1996) *Caring Consumers: Gendered Consumption Meanings and the Juggling Lifestyle*, *Journal of Consumer Research* 22, 4, 388-407.

Thompson L. (1991), *Family Work: Women's Sense of Fairness* *Journal of Family Issues* 12: 181-196.

Thompson C.J. (1997), *Interpreting consumers: a hermeneutical framework for deriving marketing insights from the texts of consumer's consumption stories*, *Journal of Marketing Research*, 24, 438 - 455.

Thompson C.J., Haytko D.L. (1997), *Speaking of fashion: consumer's uses of fashion discourse and the appropriation of countervailing cultural meaning*, *Journal of Consumer Research*, 24, 6, 15-42.

- Thompson C.J., Locander W.B. et Pollio H.R. (1989), Putting consumer experience back into consumer research: the philosophy and method of existential phenomenology, *Journal of Consumer Research*, 16, 9, 133-146.
- Thompson C.J. , Locander W.B. et Pollio H.R. (1990), The lived meaning of free choice : an existential phenomenological description of everyday consumer experiences of contemporary married women, *Journal of Consumer Research*, 17, 12, 345-361.
- Thompson C.J., Pollio H.R. et Locander W.B. (1994), The spoken and the unspoken: a hermeneutic approach to understanding the cultural viewpoints that underlie consumer's expressed meanings, *Journal of Consumer Research*, 21, 2, 432-452.
- Thouard D. (2002), Qu'est ce qu'une « herméneutique critique » ?, *Methodos. Savoirs et textes*, (L'esprit. Mind/Geist), 2, 289-312.
- Tinson, J, Nancarrow, C and Brace, I (2008), Purchase decision making and the increasing significance of family types“, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 25, Issue 1, pp. 45-56. An Examination of the Consumer Buying Behaviour of Single-Parent Household
- Tissier-Desbordes E. et Kimmel A.J. (2002), Sexe, genre et marketing, définition des concepts et analyse de la littérature. *Décisions Marketing* n°26, avril-juin 2002, 55-69.
- Todd, E. (2011), *L'Origine des systèmes familiaux*, Gallimard.
- Tosh, J. (2005) “Manliness and Masculinities in Nineteenth-Century Britain. Essays on Gender, Family and Empire”, Pearson Education.
- Troye, S.V., Supphellen, M. (2012), Consumer Participation in Coproduction: “I Made It Myself” Effects on Consumers’ Sensory Perceptions and Evaluations of Outcome and Input Product, *Journal of Marketing*, 76, 33-46.
- Tuncay, L. (2005) “Men’s Responses to Depictions of Ideal Masculinity in Advertising”, *Advances in Consumer Research*, Vol 33.
- Tuncay, L., Otnes, C. (2007), “Exploring the link between Masculinity and Consumption”, Tina M. Lowery Eds, *Brick & Mortar Shopping in the 21st century*, (Erlbaum).
- Turner R.H. (1990), Role change, *Annual Review of Sociology*, 16, 8, 87-110.
- Twiggs, J.E., McQuillan, J. and Marx F. M, (1999) "Meaning and Measurement: Reconceptualizing Measures of the Division of Household Labor". *Sociology Department, Faculty Publications*. Paper 32.

Urien, B., Guiot, D. (2007), Attitude face à la mort et comportement d'ajustement des consommateurs âgés : Vers l'élaboration d'une réponse marketing. *Décisions Marketing*, Association Française du Marketing, 2007, pp.23.

- V -

Van Dijk T.A. (1993), Principles of critical discourse analysis, *Discourse & Society*, 4, 2, 249-283.

Visconti, L. M. (2008), "Gays' Market and Social Behaviors in (De)constructing Symbolic Boundaries," *Consumption, Markets and Culture*, 11 (2), 115-37.

Vuatoux, A. & Hagège, M. (2013) « Les masculinités : critique de l'hégémonie, recherche et horizons politiques », *Contretemps*.

- W -

Wagner, E.E. (1995). A logical analysis of projective techniques based on independence of items and latitude of response. *Perceptual and Motor Skills* 81:868-870.

Walby, S. (1997) *Gender Transformations*. London: Routledge.

Wall, G. and Arnold, S. (2007) 'How involved is involved fathering? An exploration of the contemporary culture of fatherhood, *Gender & Society*, 21, 4, 508-527

Wallace M. (1999), *Black Macho and the Myth of the Superwoman*, New York/London. Editions Verso.

Wallendorf M., Arnould E. (1991) We gather together: consumption rituals of Thanksgiving Day, *Journal of Consumer Research*, 18, 1, 13-31

Wallendorf M., Belk R.W. (1989), Assessing trustworthiness in naturalistic consumer research, in Hirschman E.C. (coord.), *Interpretive consumer research*, Association for Consumer Research, 69-84.

Webb, J.R. (1992). *Understanding and designing marketing research*. London. Academic Press.

- Weber M. (1956), *Économie et société 1 - les catégories de la sociologie*, Paris, Plon.
- Weber M. (1956), *Économie et société 2 - l'organisation et les puissances de la société dans leur rapport avec l'économie*, Paris, Plon.
- Webster C. (1994), Effects of hispanic ethnic identification on martial roles in the purchase decision process, *Journal of Consumer Research*, 21, 2, 319-331.
- Weiss, Yoram & Fershtman, Chaim, 1998. "Social status and economic performance: A survey," *European Economic Review*, Elsevier, vol. 42(3-5), pages 801-820, May.
- Welehan, I. (1995), *Modern Feminist Thought: From the Second Wave to Post-Feminism*. Edinburgh. Edinburgh University Press.
- Welzer-Lang D. (2002), « Virilité et virilisme dans les quartiers populaires en France », *VEI Enjeux*, n° 128.
- Wendt L., Kogan H. (1952), *Give the lady what she wants : the story of Marshal Field and company*, Chicago, Rand McNally.
- West, C. & Zimmerman, D.H. (1987). Doing gender. *Gender and Society*, 1(2), 125-151
- Westwood, S. (1996) "Racism, Black Masculinity and the Politics of Space." In Hearn, Jeff and David Morgan, eds. *Men, Masculinities & Social Theory*. London: Unwin Hyman.
- Wicks, D. and Mills, A.J. (2000) 'Deconstructing Harry: A Critical Review of Men, Masculinity and Organization.' *The Finnish Journal of Economics*, 3/2000:327-349.
- Will, V., Eadie, D. & Macaskill, S. (1996). Projective and enabling techniques explored. *Marketing Intelligence and Planning* 14(6):38-44. (Special Issue: Qualitative Market Research.)
- Williams J.E. et Bennett S.M. (1975), *The Definition of Sex Stereotypes via the Adjective Check List*. *Sex Roles*, Vol. 1, No. 4.
- Williams S. (2008), *What is Fatherhood? : Searching for the Reflexive Father*. *Sociology*. Sage. 42 ; 487.
- Wittig M. (1980), *La pensée straight*. *Questions Féministes*, No. 7, pp. 45-53.
- Wolin, L.D. (2003). Gender issues in advertising: An oversight synthesis of research: 1970-2002. *Journal of Marketing Research*, 43(1), 111-129.
- Woodruffe, H.R. (1996), Methodological issues in consumer research: towards a feminist perspective. *Marketing Intelligence & Planning* 14 (2), 13-18.
- Woolf, V. (1977) *Trois guinées*, traduit par Viviane Forrester, éditions Des femmes, Paris.

- X -

Xie, C. , Bagozzi, R.P., Troye, S.V. (2008), "Trying to Prosume: Toward a Theory of Consumers as Co-creators of Value," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36 (March), 109-22.

- Z -

Zaltman, G. (1995), "Amidword: Anthropology, Metaphors, and Cognitive Peripheral Vision," in John F. Sherry, Jr., *Contemporary Marketing and Consumer Behavior: An Anthropological Sourcebook*, Thousand Oaks, CA: Sage, 282-304.

Zaltman, G., Coulter, R.A. (1995), "Seeing the Voice of the Customer: Metahor-Based Advertising Research," *Journal of Advertising Research*, 35 (July-August), 35-51.

Zaltman, G., Higie, A. (1993), "Seeing the Voice of the Customer: The Zaltman Metaphor Elicitation Technique" *Marketing Science Institute Report Number 93-114*, September.

Zaltman, G., Schuck, L.J. (1995), "Sensing the Voice of the Customer," paper presented at the Harvard Business School Colloquium, "Multimedia and the Boundaryless World," November 16-17.

Zaltman, G., Zaltman, A., Cramer, N., Finkle, M., Randel, K. (1995), "The Dimension of Brand Equity for Nestle Crunch Bar," report for QUEST and Associates.

Zarka, Yves-Charles (2011), « Le pouvoir sur le savoir ou la légitimation postmoderne », *Cités*, n°45.

Zimmerman C., (1935), *Family and Society*, New York, Van Nostrand.

Zukewich, N. (2003) *Work, parenthood and the experience of time scarcity*. Days of our Lives Series 89-584-XIE. Statistics Canada.

Zukin S., Maguire J. (2004), *Consumers and Consumption*. *Annual Review of Sociology*. Vol. 30: 173-19.

« Construire une Famille par la Consommation : Les Pères Isolés face aux Courses »

Résumé :

Le nombre de familles monoparentales dirigées par des pères isolés atteint un niveau record non seulement en France mais aussi dans la majorité des pays occidentaux. Dans le cadre de la présente recherche doctorale, nous nous intéressons à la consommation familiale assurée par des pères en situation de cumul de rôles, celui du père et de la mère. Nous nous interrogeons sur la façon dont les pères isolés assurent et éprouvent l'achat familial et la sphère domestique traditionnellement perçue comme féminine. Nous identifions trois types de pères isolés selon leurs stratégies d'assurer et/ou de déléguer le rôle de la mère. Notre recherche montre que l'achat familial, les tâches domestiques ainsi que le soin des enfants constituent des éléments constructifs de l'identité paternelle de ces pères. Le shopping et la consommation familiale contribuent à la (re)construction du rôle du père. En outre, notre recherche montre que la consommation contribue à la construction d'une nouvelle famille à travers notamment la création de nouvelles relations entre les pères isolés et leurs enfants.

Mots clés : Pères isolés, famille monoparentale, consommation familiale, paternité, identité de genre, identité de rôle, études de genre, construction identitaire

Constructing a Family through Consumption: Single Fathers facing Shopping

Abstract:

Nowadays, a record number of households are runned by single fathers not only in France but also in most of western societies. Our research aims to explore how single fathers experience the domestic sphere, a traditionally feminized field, while accomplishing their role of fathers. These fathers are living a situation of cumulating roles: the role of the father and the role of the mother. We identify three main categories of single fathers depending on their strategies to copy and/or delegate the role of the mother. Household duties such as shopping, cooking and housekeeping in addition to the nurturing role are experienced by many of the respondents as constructing elements of their fatherhood. Moreover, we identify the role of the marketplace and consumption in building a new family, particularly by creating new relationships between single fathers and their children.

Key words: Single fathers, single parent family, family consumption, fathering, gender identity, role identity, gender studies, identity construction

Unité de recherche/Research unit : *MERCUR Marketing, E-commerce, Consumption, Ubiquity and Retailing Research Center - EA 4112 - Campus Moulin, 1 Place Déliot - BP 629, 59024 Lille Cedex*

Ecole doctorale/Doctoral school : *Ecole doctorale des sciences juridiques, politiques et de gestion, n° 74, 1 place Déliot, 59000 Lille, ecodoc.univ-lille2.fr, <http://edoctrale74.univ-lille2.fr>*

Université/University : *Université Lille 2, Droit et Santé, 42 rue Paul Duez, 59000 Lille, <http://www.univ-lille2.fr>*

Université de Lille - Droit et Santé
Ecole Doctorale n°74

N° attribué par la bibliothèque

___/___/___/___/___/___/___/___/___/___/

THÈSE

Pour obtenir le grade de Docteur en Sciences de Gestion
Présentée et soutenue publiquement par

Mohamad CHOUR

Le 28 novembre 2017

**Construire une Famille par la Consommation :
Les Pères Isolés face aux Courses**

JURY

Directeur de Recherche : Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ
Professeur à l'Université de Lille

Rapporteurs : Joël BREE
Professeur à l'Université de Caen

Elisabeth TISSIER-DESBORDES
Professeur à ESCP Europe

Suffragants : Isabelle COLLIN-LACHAUD
Professeur à l'Université de Lille

Denis DARPY
Professeur à l'Université Paris-Dauphine

Philippe ODOU
Professeur à l'Université de Reims

TOME II

Liste des Annexes

Annexe 1. Entretien avec Jean.....	3
Annexe 2. Entretien avec Sylvain.....	46

Annexe 1. Entretien avec Jean⁶³

Date : Lundi 27 Mai 2014

Lieu : Albert

Durée : 2h 21'

Notes avant l'entretien :

- Jean m'avait demandé que l'on se tutoie. Nous avons eu une discussion pendant le trajet en voiture entre la gare et sa maison. Il était intéressé par ma recherche.

L'entretien :

J : voilà je me présente, je m'appelle Jean, j'ai 32 ans. Donc je suis le père de 2 enfants, Jérémy qui est né en mars 2007 qui vient d'avoir 6 ans

M : Jérôme ?

J : Jérémy

M : il a quel âge ?

J : 6 ans en mars, il vient de les avoir.. et d'une fille, donc Axelle, qui va avoir là 4 ans en juin.

M : et alors tu fais quoi dans la vie ?

J : bin précédemment j'ai travaillé 10 ans en centre d'appel. J'ai arrêté en septembre 2010, enfin j'ai été licencié en septembre 2010 suite à un arrêt de longue maladie entre mes problèmes de santé, psychologiques aussi parce que être pressé comme un citron en centre d'appel aussi 10 ans, il faut les tenir !

M : et tu fais quoi au centre d'appel ?

J : alors téléconseiller, donc récepteur d'appel, traitement de dossiers, gestion de conflits et d'anomalies de dossiers.. donc je travaillais dans une société qui a sous-traité le client Orange Mobile.

J'étais multitâches à mon poste, donc j'avais 3 chefs sur le dos.. 3 femmes divisées pour mieux régner. J'étais le physique du service. Donc je gérais avec une mémoire de poisson rouge, c'était la bonne chose (rire). C'est-à-dire que... il ne faut pas s'inquiéter j'ai des souris dans la maison (apparté)

M : des ?

J : des souris !

⁶³Prénom modifié pour des raisons de confidentialité et de respect de la vie privée

J : non, c'est des souris qui montent dans le... enfin, qui viennent des champs, qui s'baladent dans la maison là. J'ai mis du produit.. par le fait qu'j'étais pas là pendant une semaine bin elles ont un peu investi les lieux, désolé !

M : non non non, mais c'est bien de me prévenir

J : bon j'en ai jamais vu qui viennent nous voir, parce qu'elles couinent dans leur coin. Donc j'ai mis du produit, après si ça fait effet.

M : oui normalement les produits c'est efficace maintenant

J : puis bon le fait de pas être là pendant une semaine elles ont investi les lieux

M : c'est l'inconvénient de la campagne je pense

J : (rires) oui bon regarde, je sens devant, je sens derrière.

M : c'est normal.. et donc voilà, et donc ça se passait bien au boulot ?

J : alors en général oui, par contre un chef contredisait l'avis d'un premier et quand ils étaient en repos c'était Jean qui prenait !

M : 3 chefs femmes c'est ça ?

J : ouais, le plus compliqué a été, tant qu'ils cherchaient des noises, ça me dérangeait pas, moi en adulte responsable j'encaissais mais le jour où ils s'en sont pris indirectement à ma fille qui était.. qui a des problèmes de santé depuis la naissance et qu'ils refusaient mes CP pour les rendez-vous, c'est là que ça été le début de la dégringolade. Ils m'ont touché indirectement. Et moi je suis très.. porté enfant, papa poule (rire). Avant même d'en avoir j'ai fait du baby sitting quand j'étais plus jeune, voilà comme j'ai dit, j'ai beau être un adulte, je reste enfant dans ma tête et donc.. quand Axelle est née à la fin de l'année elle avait ça à la naissance, donc ce qui a été très dur pour la maman, de pouvoir gérer les 2 pendant que je travaillais. Ou quand je faisais une journée de 8h en général je partais 12h par rapport aux horaires de train. Et à un moment donné elle n'arrivait plus à gérer sa vie de mère en temps plein et moi le travail plus le stress de la maison..

M : donc elle travaillait en même temps votre ex épouse ?

J : non, mère au foyer quoi

M : ok.. Bin déjà avant de parler de cela, on va juste savoir, combien de frères et de sœurs tu as ?

J : moi je suis déjà issu de famille recomposée, donc entre ma mère et mon frère ma mère et mon père j'ai un vrai frère, mais ils se sont séparés quand j'avais 4 ans, ma mère a refait sa vie, elle a eu donc 2 garçons, 2 petits frères, et mon père a refait sa vie une première fois, il a eu des jumeaux, et donc après leur séparation, il a refait sa vie avec une autre personne mais pas eu d'enfants. Donc aujourd'hui je suis l'ainé de 6 garçons.

M : ok, et donc ton enfance tu l'as passée avec qui ? à partir de 4 ans ?

J : avec ma mère don les 20 années de ma vie je les ai passées avec ma mère et donc avec mon beau père qui a toujours été le même. On ne s'entendait pas du tout (rire jaune). Mon frère non plus c'était chien et chat, donc j'étais un peu le vilain p'tit canard de la famille. Je m'excluais volontairement mais moi j'étais quelqu'un de réservé et dans mon coin j'allais plutôt à la bibliothèque passer mes journées, j'étais vraiment un bookworm, un rat de bibliothèque. Quand on sortait, je n'allais pas souvent avec les amis dehors, tout ça. Y'a eu un clash en l'an 2000 où bin j'ai voulu faire ma vie, rencontrer quelqu'un. Mon beau-père m'a refusé, sous prétexte parce qu'il fallait que j'enlève mes chaussures pour aller dans la chambre alors que le bus il arrivait et que j'voulais prendre ma carte de bus. Donc là j'ai claqué la porte à ma mère par rapport à mon beau père et j'ai créé là mon indépendance en passant au lycée par une assistante sociale pour avoir un logement. Là, j'ai rencontré ma première compagne, on s'est fiancé, on s'est marié, on a vécu 6 ans, 6 mois après on a divorcé.

M : donc 6 ans après..

J : 6 ans de vie commune et 6 mois de mariage seulement et donc au bout de 6 mois divorce. Entre temps on a fait bâtir une maison sur Amiens métropole. Quand on dit faire bâtir c'est vraiment un prochain à très long terme. J'ai eu plus de mal à faire le deuil de la maison que le deuil de ma compagne ! Aujourd'hui encore quand je passe à Mouvaux, ville qui m'est chère puisque j'ai la plupart de mes amis qui sont là-bas. J'ai la larme à l'œil quand je revois la maison où j'ai fait des travaux pendant 2 ans. Que je peux rencontrer mon ex ça me fait ni chaud ni froid.

M : Il n' y a pas eu d'enfants entre vous ?

J : non, pas eu d'enfant.

M : c'était comment la relation ?

J : ça se passait très bien,

J : bah c'est très compliqué, après on n'aura jamais l'aboutissant. Moi la conclusion c'est qu'elle a rencontré un ami d'enfance et elle est repartie avec !

M : ok, c'est sa décision alors ?

J : voilà, je lui ai dit toujours, le jour où on se marie c'est.. si ça ne va plus on se sépare, la porte reste ouverte à l'un ou à l'autre. J'ai une femme hyper jalouse, partir avec quelqu'un d'autre ça m'a toujours surpris et voilà, c'est chose qui s'est fait et je suis d'un naturel très posé. Quand on part, on vend une maison, on repart avec des sous, on va dire qu'on part l'esprit plus allégé que si on part avec des dettes et de l'animosité

M : Et sinon la relation avec ton beau père était pas.. terrible ?

J : bah on n'était pas sur la même longueur d'onde et moi je m'excluais volontairement. Quand on vit dans un appart où y'a 3 chambres et on est 6 dedans c'est des chambres doubles même quand on est adolescent. La cuisine c'était une table de 4, un repas de 4. Enfin c'était très compliqué. Et moi j'étais dans l'âge bête et avec le recul, je le reconnais, c'était pas..

M : et ta relation avec ta mère c'était comment ?

J : c'est très compliqué aussi.

M : dans quel sens ?

J : ma mère je lui dis bonjour, je ne l'embrasse pas. Et ça depuis très longtemps. Le pire affront que j'ai pu lui faire c'est que le jour de mon mariage je lui ai dit bonjour, j'ai embrassé tout le monde excepté ma mère. Et elle m'en voudra toujours, directement je lui en veux. Ce n'est pas pour autant que je ne vais pas la voir là où elle habite à Bauval. Où quand elle rentre de la gare elle va voir sa sœur en région parisienne plutôt qu'elle fasse le trajet, donc 2km à pied pour aller chercher sa voiture qu'elle a garée chez mon frère, je vais quand même la chercher à la gare. On a une relation on va dire d'amis, pas vraiment de famille. Mais cela nous convient comme cela, enfin après j'ai jamais vraiment discuté mais.

M : tu sais pourquoi cette relation est plutôt amitié envers la mère ?

J : Bah moi je ne sais pas mais vis-à-vis des femmes j'ai toujours... j'ai plus confiance à parler par exemple à un homme qu'à une femme. Donc je peux aborder plus facilement des personnalités masculines que féminines. Mais ça ça remonte à mon adolescence, ça a toujours été, même avant le clash de ma mère

M : parce que le clash de ta mère c'était quand ?

J : dans (tousse), pardon, dans les années 2000 quand j'ai claqué la porte, je suis parti quoi. Ça allait plus du tout.

M : ok. Et ta relation avec ton père c'était comment ?

J : bah assez space on va dire dans le sens où quand la période où j'étais adolescent avec mon frère il vivait chez ses parents, donc chez nos grands-parents, on ne disait pas on allait voir notre père, on allait voir nos grand parents et moi je considère que ce n'est pas lui qui nous a fait notre éducation. On l'a faite grâce à notre mère, notre beau-père et un peu grâce à nous-mêmes aussi. Même mon frère le reconnaît parce qu'on en a discuté y a 15 jours - 3 semaines de cela, on se l'est faite nous-mêmes. Mais on n'a pas tourné dans le mauvais sens quoi. Moi j'ai surtout eu les années collèges qui m'ont aidé, j'ai fait la Sainte famille, donc une école privée et catholique, donc avec des bonnes sœurs, et en même temps, en parallèle chez ma grand-mère. Donc le midi je mangeais chez ma grand-mère, la plupart du temps

M : ta grand-mère paternelle ?

J : Maternelle, la mère de ma mère. Et donc j'ai été élevé à la vieille école, et cela ne m'a pas tué. Alors c'est peut-être aussi pour cela que je suis sur la réserve des fois, mais à côté de cela j'accueille facilement quelqu'un chez moi, après les gens...je suis peut-être trop honnête et je dis ce que je pense et après ils se disent peut-être qu'il dit trop de gentillesse donc il doit dire des méchancetés derrière, je sais pas comment ça se passe mais comme je dis sur Albert tout le monde est méfiant. Et ce qui n'est pas mon cas. Je vais en revenir par rapport au divorce, donc moi après je faisais connaissance de Lucile, donc la future mère de mes 2 enfants. Le contexte, bah j'habitais encore sur Lengot, elle habitait elle-même sur Albert. Donc c'est la mère de mes demi-frères qui habitait Albert, qui nous a fait rencontrer.

M : tu avais déjà quel âge ?

J : la séparation je venais d'avoir 25 ans. Je me suis marié à l'âge de bin ouais 25 ans, j'ai connu ma première compagne à 20 ans, donc 20..25 ans, ouais c'est cela, un peu avant 20 ans. Avril 2000 jusqu'à janvier 2006. Voilà les dates de ma première compagne, du divorce. Donc après Lucile je l'ai rencontrée dans la même année de mai 2006, donc peut-être un peu trop tôt on va dire. Donc elle venait passer 2-3 jours chez moi quand j'étais en repos le week-end de 2 jours quoi. Et vice-versa la semaine d'après c'est moi qui venait sur Albert. Donc on jonglait comme cela, cela se passait très bien. Deux mois après notre rencontre j'ai appris qu'elle était enceinte, l'expression sur mon visage ça été la Joconde. Je ne savais pas si je devais en rire, en pleurer, être de mauvaise humeur ou pas ! D'un côté ça bouillonnait dans le sens c'est un peu trop tôt, je ne la connais à peine, il y'a un bintz. Et de l'autre c'est voilà j'ai 26 ans j'ai toujours voulu avoir des enfants, je l'accepte. Donc les premières années.

M : Il n'y avait pas de mariage encore du coup ?

J : non non c'est..

M : c'était juste ta copine

J : voilà. Et donc suite à cela bin moi j'habitais encore loin de la maison. Je n'avais pas le permis, les contraintes horaires ne correspondaient pas aux trains donc j'ai vécu un peu de temps en tant que, on va dire, SDF, un bien grand mot. Mais un coup j'allais chez mon oncle, un coup j'allais chez mon père, un coup j'allais sur Albert pour repartir en fonction des horaires. C'était une vie qui n'était pas si facile parce que passer de propriétaire à sans attache c'est quand même très dur !

M : t'avais vendu la maison ?

J : la maison ouais.

M : et tu travaillais à l'instant ?

J : ah oui toujours. Et donc c'était une partie difficile de ma vie, mais le travail faisait que avec les heures supp' je ne pensais pas à tous les problèmes extérieurs. Quand

Jérémy est né en mars 2007, là je me suis dit bon faut quand même que je trouve une attache sur Albert par rapport aux pécunes que j'avais par rapport à la première vente de ma maison, bin il a fallu que je trouve une maison qui était encore dans mes corde au niveau du budget donc avec ou sans travaux et tout seul ce n'était pas évident à acheter. Donc aujourd'hui j'ai acheté celle-ci en avril 2008, un bien immobilier propre avec énormément de travaux, donc j'en ai déjà fait une partie. L'électricité, le tout à l'égout, le confort dans les chambres pour nous et les enfants...

M : et donc vous êtes restés ensemble pendant combien de temps ?

J : on n'a jamais été vraiment ensemble. Elle ; elle vivait chez elle et moi..

J : on va dire elle est assez simple et.. de Jérémy de 2007 à 2008 le temps que j'arrive sur Albert, la maison, le temps que je fasse les travaux donc ici on avait vraiment vécu en commun la séparation s'est faite donc en juin 2011, donc on s'est mis en mai 2010 ici. On était en commun vraiment c'était de mai 2010 à juin 2011, la séparation. Sinon avant c'était chacun chez soi. Mais pour les enfants ou autre ce n'était pas une stabilité. Bon au début ce n'était pas trop dérangent parce que le fait de mes horaires de travail, ils me voyaient déjà pas du tout la journée. Donc j'étais un francilien qui travaille en (...) Mais moi cela ne me convenait pas de les voir très peu qui a les voir ou autre, qu'ils dorment déjà et que je puisse leur faire un bisou sur le front et voilà donc j'ai demandé à ce que l'on se mette en ménage et là c'était le début du calvaire ! Avec mes journées de travail quand j'arrive le ménage à faire, la vaisselle à faire, la cuisine à faire...

M : un calvaire ?

J : Ben oui parce qu'elle ne faisait plus rien. Elle se déchargeait complètement de ses responsabilités.

M : et elle ne travaillait pas non plus ?

J : elle ne travaillait pas non plus, elle trouvait le prétexte que ses enfants étaient durs à vivre, patati patata...

M : vous avez eu Axelle donc 2 ans après c'est bien cela ?

J : ouais

M : en 2009 ?

J : alors Jérémy c'est Mars 2007 et Axelle juin 2009. Donc Axelle par rapport à son AVC c'était une constante surveillance, risque éventuels de rechute. Elle a un dégrassement facial et donc il y'avait des suivis psy à l'hôpital pour savoir si la boîte crânienne, si le cerveau se développait en même temps que la boîte crânienne. S'il n'y avait pas compression, donc risque de... ah je n'arrive plus à dire le terme, mort cérébrale.

M : c'était depuis sa naissance c'est bien cela ?

J : ouais c'est cela. Donc il y'avait les contraintes par rapport au travail parce qu'ils n'acceptaient pas mes jours. La maman qui mettait la pression parce que Jérémy était un enfant turbulent. Donc aujourd'hui il est à l'hôpital nord pour j'attends la date, pour des suivis de tests de trouble de l'attention et d'hyperactivité. Axelle, pour donner un exemple, à l'âge d'un an un enfant c'est censé se tenir assis, position debout et éventuellement marcher, ma fille ne savait pas se tenir assise. Elle avait vraiment un énorme retard à ce niveau-là. Donc il a fallu faire énormément de séances de kiné donc bin moi je ne pouvais plus jongler entre le travail et la famille. J'ai rencontré une psychologue, on a discuté, j'ai vu que les principaux maux que j'avais étaient liés au travail. Dix ans de travail qui ont surgit, qui ont fait une réminiscence. Et j'ai craqué donc j'ai dit bin je coupe un pont et j'en reprends un autre, donc ma vie de famille et mes enfants. Mais à trop m'occuper des enfants, de la maison, sans pour autant dire que je suis propriétaire de ma maison et toi t'as rien à faire là, t'es que la mère de mes enfants, ce qui n'était pas le cas à l'époque hein quand on s'est mis en ménage. C'est NOTRE maison, c'est voilà, c'est moi qui paye le crédit, le loyer mais on vit en couple. Moi j'avais cette définition là que j'avais déjà eu avant, mais la mère de mes enfants malheureusement cette définition elle ne l'a jamais assimilée réellement.

M : elle a quel âge la mère ?

J : elle est 5 ans plus jeune que moi, donc là j'en ai 32 aujourd'hui elle doit en avoir 27. Et comme je disais en préambule, bin c'est la mentalité d'Albert ce n'est pas assez mature quoi.

M : donc elle avait quel âge quand elle a eu le premier enfant ?

J : j'avais 26, elle devait en avoir 21.

M : ok. Donc même les premiers mois, on va dire, quand vous vous êtes mis ensemble, ça ne se passait pas bien non plus ?

J : alors les 6 premiers mois, enfin de mai 2010 à novembre, début décembre ce n'était pas le meilleur des mondes mais ça se passait très bien. Même si elle déchargeait tout. « bin Jean, t'as rendez-vous pour les enfants », « tu peux faire la cuisine », enfin je faisais tout quoi. C'est : j'étais la bonne à tout faire !

M : et avant de vivre ensemble ?

J : bin elle faisait sa popote chez elle, son ménage, sa lessive, elle faisait les plats. Elle faisait ma lessive et puis quand j'étais présent je faisais la nourriture puisque j'aimais bien cuisiner. Donc on arrivait à s'arranger pour partager les tâches.

M : tu dormais à peu près combien de jours chez elle avant d'acheter cette maison ?

J : pfou, c'est compliqué parce qu'en fin de compte ça dépendait des horaires de travail.

M : ok, et vous vous voyiez 3 à 4 jours par semaine ?

J : Oh moins de cela parce que, cela dépendait des semaines. En fin de compte j'avais deux horaires bien définis, donc soit je faisais 8h-16h, et dans quel cas je partais à 7h le matin et j'arrivais le soir à 18h par rapport au train, y'en avait pas entre deux. Donc de 18h à 21h ou plus tard je voyais les enfants, je rentrais chez moi, je dormais chez moi et la journée recommençait donc je voyais en fin de journée mes enfants. Quand j'avais des journées complètes, ce n'était pas systématiquement que j'allais les voir parce que j'avais des travaux ici, pour que la maison puisse être habitable. Et à contrario quand j'étais d'après-midi / soir, donc les horaires c'était 11h30 - 20h, mais à cause du train je partais à 20h30 pour rentrer passé 21h. Parce que le dernier train t'es obligé d'attendre le retard de Paris pour pouvoir démarrer. Ce qui fait qu'en moyenne je partais plus de 12h pour une simple journée de 7h de travail.

M : et donc elle elle considérait que, avant que vous vous mettiez ensemble, que vous viviez ensemble, elle considérait que toi tu faisais rien et que c'est elle qui faisait tout ? Vu que les 2 enfants était avec elle ?

J : c'est, ouais je pense que y'avait de ça, à part bon bin quand j'étais disponible je faisais la cuisine ou autre et y'avait pas de problème. Mais en général oui elle avait la charge complète des enfants, ça je le reconnais.

M : elle vous reprochait cela ?

J : pas au début, parce qu'elle était très maman, elle était très attentionnée. Au début, il n'y a pas eu de soucis. C'est le déclenchement, c'est plutôt Axelle et ses problèmes de santé. Et pas forcément quand elle avait cela à la naissance parce que là on était soudés, aux rendez-vous on y allait à deux. C'est plutôt dans l'ordre où elle a commencé à marcher et qu'on a vu qu'elle avait un toc. Systématiquement, elle ne connaît pas la frustration ou le « non ». C'est-à-dire que dès lors que l'on contredit ce qu'elle a décidé, elle s'automutilait. Elle cherchait un endroit pour se faire mal. Pas un rond de table, c'était le coin ici. Maman a un coin cheminée, si elle ne pouvait pas avoir quelque chose elle se jetait en avant pour se cogner, si on ne la retenait pas, elle partait en arrière. Et c'était des colères impulsives et surprenantes parce qu'on ne savait pas à quel moment ça allait arriver. Dans ma maison il y'a des petites marches entre chaque pièces, vu qu'elle avait des difficultés à marcher, si elle se prenait la marche elle tombait, elle se retenait par les mains, elle se cognait quand même la tête exprès, de frustration. C'était très difficile à vivre.

M : ok, parce que mentalement elle n'avait pas de problèmes ?

J : alors bin suite à l'AVC elle a fait un retard donc de motricité elle a eu aussi de l'hémiplégie au côté gauche, qui est aujourd'hui résorbée. Seuls ceux qui sont au courant et qui regardent réellement la démarche peuvent se rendre compte qu'il y a un reste latent. Mais du temps où j'étais présent, la motricité on la faisait travailler aussi bien du côté droit que du côté gauche. J'étais constamment avec mes enfants,

vu que je ne travaillais plus et c'était mon principal objectif. Pour moi dans ma tête je n'étais pas en long arrêt maladie, j'étais en congé paternité à long terme. Encore aujourd'hui je ne considère pas que je suis chômeur, je considère que voilà je suis en congé paternité.

M : comment tu t'en sortais financièrement ?

J : alors au niveau financier, bin en arrêt maladie je touchais 80% de mon salaire, ce qui bizarrement ne faisait pas un manque à gagner puisque la différence je le perdais systématiquement entre le train, les aller-retours voiture si les horaires correspondaient pas, la nourriture sur place, et éventuellement les à côté parce que une journée de 12h de travail, fin 12h de présence pour 7h de travail, bin j'achetais un livre ou autre. Donc cette différence n'a pas été répercutée à proprement parlé puisque la différence de perte était anecdotique on va dire.

M : et l'arrêt de maladie tu l'as eu par rapport à Axelle ou par rapport à toi ?

J : c'est vraiment le contexte en général, c'est le cumul de pression au travail, les problèmes de santé de ma fille, le fait de me refuser les jours de CP pour les rendez-vous de ma fille, c'est vraiment le tout quoi. Et je travaillais à Amiens, donc au niveau de la gare d'Amiens, et pendant un an et demi suite à mon arrêt, même 2 ans, je n'ai jamais pu approcher la gare tellement c'était une image qui était imprégnée, qui était latent de stress, d'anxiété. Il a fallu vraiment que j'y aille progressivement pour approcher la gare. La gare d'Amiens il y'a le Gaumont qui est juste à côté, du temps où je travaillais j'avais la carte à 20€/mois pour aller voir des films à volonté, il m'a fallu 2 ans avant d'aller revoir un film au cinéma. Même à Albert, parce que cela me rappelait la gare donc le travail. Il y'a eu un choc psychologique par rapport à cela.

M : et donc après, là donc vous vous êtes mis ensemble, vous avez vécu ensemble 1 an à peu près c'est cela ?

J : voilà donc de mai 2010 à fin novembre, mi-janvier 2010 donc là ça se passait très bien. La situation a commencé à se dégrader progressivement.

M : après la naissance de Axelle ?

J : Ah Axelle oui oui, après 2009. Non c'est quand on s'est mis en ménage ici, puis bah avec tous les... la frustration.. Enfin les tocs de Axelle où c'était très difficile, Jérémy qui était hyperactif qui en faisait voir des vertes et des pas mûres, ça été très difficile, déjà bon, pour les enfants, pour moi parce que je suis de nature posée donc j'arrivais à gérer les enfants, on va dire qu'ils n'étaient pas responsables de leur situation. Donc quand Axelle elle pleurait, moi je pouvais la laisser pleurer parce qu'elle était frustrée, je la retenais, j'étais obligé de la bloquer parce que sinon elle s'auto-mutilait, le cri me passait à côté on va dire. C'était son moyen d'expression, je préfère l'entendre crier que l'entendre se cogner, que de la voir se cogner pardon. Par contre, la maman elle ne supportait plus rien du tout, elle ne supportait plus quand je

parlais pour dire bin « fais la cuisine », « fais tel plat », non elle n'en faisait qu'à sa tête. Est-ce que tu peux t'occuper de Axelle, je vais jouer un peu avec Jérémy parce qu'il faut lui donner un peu d'intérêt ?, « ah non non non ! » C'est, je n'allais pas dire devant la télé en regardant un film ou jouer à la console, c'était même pas cela, c'était bin elle l'avait à sa façon, elle avait fait une dépression, elle ne gérait plus rien.

M : ok. C'est toi qui faisais la cuisine, tu faisais la vaisselle, tu faisais le ménage ?

J : oui, même si tout n'était pas forcément tout bien fait, bin j'essayais d'être multi tâches, ce qui était pas évident en soi, mais progressivement j'ai dû apprendre, bon elle m'aidait un peu mais pas énormément. Y'a eu quelque chose qui s'est déclenché dans sa tête, ça n'allait plus. On n'était peut-être pas prêts pour vivre en couple. Peut-être que son dicton chacun chez soi et le monde se porte mieux, c'est peut être ça qu'il aurait fallu encore faire. Même si je pense que de moyen à long terme ça aurait pas été vivable pour moi comme pour les enfants. Et donc début 2011 ça s'est fortement dégradé, pour les enfants je ne disais rien, j'encaissais tout, j'en voyais des vertes et des pas mures, j'en prenais plein les oreilles pour ne pas dire autre chose hein.. mais bon voilà, je faisais avec. Et il y'a eu un élément déclencheur, c'est qu'en avril-mai 2011 elle a fait une demande auprès de l'assistante sociale pour placer les enfants, sans m'en parler au préalable. Prétexte : elle ne supportait plus les enfants, elle voulait aller en maison de repos. On en aurait discuté posément, la maison de repos je n'étais pas contre parce que effectivement c'était très dur !

M : maison de repos pour elle ?

J : oui oui pour elle, pour elle. Dans le sens où les enfants, c'était vraiment des journées de 36h. Du matin où Axelle était levée jusqu'au soir, bin il fallait qu'il y ait constamment quelqu'un pour la surveiller au risque qu'elle s'automutile. Quand Jérémy il était là entre deux, par rapport à l'école, bin il montrait son attention, il montrait qu'il était là, d'un côté on s'occupait trop de sa sœur et pas assez de lui. Et c'était des journées qui étaient bien soutenues, et au moment où Axelle faisait la sieste, bin y'avait le ménage à faire, les papiers à faire, y'avait la lessive à faire, donc nous on était constamment à bloc quoi, sur les nerfs, et je comprends qu'elle ait craqué. Maintenant c'est la situation qui, pas en avoir parlé, d'être allé voir l'assistante sociale qui me convoque, qui me dit vous savez pourquoi vous êtes là. bin moi je me souviens encore je lui ai dit non je vous écoute, et qui me dit, bin voilà, votre compagne veut placer les enfants. J'ai dit non tout de suite et j'ai dit bin voilà si ça ne va plus, et si c'est le prétexte que c'est moi, je suis le propriétaire, à ce moment-là je veux la mettre à la porte. Donc je me suis au préalable renseigné, avec l'assistance sociale j'ai dit voilà.

M : à cet instant-là vous ne vous étiez toujours pas mariés ?

J : non. Ça n'a jamais été pensé, mariage, fiançailles, ça n'a jamais été abordé. Et ça ne le sera plus (rire)

J : Oui vaut mieux en rire. Et suite à cela avec l'entretien de l'assistante sociale j'ai demandé comment la mettre à la porte. Elle me dit bin mettez lui un ultimatum, vous m'en avez parlé, elle revient vers moi je lui trouve un logement rapide pour que ça se fasse correctement, et bah elle avait commencé une formation à l'AFPA à Mianord donc à l'époque elle s'arrangeait pour dormir sur place du lundi au vendredi. Et quand elle revenait le vendredi soir, bin moi je partais le week-end voir mon père ou mon frère, je découchais vraiment pendant 2 jours. C'était limite une remise des clés, on avait inversé les rôles, le dimanche soir je rentrais, elle dormait chez son père, elle partait le lundi matin avec.

M : et donc pendant ces 5 jours, fin les 5 jours de la semaine c'est toi qui...

J : j'avais les enfants

M : t'étais toujours là.

J : et le week-end elle venait vivre à la maison avec les enfants et c'est moi qui partais. Donc je faisais vraiment la concession de dire, voilà tu peux voir les enfants, je considère que tu peux, moi je me sauve comme ça il n'y a pas d'ambiguïté, on ne se crêpe pas le chignon. Ça allait bien pendant deux mois, un jour elle est rentrée un jeudi après-midi, j'ai commencé à avoir les oreilles qui sifflent à tout va. Bon bin j'ai dit comme ça attend le repas est prévu pour deux, je vais aller chercher quelque chose à la COOP donc faire les courses pour manger pour quatre. Elle aurait pu très bien partir à ce moment-là avec les enfants, je n'aurais pas été au courant, excepté que j'ai été faire les courses, j'ai commencé à préparer le repas. Sa mère est venue en marche arrière donc se garer ici. Donc vieille AX qui fait du bruit donc les enfants ont entendus, sont venus à la porte, ils étaient à pieds nus, je les ai rentrés de force. Donc Lucile a fait sortir les enfants, sa mère a voulu les mettre en voiture. Je n'étais pas d'accord j'ai voulu retirer mon fils de la voiture. Là c'est en cours de jugement, elle m'a attaqué pour violence.

M : la ?

J : la belle mère. Comme quoi je l'aurais frappée pour reprendre les enfants. Le contexte moi je crois qu'il est différent, que c'est un kidnapping d'enfant, que j'ai voulu récupérer mes enfants et pour finir entre temps j'avais eu le réflexe d'appeler mon beau père, la seule personne en qui sur l'instant j'avais confiance. Donc le père de Lucile le grand père de mes enfants, le père de Lucile.

M : ah ok, le père et la mère

J : voilà, ils sont séparés depuis une vingtaine d'années,

M : aussi. Ok

J : et c'est une personne avec qui j'avais déjà pu discuter des problèmes que j'avais avec la fille, qui en avait conscience, mais voilà, ça reste sa fille. Et c'est une personne qui, voilà, quand y'a eu l'instant délicat de ma belle-mère et moi, nous a séparé, m'a

fait rentrer à la maison et m'a dit laisse ta belle-mère partir avec les enfants, t'avisera un peu plus tard, et suite à ça, elle les a pris pendant trois jours, elle me les a ramenés le lundi soir, elle a refait sa formation pendant deux semaines, elle l'a arrêtée volontairement d'elle-même alors qu'il lui restait plus qu'un mois à faire pour valider son diplôme. Sous prétexte que je l'empêchais de voir les enfants alors qu'elle les voyait le week-end. Je n'ai jamais interdit aux enfants de voir leur mère, ou la mère de voir les enfants. Et donc elle a commencé à lancer une procédure auprès du tribunal qui juge les affaires familiales. Entre temps il y'a eu les vacances donc ça été ajourné en septembre. En septembre moi ma défense n'était pas prête, mon dossier, on va dire racontait un peu le fil de ma vie, le bien fondé de pourquoi je souhaitais avoir la garde des enfants, ce que je pouvais leur apporter, etc.

M : elle elle réclamait..

J : la garde des enfants, la restitution de mes droits. Vraiment le, on va dire le truc basique d'une femme pour un homme. A la différence c'est que moi j'ai toujours compris que la mère n'a des yeux que pour les enfants, on ne peut pas leur retirer, même si une mère n'est pas vraiment une mère ça reste pour les enfants. Donc j'ai dit voilà, quelles sont les possibilités qui s'offrent à moi. J'ai dit la garde de mes enfants mais avec un droit de visite élargit. Droit de visite élargit donc une semaine sur 2, la moitié des vacances, ça c'est le classique, plus après j'ai proposé également un ou deux week-end de plus, ou des mercredis. Donc en première décision le 3 décembre le juge a décidé un week-end sur 2, la moitié des vacances, tous les mercredis. Moi j'ai, suite à ça j'ai demandé à mon avocat d'en référer, elle m'a dit suite à la demande de l'enquête sociale de ma mère, il y'aura une possibilité que vous demandiez à modifier le texte. Entre temps leur mère donc est, là ça va faire un an, n'est jamais venue officiellement venir chercher les enfants à 18h pour me les ramener à 18h. C'est soit moi qui fait l'aller-retour, soit son père.

M : là pour l'instant c'est elle qui...

J : elle a le droit de visite, donc c'est celui qui a le droit de visite qui doit venir chercher les enfants et les ramener.

M : et elle vient, enfin elle y va combien de fois ?

J : bin elle n'est jamais venue officiellement les chercher à la maison, c'est toujours moi qui les amenait au début

M : combien de fois par semaine ?

J : au départ elle tenait son droit, c'est-à-dire un week-end sur deux et le mercredi mais c'est moi qui venais les chercher dans un lieu neutre et qui les ramenaient dans un lieu neutre, proche de son domicile. Par exemple M. Bricolage.

M : pourquoi un milieu neutre ?

J : parce qu'elle était... On dit voilà que je l'ai insultée ou autre, et en même temps pour me prévenir de son caractère, à l'emporte-pièce, par rapport à l'incident que sa mère avait fait ici, j'ai voulu me prévenir de tout risque, parce que malheureusement ici y'avait pas de témoin sauf son père qui malheureusement tient pour elle, qui me surprend mais bon après c'est leur vie, et donc je voulais éviter tout risque qu'on me reproche que j'étais un homme violent, ce qui n'a jamais été le cas. Mais bon, aujourd'hui depuis un an je me bats contre des préjugés à la con qui font que si une femme va porter plainte contre un homme parce qu'elle s'est fait taper on va la croire sur parole, mais un homme faut prouver.

M : parce qu'il y a eu de la violence de la part de la mère envers toi ?

J : oui, puis de la part de la fille une semaine avant, mais je n'avais pas été porter plainte et je n'avais pas été à l'hôpital nord pour faire constater les équimoses. Donc une femme on peut la croire sur parole mais un homme ce n'est pas vrai ça n'existe pas. Donc j'ai pris sur moi mais avec l'étiquette de c'est moi l'violent dans l'histoire. Donc au préalable j'me suis dit bah aujourd'hui qu'est-ce qui peut me protéger sur Albert, j'ai eu le réflexe PMI, l'assistante sociale, la puéricultrice. Ma fille allait à la crèche donc j'ai continué d'aller l'amener à la crèche et de demander des conseils aussi auprès de la directrice sur la propreté des enfants parce que autant être l'ainé de 6 garçons, laver un garçon ce n'est pas compliqué, qu'une petite fille sur les parties intimes c'est très délicat. Et ça été le gros point noir au début, par rapport à ma fille, par rapport à l'hygiène qu'on pourrait me reprocher assez facilement, mais quand on ne sait pas, bin moi j'ai quand même fait le devant d'apprendre et on a su m'expliquer et après y'a plus eu de soucis.

M : justement je voudrais parler de cela en fait, là donc la première partie donc quand voilà la maman tu avais dit que la maman était une mère normale on va dire, elle assumait ses responsabilités, et les assurait plus ou moins, ensuite elle a commencé à lâcher, et c'est toi qui as commencé à prendre le relais.

J : oui

M : c'est ça, comment tu as commencé à découvrir entre guillemets le rôle de la mère ? Par exemple par rapport à la cuisine, le ménage, est ce que c'est des choses que tu gérais avant ?

J : alors la cuisine j'ai toujours géré. Dès lors que j'étais présent, ce n'est pas que je n'avais pas confiance au repas qu'elle faisait, mais j'adore cuisiner et je cuisine sans problème. Diversifier, poisson ; viande blanche, viande rouge, végétarien, asiatique fin mexicain, je mélange tout, j'adore cuisiner, ça reste un plaisir, tant que ça reste un plaisir c'est voilà je fais sans problème. Mais dès lors que ça devient une contrainte après c'est plus délicat. C'est la machine à laver. Le ménage, bah étant, sur une courte période, étant célibataire, ou ayant mon propre domicile ou la vie de couple je savais faire quoi. Le linge, je savais repasser mes chemises, mais mettre une machine à laver en route je ne connaissais pas ! En douze ans de vie commune (rire), officiellement, je

n'ai appris que l'été dernier à faire une machine à laver. Pour moi c'était du chinois (rire). J'ai découvert progressivement tout en ayant fait du linge rouge détaché sur du linge blanc voilà mais j'ai découvert et ça reste quand même une contrainte encore au jour d'aujourd'hui.

M : comment as-tu fait ?

J : bah du jour au lendemain parce que c'est à la séparation que j'ai dû faire mes premières machines à laver.

M : ouais mais tu l'as fait tout seul ?

J : ah oui bah après j'ai téléphoné à ma mère en disant bah voilà tel tel machin je peux le faire à combien elle a dit voilà bon ben j'ai pour le linge j'ai appris sur le tas parce que bah je n'avais jamais fait avant. Plier du linge, ranger du linge si mais mettre une machine en route à laver non. C'est, c'était vraiment le truc que j'ai découvert, avant même la propreté de ma fille. (rire) et on va dire bah après c'est quand on ne travaille pas, que le premier garçon va à l'école, la fille va à la crèche, forcément ça laisse des journées très longues, donc ménage vaisselle lessive préparation du dîner, d'éventuel programme de la semaine pour les activités, tel soir on va à la bibliothèque, on va peut-être aller à la piscine tel soir, j'essayais de tout programmer, un peu trop d'ailleurs mais au moins pour que ça soit cadencé et que ça soit fait. Et bah je m'en sortais correctement, j'ai eu entre temps aussi l'aide d'une, par rapport à l'assistante sociale, d'une TISF, travailleuse à domicile, pour m'aider justement dans la démarche de bah gérer le logement, les enfants. Voir en même temps qu'ils n'ont pas pris de coups en disant bon ben voilà le père il est bon à rien il ne sait pas s'occuper de ses enfants.

M : c'est toi qui avais demandé une aide ?

J : voilà moi j'ai de part, quand je dis les préjugés que j'ai entendu, je voulais me prémunir du risque de dire voilà la porte est fermée on ne sait pas ce qu'il se passe.

M : quels préjugés ?

J : bah une mère, même si c'est une mauvaise mère, elle est capable de s'occuper de ses enfants alors qu'un père il est là que pour payer le loyer.

M : c'est de la part de qui ces préjugés ?

J : pfff tout le monde, peut-être moins la puéricultrice ou l'assistante sociale ou de la directrice de la crèche ou de l'école avec qui j'ai pu discuter parce qu'ils sont obligés de rester sur une position neutre mais tout le monde en général voyait d'un mauvais œil que c'est moi qui avais la garde des enfants. Encore aujourd'hui, je laisse un doute ou un scepticisme sur la part de, je prends juste l'école à aux enfants, il y a des mères de famille qui ne m'approchent pas alors je ne sais pas si c'est de peur de leur donner des idées à leur mari pour qu'ils se séparent puis qu'ils gardent les enfants, je ne sais pas si c'est ça mais des fois j'me pose la question. Parce qu'entre temps je ne

sais pas si j'ai fait un effet de mode mais y a trois parents comme ça qui se sont séparés et un qui a officiellement la garde des enfants et l'autre qui a réussi à destituer les droits de la mère donc c'est vraiment beaucoup plus compliqué.

M : tu pourrais me donner ses coordonnées s'il te plaît ?

J : non malheureusement non

M : pourquoi ?

J : déjà parce que je ne parle pas beaucoup avec eux. Et après par rapport au fait que bah je ne sais pas comment ça se passe dans leur tête et c'est des gens voilà je rencontre je dis bonjour je discute un peu à l'école mais ça s'arrête là ! Il y a éventuellement par rapport à l'association « sos papa » je pourrais appeler un papa qui a la garde de ses enfants. S'il est d'accord pour te rencontrer, alors par contre je sais qu'il dépend de Beauval et là ça va être moins évident de ce que vous vous rencontriez

M : on peut s'arranger

J : je sais qu'il allait sur Arras assez facilement

M ; on peut s'arranger ou même au pire passer l'entretien sur skype

J : oui aussi et par contre j'ai discuté qu'une fois avec lui

M : ce n'est pas grave, en fait même les autres qui sont sur Albert

J : je n'ai pas leurs coordonnées donc je ne pourrais pas. C'est c'est pas que je ne veux pas, c'est... Comme je dis ça reste du bonjour au revoir on discute un petit peu c'est tout.

M : oui vous n'avez pas leurs coordonnées

J : et maintenant je me méfie aussi du, voilà, je reste un peu trop sur la défensive, mais je me protège comme ça on va dire !

M : ok ; oui donc on disait après déjà je voudrais revenir à la séparation, fin pas la séparation parce qu'il y a pas eu fin c'était un peu, c'était pas d'un coup on va dire, c'était un peu..

J : fin le déclic du « je te fous à la porte » si il était quand même, sur le coup le 21 juin 2011 mais c'est vrai que progressivement, ça s'est plus que dégradé mais voilà je prenais sur moi, j'encaissais sur moi, je montrais rien aux enfants et.. Les disputes avaient lieu plutôt le soir quand ils dormaient, ou quand ils étaient pas présents dans le domicile on va dire.

M: ok et donc cette séparation tu l'avais vécue comment ?

J : très mal, on m'enlevait, on.. je ne sais pas, je pourrais pas dire qu'on m'enlevait un bras parce que ça devait encore faire plus mal, j'ai toujours vécu pour mes enfants, dès lors qu'ils sont nait, Jérémy je le voyais pas mais je versais une pension

alimentaire pour la maman je faisais les courses pour qu'ils aient à manger, je mettais un peu d'argent sur son livret, comme un père qui n'est pas présent, je montrais mon affection matériellement financièrement. Dès lors qu'ils ont vécu ensemble c'est je suis très papa poule j'ai toujours été attaché avec eux, des moments quand je partais un week-end je prenais Jérémy, je dormais chez mon frère, quand c'était que le dimanche je prenais ma fille, parce qu'elle n'arrivait pas encore à dormir chez, chez autrui, on va dire que dès lors que je partais d'Albert, j'avais toujours quelqu'un avec moi. Et ce week-end du jeudi vendredi samedi dimanche 21 juin, ça a été très difficile à vivre parce que c'est la première fois que je me retrouvais tout seul dans cette maison. Depuis que, depuis qu'on s'était mis en ménage.

M : ok parce que c'est le jour où elle, où tu avais décidé qu'elle parte ?

J : non ça s'était fait courant mai/juin hein, je lui avais mis un ultimatum au 1^{er} juillet.

M : ok moi je parlais en fait du jour où la mère est partie parce que quand la mère est partie les enfants sont restés avec toi

J : nan nan le 21 juin quand la mère est partie avec sa mère

M : ah ok c'était la première fois qu'elle partait enfin qu'elle partait définitivement on va dire

J : c'est la première fois qu'elle avait fait le, première fois qu'elle partait définitivement, elle est partie avec les enfants. Et elle me les a ramenés le dimanche soir même puisqu'elle devait recommencer sa formation le lundi.

M : ok, et donc ça tu l'avais vécu mal c'est par rapport aux enfants plutôt que par rapport à elle ?

J : ouais un adulte voilà on peut on peut comprendre chaque adulte on peut dire la séparation j'ai déjà vécu un divorce, quand on s'entend plus avec quelqu'un on dit au revoir et puis on va voir quelqu'un d'autre. Voilà j'ai dit voilà si ça va pas, tu peux partir, mais à la fin j'ai dit voilà si ça va pu, je te mets un ultimatum tu pars au 1^{er} juillet voilà, elle a fait son scandale avec sa mère le 21 juin, elle a pris les enfants le week-end elle me les a ramené le dimanche soir. Pendant ces trois jours-là je n'ai pas dormi, j'ai été vraiment vaseux, je n'allais pas bien je suis resté enfermé. J'avais voulu parler à personne, je n'avais pas d'idées noires je te rassure, sous-entendu suicide mais ça a été très dur ! Quand j'ai récupéré mes enfants le dimanche soir j'ai été lesté de tout le stress et c'est reparti la semaine sans problèmes. Elle m'a demandé « est ce que je peux ravoir mes enfants le week-end » j'ai dit oui, avec un nœud au ventre mais le fait que je savais qu'elle allait me les ramener le dimanche soir, y avait déjà un peu de, un peu de pression en moins ! Mais encore aujourd'hui, malgré la décision du juge, quand elle a les enfants le week-end, j'ai confiance en elle les enfants je sais qu'elle s'en occupera, ils vont avoir un repas, ils vont dormir ils vont se laver tout ça mais j'ai toujours une appréhension de perdre quelque chose de moi.. c'est.. bizarre mais c'est comme ça (rire) c'est, je sais pas, c'est.. par rapport à d'autres pères qui n'ont pas la garde de leurs enfants, qui ont droit de visite et qui s'en

déchargent, moi j'suis totalement l'opposé, j'suis le paradoxe, j'suis maman de ma tête (rire).

Et je, je le vis très bien dans ce sens-là, en papa poule, et donc au début par rapport à quand elle a arrêté sa formation ça a été tout un micmac donc c'était l'été y avait pas d'école, on s'était arrangé pour qu'elle ait une semaine sur deux puisqu'il y avait pas encore de jugement officiel, puisque je considère qu'elle avait autant le droit de les voir que moi et je pouvais pas le lui interdire de les voir, le problème c'est qu'elle une semaine ça commençait des fois du lundi soir et ça terminait le samedi matin, c'était jamais sept jours de suite, elle me disait « oui je les prend » tout compte fait elle les prenait pas. Et c'était imbuvable et par rapport à la décision de justice j'ai demandé à ce que ce soit appliqué vraiment un truc défini pour savoir sur quel pied danser, donc la première décision a eu lieu le 3 décembre et dans le contexte où bah j'ai eu la garde des enfants, elle a eu le droit de visite élargi, un week-end sur deux, la moitié des vacances et les mercredis, donc mercredi ça donnait mardi soir 18h, mercredi 18h ; week-end : vendredi soir 18h – dimanche 18h. Bon y a eu la période hivernale qui était très froide très longue, elle n'a pas le permis, j'ai la voiture.

M : elle habitait loin d'ici ?

J : elle habitait sur Albert, en centre-ville, donc pour les enfants je faisais le déplacement sans problèmes, excepté où des fois bah malheureusement je voulais pas me déplacer bah parce que bah financièrement, tant qu'il n'y a pas eu de jugement, bah la CAF n'est pas reversé, ça a été très compliqué à ce niveau-là, donc j'ai vécu avec un peu moins de 900€ par mois à payer l'ensemble de mes dettes, crédit maison, voiture, consommation, bah électricité, eau nourriture, fin tous les à coté et c'était vraiment très très très difficile.

M : je voudrais juste, donc avant la séparation, avec le recul, si je te demande de décrire la relation entre toi et fin ton couple c'était comment, en général ?

J : on va dire qu'avant de se mettre en ménage, on n'a jamais été vraiment un couple mais ce n'est pas pour autant qu'on allait voir à droite, à gauche. Mais ça nous convenait, un coup chez l'un, un coup chez l'autre, ça se passait très bien sauf que bah de son côté les allocations ont baissé, elle est venue au logement parce que les travaux étaient, la maison était pas, comme ils disent aujourd'hui, elle n'est pas, elle est en état délabré, mais pas, j'ai oublié le terme. Insalubre ! Parce qu'une maison insalubre on ne peut pas y vivre mais un état délabré on a l'autorisation d'y vivre, d'entretenir, bon j'ai quand même un contrôle tous les six mois de la part de l'assistante sociale pour vérifier qu'il y a pas de dégâts supplémentaires ou un risque potentiel de dangerosité pour les enfants, ce qui est normal.

M : bien sûr, et à partir de ce moment-là la relation a..

J : bah voilà quand on s'est mis en couple moi j'avais la conscience de couple, donc du partage des tâches, de la responsabilité sans pour autant lui dire « t'es chez moi, fais tout ça » nan c'est bah j'suis chez moi je paye mes factures, je fais la nourriture, en

contrepartie tu fais un peu le ménage, tu fais la lessive et le partage des taches ça allait bien..

M : mais elle financièrement si elle ne travaillait pas elle faisait comment ?

J : bah elle avait les allocations, c'est elle qui percevait l'intégralité de la CAF

M : ah oui pour les enfants ?

J : pour les enfants, je lui demandais rien en contrepartie, elle me donnait un peu d'argent quand même, mais on va dire pour moi l'argent c'est pas le but ultime, ça aide à payer ses factures, ça aide à entretenir sa famille, mais voilà pour moi dès lors que les factures sont payées, si je peux avoir un peu d'argent, j'adore faire les brocantes, les raideries, je chine à droite à gauche, ça permet d'acheter des bricoles aux enfants pas chères, je prends le masque qui est juste devant, c'est quelque chose en commerce qui vaut plus de 60€ réunie et je l'ai eu à 8€ sur une raiderie donc je fais plaisir.. mon fils adore les transformer, je préfère lui acheter 20 robots à 1€ pièce que d'aller en acheter un qui vaut le même prix en commerce.

J : nous en Picardie on entend braderie les magasins qui bradent les vêtements les accessoires tout ça, raideries c'est les marchés aux puces, c'est les particuliers qui vendent leurs rebus voilà

M : et vous vous arrangez comment, sur internet ?

J : bah en Picardie il y a énormément de raideries donc oui y a des sites comme brocabrac qui est national, on tape, on met l'adresse, on voit à tel kilomètre quelle raiderie il y a. Donc en moyenne on a deux trois raideries par weekend sur la période estivale, c'est des raideries.

M : ah oui d'accord

J : voilà donc raideries, marché aux puces, voilà c'est vrai que selon des secteurs, c'est un peu comme il y a braderie de Lille, y a aussi le coin raiderie, donc braderie de magasins et puis excentré y a tous les particuliers qui vendent, donc ça nous on entend ce que c'est raiderie.. Nous en Somme, on différencie bien les deux termes (rire).

Donc oui j'aimais bien chiner, faire des trouvailles à droite à gauche, déjà, puis en même temps pour les enfants pour les habituer se promener et mes enfants très tôt on allait dans un magasin, on se promenait dans un rayon jouet, je les laissais regarder les jouets, ils avaient la permission si ils étaient sages, tester, ranger sans problèmes, j'avais montré que je ne pouvais pas acheter parce que ça coûtait trop cher, ils avaient pas conscience de l'argent, je dis par contre on attend une raiderie, si vous trouvez quelque chose pas trop cher on prend !

M : là d'ailleurs en fait justement, je voudrais vous demander, en gros je voudrais savoir comment vous faites vos achats, comment vous faites les courses comment etc, est ce que

avant déjà la séparation comment ça se passait tu m'avais dit même quand vous n'étiez pas ensemble c'est toi qui faisais les courses

J : oui

M : tous les jours ?

J : comment je vais dire ça.. dès lors que dans les années 2000 je me suis séparé de ma mère, je, j'ai appris à vivre tout seul avec peu d'argent.. Donc quand j'dis peu d'argent, c'est flairer les bonnes affaires, nourritures, vêtements, ou autre, moi je pars du principe que même dans une grande surface tout se négocie.

M : dans quel sens ?

J : bah je m'explique, là le dernier achat à la fnac, c'était le modèle d'expo, j'ai demandé à ce qu'ils me bradent le prix, chose que tout client ne fait pas systématiquement. Et j'ai eu un rabais de 30 % dessus.

M : tu as demandé à qui ?

J : ah au vendeur, je fais j'lui dis voilà, il me montre les différents modèles, j'fais « celui-là il vous en reste un ? » Il me fait « bah oui », et je fais « par contre c'est le modèle d'expo ? » Il me fait « oui », je lui fais « vous me faites un prix », il me fait « je sais pas », je fais « je sais que vous pouvez le faire, il me fait oui 30 %, je fais « bah je prends », normalement c'est 15 %. Mais bon s'il te plait bonjour merci, c'est des portes ouvertes à tout, je suis un très mauvais vendeur mais un très bon acheteur (rire), autant dire quand je vends moi-même quelque chose je brade mais quand je fais bah à force ça fait plus de vingt ans que je chine sur les raideries ou autres donc quelque chose dans ma tête j'arrive devant un produit si je mets en tête 2€ que la personne me dit 5 je ferai tout pour l'avoir à 2, maintenant si elle me dit 2, je négocie par le prix, c'est.. je paye en l'état.

M : et donc comment ça se fait que c'est toi qui faisait les courses alors que les enfants ils étaient avec elle

J : bah dans mon précédent mariage c'était moi même qui faisait les courses parce que c'était moi qui faisais les repas. Pour être sûr que mes enfants mangent équilibré, dans la mesure où la maman n'avait pas le permis, le magasin à proximité y avait une trotte, j'y allais à pied en poussette avec un enfant je mettais un sac cabas derrière et c'est moi qui faisait le ravitaillement. Et en même temps je savais ce que j'allais manger ce que j'avais prévu en terme de repas, des fois je n'avais pas d'idée donc je prenais les repas de la cantine, et je les décalais d'une semaine et ça me donnait des idées de repas. Et ça permettait au moins que je choisisse des produits pas forcément de qualité mais à des prix raisonnables, parce que très tôt j'ai appris à gérer mon portemonnaie au centime près. Telle viande à 7,90 le kilo, bah c'est les prix corrects, je la vois à 4,90 y a le frigo y a le congélateur je vais faire un peu de stock ! Par contre je la vois à 10,90 bon bah on ne mange pas ça aujourd'hui. J'ai eu en étant adolescent une période où j'étais végétarien. Sauf que j'ai eu une croissance accélérée donc j'ai

dû obligatoirement remanger de la viande et autre, ce qui a été difficile, j'ai commencé par des raviolis enfin machin progressivement mais y a toujours alors je sais pas si c'est le fait de d'avoir vécu 5ans à Amiens, fais mes études à Amiens Nord mais avec beaucoup de musulmans j'ai refréné tout ce qui était viande de porc, j'ai appris progressivement à manger quand même puisqu'il faut, en étant catholique diversifier sa nourriture surtout quand on est invité à manger mais j'avais certaines restrictions, c'est, comme le jambon pas avoir une semelle de chaussures à manger..

M : jusqu'à maintenant ?

J : et encore aujourd'hui je, quand je choisis mon jambon, je regarde plusieurs paquets sous vide avant de choisir celui qui me plaît.

M : et par rapport à quoi ?

J : bah rapport au gras, par rapport à plein de choses, même quand je passe en grande surface devant le rayon, je, j'ai l'instinct de voir si la viande est trop nervurée, si y a de la viande rouge ou autre et par rapport au prix du kilo d'un légume ou autre, il est enregistré là-dedans comme le prix du gazole pour savoir si il est intéressant , pour faire un plein ou pas, je regarde le prix au kilo, je regarde le prix au litre, donc je faisais à la fois les courses à la semaine au jour mais aussi au mois quand y avait des promos, par exemple le pack de lait, 8 briques pour le prix de 6 et puis derrière 5€ en bon d'achat bah j'achetais 4 pack .. parce que je savais que ça me faisait tant et que j'arrivais pas forcément à la date de péremption mais que j'avais de la marge et comme ça je me dis que les 5€ vont servir pour autre chose et puis les deux litres gagnés sur les 4 packs même si on les a acheté à l'instant T le mois prochain on se rattrapera sur quelque chose parce qu'on aura un peu plus d'argent.

M : donc à l'époque tu faisais les courses pour ta famille et pour toi à coté parce que vous n'étiez pas ensemble

J : voilà, bon elle faisait quand même un peu de courses pour elle-même hein, mais en général le soir, une semaine sur deux qu'on rentrait, je savais que c'était moi qui allait préparer le repas, je le faisais sans problèmes puis en même temps j'étais sur de la qualité on va dire du.. des produits que j'achetais pour les enfants, parce que mes enfants ont très rapidement pu voulu du lait en poudre type « Galia » ou autres et on les a mis au lait de bouteille sauf qu'au départ elle achetait du lait premier prix et moi j'ai toujours dis bah c'est du bas de gamme, au moins pour les enfants on va prendre du enrichi en vitamine D ou autre ! Bah elle me dit oui mais je n'ai pas l'argent, bon ben je vais payer ! Mais pour moi, autant quelqu'un qui me demandera 2€ en ville c'est non puis passe ton chemin, quelqu'un qui me voit grignoter dans un paquet de gâteau « est ce que je peux avoir un gâteau s'il te plait ? » je lui donnerai, attention faut qu'il y ait le « s'il te plait » (rire) ! Mais voilà, j'ai, je, j'ai quand même le cœur sur la main, on me l'a coupé à plusieurs reprises mais je refuse rien à personne.

M : qu'est-ce que tu as coupé à plusieurs reprises ?

J : mon cœur,

M : *Ah (rires) par qui ?*

J : bah mon ex-femme, la mère de mes enfants..

M : *même les enfants ?*

J : non, enfin, ils me font du mal direct.. mais ils, je pense qu'ils en ont pas conscience, quand j'entends dire « bah on veut vivre avec maman parce que toi tu es méchant avec nous »

M : *ils disent cela ?*

J : souvent que je les récupère de chez leur maman, mais après est ce qu'il y a pas de l'aliénation parentale derrière ? Je dirais rien, mais en soi, je.. quand Jérémy il a 6 ans j'essaye de développer le sujet bah il sait pas rajouter plus. Limite il dira « maman m'a dit de dire ça » mais est-ce que c'est vrai, est ce que ce n'est pas vrai, je, j'insiste pas sur le sujet.

M : *toi, tu trouves qu'ils sont heureux ici ?*

J : je pense, maintenant je ne suis pas dans leur tête.

M : *et ton ex-femme ?*

J : pour la maison il y a des règles à respecter, que j'ai mis en place très tôt, parce que d'une part dans mon éducation je les ai eu très tôt, si on mange tous le même repas à table, on attend celui le dernier à finir pour que tout le monde se lève, si on se lève de table, c'est qu'on n'a plus faim, on n'aura pas de dessert, mes enfants j'ai trouvé la combine, vous restez à table, vous avez un dessert surprise donc dessert des fois lacté chocolat je mets des M&Ms dessus, le truc tout bête mais les enfants ils adorent, si ils ont fait le bête ça sera le yaourt sucré, yaourt nature, ou aux fruits, le basique.. à 8h, 8h30 au plus tard on est dans le lit, je lis une histoire, vous jouez dans la chambre à la rigueur, après vous dormez et c'est des rythmes qu'un enfant est obligé d'avoir, on lui impose, on est tous passé par là, et à écouter la plupart des gens, je serai un dictateur, je serai un tortionnaire d'enfant parce que j'impose ces règles, bah je dis non, je dis c'est la moindre des choses pour, d'avoir quelque chose de droit et puis que les enfants aient des repères, et puis de l'autre côté la maman vu qu'elle arrive pas à gérer, qu'elle arrive plus à gérer la pression des enfants, surtout de Axelle avec ses excès de colère qui veut manger ci plutôt que ça, si elle a décidé de pas les coucher, et bah elle fait du tout permissif et bah quand je les récupère d'un weekend ou d'après une semaine de vacances, ce qui est encore plus dur, bah les enfants ils ont plus de repères, et ça je suis pas le seul à l'avoir constater puisque la TISF qui venait le lundi après-midi en a fait elle-même le constat, elle m'en a parlé et elle l'a même écrit pour le juge aux affaires familiales par rapport à l'enquête sociale..

M : *elle passe toujours ?*

J : oui

M : *quand ?*

J : en moyenne c'est une à deux fois par semaine, donc en pratique c'est le lundi après-midi parce que les enfants ont rendez-vous psychologue, psychomotricienne le lundi en début d'après-midi et plutôt que les remettre pour une heure à l'école ça permet d'avoir l'après-midi avec eux et le vendredi une semaine sur deux ou jeudi

M : *et elle fait quoi en fait ?*

J : bah elle vérifie là, ça elle le dit pas ouvertement, mais la propreté, la maison et l'intégration des enfants, après elle m'aide aussi pour tout ce qui est jouer avec les enfants, par exemple bon Jérémy il adore les puzzles donc je fais un peu avec lui mais si je fais du puzzle avec lui, Axelle va tout faire pour nous embêter quitte à casser le puzzle du frère, donc elle fait des activités avec ma fille, après on alterne après elle vérifie que le linge est fait, que la vaisselle est faite, en même temps c'est..

M : *elle est là combien de temps par jour ?*

J : alors le contrat c'est 7h par semaine, en moyenne on va dire que c'est 3h30 parce que c'est, c'est, on va dire que sur leur liste, je ne suis pas prioritaire, dans le sens où la priorité est donné aux pères en droit de visite, qui sont obligés d'avoir quelqu'un en compagnie pour les enfants, donc le mercredi ou les mamans qui ont d'autres enfants en plus et qui ont vraiment une empreinte d'irrégularité, moi ils ont vu que j'étais quand même plus stable et mature donc j'ai pas systématiquement quelqu'un qui passe quoi..

M : *et sinon pour les, donc toujours, avant que vous soyez ensemble, sous le même toit, en ce qui concerne les achats vestimentaires ?*

J : alors les achats vestimentaires, c'était variable, on va dire que étant et aimant bien chiner j'achetais un vêtement à droite à gauche sur les raideries parce que, voilà..

M : *même pour les enfants ?*

J : pour les enfants, lieu de payer.. 1 ou 2€ maximum alors que le vêtement en vaut 30 j'achetais, c'était du compulsif, c'est ha c'est du hello kitty, ça me plaît, je prends pour ma fille, tiens y a winnie l'ourson ou un cars, je prends, des fois j'avais même pas conscience de la taille je prenais trop grand, pour les chaussures par contre on allait régulièrement à Décathlon, c'est là où moi-même je me chausse, et je leur prenais leur paire de chaussures ou de chaussons comme ça.

M : *tu y allais avec ton ex-femme ?*

J : oui, avec les enfants, on faisait la sortie du weekend on va dire, ça se passait sans problème, la voiture elle était là pour rouler, on descendait souvent sur Amiens, un rayon de soleil on allait au parc de la hotoie, au parc saint-pierre, j'ai déjà fait la visite du musée de Picardie gratuite le dimanche matin, comme je dis les petites combines,

donc voilà on sortait assez régulièrement, moi je, j'ai été assez casanier avec mon ex-femme, je voulais retrouver une petite liberté, surtout quand on a pas la voiture on reste fermé, quand on l'a, ça donne de l'entrain pour se promener, et en général on va dire que tout ce qui était achat prédéfini, elle gérait sa maison comme elle l'entendait, et la caf lui apportait, fin leur essence, ça lui faisait son argent de poche, moi j'avais mon argent, j'en faisais ce que je voulais, et bah plutôt que de verser, je dis une bêtise mais 300€ de pension alimentaire et qu'elle perde la différence par rapport à la caf, bah le système étant que si on donne un minimum et que derrière y a pas de perte de la caf, bah je donnais un complément, on va dire c'est moi qui payait les courses à côté, les jouets pour les enfants, un peu le cœur sur la main un peu de McDo à droite à gauche, voilà, pour, j'étais à la fois père célibataire mais en vie de couple (rire) à payer des choses, mais ça se passait très bien dans ce sens-là quoi, on avait pas de compte ou autre, la, la dégradation s'est faite quand on a vécu en couple, on, bah y avait le partage du financier, la responsabilité de chacun.

M : donc là en fait, quand vous étiez ensemble, en couple, quand elle était là, à la maison, tu continuais à faire les courses pareil ?

J : oui

M : elle ne t'accompagnait pas ? Rien n'a changé ? Par rapport au fait que vous soyez sous le même toit ?

J : c'est.. Non non, à part que on était sur le même toit et puis que ça empirait, la dégradation, tout ça, non c'est.. la maison propriétaire, le mobilier je l'avais déjà de par à mon divorce, l'électroménager était vétuste, on l'a acquis, fin elle l'a acquis par la caf, en bien commun pour les enfants on va dire, puisque moi j'avais mon ancien matériel et elle, elle avait pris le plus récent, on va dire tout ce qui est électroménager, hifi ou autre, bien de consommation, en général, c'est de l'achat mûrement réfléchi et le tube cathodique bah c'est parce qu'il a lâché il y a, deux semaines avant les soldes, que je me suis offert un écran plat pendant les soldes, par rapport à un peu d'argent que je m'étais mis de côté, là dernièrement, c'est le lecteur blue ray 3D, parce que y avait, à la FNAC ils ont fait une promo 15€ pour 100€ d'achat, et bah c'est suite à ça que j'ai négocié 30 % parce que j'ai dit bah 15 % ça m'intéresse pas, c'est le prix du machin donc il m'a fait un abonnement, sinon j'suis pas de le, de le prendre.. Et bah j'ai mon vieil ordinateur qui a 7ans d'âge, je le remplace pas, mon téléphone, il est dans la voiture, il a fait la guerre, il tient pu la charge fin j'suis pas à voilà acheter les dernières technologies, si je peux me le permettre à des prix raisonnables, oui, mais sinon non je, on va dire que pour même les courses, on a la chance d'avoir la qui fait les DLC, c'est à dire date limite de consommation, donc ce qui doit être vendu le jour même ou le lendemain souvent est bradé c'est à dire je prends un exemple tout bête des yaourts qui valent 3,76 les 16 pots Danone aux fruits, on va les avoir à 1,75, les yaourts parce que ça se conserve un mois au frigidaire, je prends.

M : même si la dlc

J : bah c'est la date de vente, parce que la consommation après, et ça j'en ai discuté avec l'assistante sociale, j'en ai discuté, un mois après, ça reste bon dans le frigo donc on a un mois..

M : même si la date est passée ?

J : elle est périmée, voilà, après faut avoir confiance au produit, produit Danone j'ai confiance, du jambon je prends du Herta sous vide j'ai confiance, par contre du premier prix ou la viande sous séléphane qui est emballée par le boucher je ne prendrais pas. Des panés Le Gaulois qui valent 2,30€ ou plus les deux, je les ai à 1€50 je sais que je peux faire du stock dans le congélateur c'est emballé sous vide y a une confiance, ça peut être congelé et ressorti, donc ce qui me permet aussi bah d'économiser sur la nourriture, de manger aussi diversifier, parce que bah je prends l'exemple de.. quand je disais végétarien, des steak de soja, ce n'est pas donné,

on va les avoir à 1€25 les deux, ça permet d'en manger, c'est des choses que je mangerais pas en temps normal parce que 3,75 je trouve que c'est cher, et du poisson aussi, je regarde les promos.. chez le poissonnier il me dit voilà y a ça c'est un prix intéressant bah j'en prend pour les enfants, mais quand je fais mes courses des fois mon caddie peut être plein mais il sera jamais plein de bêtises on va dire, si j'achète un paquet de Snickers c'est parce que dessus y a un, y a un prix, y a 25 % de remises ou sinon j'en prendrais pas, mes courses, les paquets de corn flakes je prends avec les +33 % de supplémentaires ou -50 % sur le paquet ou deux achetés le 3ème offert par Intermarché, c'est du, c'est des stocks qu'on peut faire tant que ça reste au frais, ben j'en achète 4 paquets le jour même, je sais que ça sera mangé en 4 mois, je fais toujours mes courses en ayant le soucis de rentabilité, d'économie, à flux tendu, c'est vrai que acheter quelque chose d'impulsif au prix fort c'est pas dans mes habitudes...

M : même si tu avais les moyens tu penses ?

J : même si j'avais les moyens.. la télé je l'ai eu pendant les soldes, j'ai comparé les prix avant de me décider, bon c'était avant la séparation donc ça remonte à quasiment un an avant qu'on avait décidé notre projet d'acheter une télé, donc j'avais regardé telle marque tel prix, tel diamètre, plasma, led, j'avais vraiment fait du comparatif, mes années de comptable qui ressortaient à ce moment-là mais pour me rendre compte que la télé qui était vendue à la FNAC était au même prix qu'un autre commerce qui faisait du discount à la différence que la FNAC y a une assurance supplémentaire, une garantie supplémentaire, et bah quand j'ai dû racheter une télé, voilà j'savais déjà quel modèle je voulais avoir, en plus j'avais étudié entre la 2D et celle qui faisait 3D donc pour trouver, et aujourd'hui la télé avec l'assurance m'a coûté 400€ c'est une 109 centimètre, certes c'est une plasma elle consomme plus qu'une led, mais quand on regarde sur le long terme, payer 200€ de plus à l'achat pour attendre 5ans pour avoir une rentabilité en regardant la télé 8h par jour, moi j'vois pas où est la rentabilité, sauf peut-être sur l'image mais là c'est de la cristal c'est à dire que le noir est profond quand je regarde star wars j'ai vraiment l'effet de

profondeur, donc y a l'image tout ça, je ref.. comme je dis la nuit porte conseil, quand j'ai monté le dossier de séparation par rapport à la maman, j'ai fourni 6 pages de textes à mon avocat, on a fait 35 justificatifs et tout était donné consciencieusement pour prouver que bah j'étais peut-être pas le père idéal parce que y en a pas, mais j'étais un père méritant à avoir ses enfants, et à aucun moment j'ai dit « voilà la mère ne sait pas faire ci ne sait pas faire ça » je n'ai pas craché du venin, j'vois pas l'intérêt, comme je dis, dire du mal d'une personne c'est lui donner de l'intérêt, c'est pour ça que je mesure mes propos je peux me faire des reproches personnels que j'évite d'en faire aux autres, ils en font déjà assez sur mon dos, faudrait qu'ils se regardent déjà dans une glace, mais on va dire que j'aime pas les imprévus donc je j'essaye de tout planifier même si je sais que les impondérables, surtout avec des enfants c'est la partie d'une vie, ça met de l'animation, mais vis à vis des enfants, moi je suis très papa poule, j'ai grandi avec mes petits frères on a 15 et 17 ans d'écart donc quand j'étais adolescent je donnais le biberon au premier donc on va dire que y avait déjà une préparation, j'ai été ..

M : tu aidais ta maman par rapport à ça ?

J : ouais même si voilà c'était pas mon rôle prioritaire moi c'est venu naturellement, j'me suis toujours bien entendu avec les enfants en général, là par exemple l'année dernière, un peu moins cette année du fait qui a eu la séparation fin tout ça, un vendredi par mois ils allaient à la bibliothèque j'accompagnais les enfants, le, à l'école, ils me reconnaissent comment le papa de Jérémy ils savent que je m'appelle Jean, y a des parents des enfants qui me rencontrent dans Albert ou même des fois à Amiens, ils font « regarde c'est le papa de Jérémy » puis les gens par contre ils me connaissent pas, parce qu'ils m'ont jamais vus parce que leurs enfants prennent le bus pour aller rentrer chez eux et on fait connaissance comme ça, mais on va dire que j'participais activement dans le... l'éducation des enfants, pour moi le rôle de paternité je l'ai découvert que très récemment parce que avant c'était un weekend sur deux donc j'étais trop papa poule, je leur mettais pas de contrainte horaire, pas d'irrégularité..

M : comment ça avant ?

J : avant qu'on soit en couple

M : oui

J : voilà.. je rentre il est 18h bah je profite de mes enfant, on va manger il va être 20h , parce que j'ai envie de les voir un peu plus tard et bah quand on m'a expliqué qu'il fallait leur mettre un rythme fixe ou autre, quand on est arrivé ici bon bah c'est ce que j'ai essayé de mettre en place, même si des fois bah le vendredi soir on débordait parce que j'avais envie en fin de compte de rattraper les trois premières années et demi que j'ai pas vu mon fils grandir j'ai voulu les rattraper avec lui et aussi ma fille, donc j'me suis encore plus rapprocher des enfants, fusionner, et je sais même pu où j'en étais (rire) (tousse)

M : sinon pour revenir à la consommation en fait vous faites vos courses tous les jours ? Vu que vous avez le temps ?

J : alors j'essaye de me fixer deux fois par semaine d'aller faire les courses, le lundi matin, et le jeudi matin.

M : tu vas où ?

J : principalement, à U

M : à U ?

J : U parce que premièrement.. c'est un grand commerce, mais j'ai appris.. ou super U je sais plus exactement.. j'ai une amie d'enfance qui y travaille en tant que traiteur donc j'y vais en fin de semaine, je discute un peu avec, comme ça j'ai appris à discuter avec le chef cuisinier, donc quand il a pas de client je me permets de discuter avec, comme les papy mamie qui font leurs courses je discute un peu avec tout le monde, mais ça permet d'éviter de rester ici enfermé, donc y a la convivialité, y a aussi les DLC, et bah j'ai appris à faire mes courses avec la marque U, auparavant c'était géant parce que j'avais la proximité de Géant alors qu'on avait aussi carrefour ou Auchan mais ..

M : pourquoi U ? parce que c'est le plus proche ?

J : non, on a juste inter qui est pas trop loin, précédemment l'ancien inter bon qui a fermé ça va faire un an, les prix étaient relativement corrects mais c'est je rentre, je prends mes courses, je paye, je n'avais pas de contact avec le poissonnier le charcutier ou autre, la plupart des gens que je ne voulais pas voir d'Albert faisaient leurs courses à Albert, et je trouvais pas les promotions très intéressantes hormis les 50 % ou les 2 achetés 3 offert, y a vraiment.. là où j'allais vraiment faire mes courses c'est inter, là c'était des courses pas au mois mais quasiment au trimestre, j'te montrerai après dans la cuisine. Mais 2 packs achetés le 3ème offert dans la limite de trois bah j'en prenais 9, parce bah voilà les biscuits ça se conserve y a pas de problèmes, les bouteilles d'eau quand on arrive à avoir l'Evian à 12centimes le litre si on peut avoir 9 packs on les prend, donc je fais du courses en stock, du courses en, 96 rouleaux de papiers toilettes pour les prix de 32 je prends le lot, voilà faut sortir l'argent le mois, on se limite sur le reste des dépenses, il reste quand même des choses à manger dans le congélateur en viande ou autre, et...

M : tu fais comment pour repérer les prix ? Tu compares comment ?

J : non, j'ai appris à mémoriser les prix là-dedans, autant j'ai une mémoire de poisson rouge pour retenir les noms mais les dates les chiffres c'est.. après bon y a les pubs, je, du, je conserve les pubs quelques mois pour regarder, les promotions comme deux achetés le 3ème offert reviennent une fois tous les ans, à la même période au mois de septembre pour inter par exemple donc je sais qu'à cette période-là faut que j'ai un peu d'argent de côté pour refaire du stock bon je me dis on va manger un peu moins

de viande rouge mais d'un autre côté on va avoir notre congélateur qui va être rempli de viande blanche, bah j'alterne comme ça, aujourd'hui je ne pourrais plus me passer d'un congélateur parce que ça aide justement, quand on peut avoir de la rouelle porc à 2,40 le kilo, en moyenne elle est à 4,50, bah on va manger un peu plus de porc à cette période-là, mais on va faire du stock aussi pour les mois à venir donc j'en prend 2,3 lots supplémentaires, j'en mange pas toutes les semaines mais une fois toutes les 3 4 semaines ça permet de sortir de la rouelle, à une époque, c'était, tous les mercredis c'était poulet, et le mardi soir c'était paella parce que j'avais réussi à avoir dans un magasin de déstockage alimentaire des boîtes de paella à 1€ la boîte alors que ça valait 4,50, avec une date de péremption de 2015 j'en avais acheté une vingtaine, en général mon budget courses qui devrait flamber il atteint de maximum 300 €,

M : par mois ?

J : par mois

M : et tu fais les courses avec les enfants ça t'arrive ou ?

J : je le fais moins maintenant

M : pourquoi ?

J : parce qu'ils sont d'un naturel très turbulent.. Je suis obligé de les mettre à deux dans le caddie pour pouvoir faire mes courses

M : du coup tu les mets où par exemple pour faire les courses ?

J : alors c'est pour ça que je dis que je fais le lundi matin et le jeudi matin

M : quand ils sont à l'école ?

J : quand ils sont à l'école, il m'arrive des fois d'aller le soir avec eux volontairement, pour faire une tentative mais généralement bah Axelle déjà elle veut pas rentrer dans le caddie, elle veut marcher à côté, si elle voit un petit qui se promène avec un petit caddie alors là c'est la fin, elle veut à tout prix avoir son propre caddie, et pour, quand je dis la frustration elle a du mal, il m'est arrivé déjà une fois de laisser tout en plan et de sortir du magasin tellement, c'était.. c'était dur, ça va ça m'était arrivé à une où je n'avais pas de produit frais, je l'ai expliqué à la caissière que je connaissais j'ai mis le caddie sur le côté, j'ai dit je repasserai un peu plus tard, c'était à une époque où la maman était encore là, effectivement j'suis revenue une demi-heure après pour reprendre le caddie, donc ça s'est bien passé mais.. les enfants.. Jérémy ça va il a compris que s'il était sage, je lui achèterai un yaourt, un paquet de gâteau, quelque chose qui lui plaît, Axelle non, elle n'a pas.. 4ans.. elle comprend très bien ce qu'on dit elle a peu de mal à s'exprimer mais elle a pas cette notion de frustration du non, ça vraiment c'est très dur à vivre, bah dès lors qu'elle pique une colère bah les gens forcément dans un magasin c'est limite si tout le monde revient attroupe pour regarder ce qu'il se passe, bah là c'est tout bête, soit on fait rien et là on passe pour le

gens (sifflement) poil dans la main, ça a y est, il nous saoule il laisse pleurer son gamin ou deuxièmement on essaye de la retenir elle crie un peu plus fort je dis pas de mettre une fessée ou une clique ça sert à rien parce que là on passe totalement pour un père ultra violent ! Y a pas de.. fin.. c'est le blanc et la nuit.. c'est le blanc.. C'est le jour ou la nuit ou blanc et noir ! Y a même une fois une dame qui me fait une réflexion parce que mes enfants pour une fois ils riaient dans le caddie et je jouais avec eux hein des chatouilles et y a une dame qui me dit « oui mais vous pouvez arrêter hein ça se fait pas dans un magasin ! » bah je dis « madame qu'est ce qui se fait pas dans un magasin ? » elle fait « bah on joue pas avec les enfants » je fais « depuis quand on a pas le droit de jouer avec ses enfants ? » et elle est partie ou la fois aussi où mes enfants ils étaient insupportables, ils criaient dans le caddie, et puis oui y a une dame qui est venue et qui me fait « oui vous pourriez les calmer vos enfants, c'est pas comme ça qu'on les éduque » bah je lui ai dit « bah attendez madame, tenez le caddie, allez-y éduquez les » mais voilà mes enfants ils sont à prendre comme ils sont, on a tous été enfant à une période, on peut pas interdire à un enfant de jouer, au contraire, moi je pars du principe qu'un enfant qui se salie pas c'est un enfant qui joue pas, après si il revient tout troué de tous les côtés je dis peut-être pas le sujet, (rires) si mon fils revient avec une tache au genou bah voilà il a un autre jean qui est prêt à laver

M : donc au début, après la séparation, est ce que tu avais demandé de l'aide à part l'aide sociale ?

J : T I S F

M : TISF donc..

J : travailleuse ...

M : oui voilà, à part la tisf, tu as demandé de l'aide à ta mère, à ta.. ?

J : ma mère par téléphone, parce que physiquement elle est jamais venue ici, à part un weekend ou deux fin pour manger mais les six premiers mois.. comme financièrement c'était très difficile je sortais quasiment pas

M : pourquoi ?

J : bah comme je disais, vivre avec moins de 900€, bah la voiture on va dire que la gazole était très limité, donc je descendais à pied pour faire mes courses et je rentrais à pied, tout ce que je pouvais faire quand j'avais pas les enfants je le faisais à pied, sinon quand ils étaient là c'était la voiture mais c'était vraiment calculé au centime près

J : sinon non à part la travailleuse familiale, non y a pas je gardais contact avec l'assistante sociale et la PMI, la puéricultrice.. bon Jérémy et Axelle il avait la psychologue pour enfant, Axelle la psychomotricienne, donc voilà il avait un suivi

derrière aussi pour eux parce que comme m'a dit une fois une infirmière mieux vaut pécher par excès que par suffisance pour des enfants donc j'ai vraiment mis en place le système, on m'a peut-être, on me l'a reproché de les surprotéger à ce niveau-là, de trop vouloir en faire, de trop me faire remarquer en ce sens, on m'a dit c'est pas forcément la bonne chose, je suis comme ça, j'suis peut-être trop prévenant mais au moins on pourra me reprocher de pas l'avoir fait..

M : sinon tu passes tes journées comment ? Tu peux me décrire une journée typique ?

J : plutôt une semaine typique

M : ..tes journées..

J : ben mes journées en fin de compte, c'est oui.. par exemple le lundi quand j'ai les enfants, debout 6, 6h30, je les réveille plutôt vers 7h, 7h et quart, comme ça moi ça me laisse le temps de déjeuner tranquillement, de préparer, j'ai un peu de mal à me lever le matin, fin me réveiller, je prépare le petit déj ou autre, je réveille les enfants, Jérémy va dans le canapé parce qu'il a des difficultés pareil à se réveiller, Axelle un œil ouvert elle saute du lit, donc elle déjeune sans problèmes, la préparation donc les habits sont préparés de la veille, au départ c'était un jeu pour chacun, maintenant fin un pantalon t-shirt polo, ce genre de vêtements, pour Axelle j'ai appris à en préparer deux, parce que y a toujours, fin à l'époque y avait l'accident de dernière minute du pipi dans la culotte, moins maintenant mais y en a toujours un pour se tacher en mangeant du chocolat ou autre, j'essaye de les faire déjeuner avant d'habiller mais vu qu'ils ont du mal à déjeuner tout de suite bah je gagne du temps je les habille avant, des fois c'est un défaut, quand ils se tachent surtout, quand ils trouvent un feutre, ça c'était le cas la semaine dernière, Axelle a trouvé un feutre et s'en est badigeonnait dessus, alors quand on arrive à l'école et qu'on s'est pas rendu compte sur le coup ça fait.. (rire) après c'est des enfants, donc 8h30 l'école, je.. lundi matin donc je pars faire les courses à U, alors souvent, pourquoi le lundi matin, c'est pour récupérer des cagettes, pour mettre dans le poêle à bois, ça fait du bois d'allumage, et c'est là où ils ont reçu la livraison de légumes frais donc ce qui est gratuit est toujours bon à prendre, j'entends les cagettes, et je regarde les prix, si y a des dlc intéressantes..

M : tu passes combien de temps à peu près ?

J : ça va de un quart d'heure si y a rien à si je discute avec quelqu'un ça peut quasiment faire la matinée

M : c'est à dire deux-trois heures ?

J : deux heures minimum oui

M : c'est parce que ..

J : c'est parce que j'suis à U et que j'connais les personnes et que je discute avec eux..

M : ok c'est pas le temps que tu cherches, que tu compares, non ?

J : non

M : tu achètes à peu près tout le temps les mêmes choses ?

J: oui, sauf quand c'est en dlc, où j'vais me rabattre sur des produits que j'ai pas l'habitude de prendre, un truc tout bête du saumon, la dernière fois c'était de la truite en tranche, du magret de canard, c'est pas des trucs communs qu'on a l'habitude de prendre, quand on a du magret de canard au prix du cochon (rire) bah là on réfléchit pas, fin si moi je réfléchis mais à la quantité que je vais prendre pour savoir tout ce que je peux mettre dans le congélateur, et si on va le manger plus ou moins..

M : et donc après tu reviens ?

J : je reviens ici, je fais ma toilette, car c'est très difficile de le faire quand ils sont réveillés, au matin quand je vais pour la faire généralement Axelle se lève et là faut surveiller, donc après je commence à préparer mes machines à laver, le lave-vaisselle pour qu'il tourne, je fais un peu de rangement, déjà à 11h30 je vais chercher ma fille à l'école, une semaine sur deux mon fils en même temps, on mange, on se prépare pour aller à 1h30 au psychologue pour Axelle, quand j'ai Jérémie c'est parce qu'il a aussi psychologue donc le lundi après-midi on le passe ensemble, je croise les doigts pour qu'il fasse beau pour qu'on puisse aller donc on a ce qu'on appelle le vélodrome fin les étendues vélodromes, c'est un parc étang qui a été aménagé donc conviviale pour les enfants, donc là depuis peu j'essaye à mon fils d'apprendre à faire du vélo à deux roues, ce qui est pas gagné (rises) parce que dans les mouvements brusques quand il tourne le guidon il va pas doucement mais à 90, c'est difficile, et voilà je prends l'air, sinon je, quand j'ai la chance d'avoir la TISF le lundi donc c'était là où il faisait le mauvais temps on faisait des activités séparés en deux groupes et on alternait, après arrivé vers 17h30/18H je les faisais aller au bain ou à la douche, ou douche pluie c'est la douche qui descend, c'est ce qu'ils préfèrent, le bain ça les intéresse plus parce que c'est une petite baignoire dans la douche que je mets donc douche pluie c'est rigolo, ils aiment bien donc ça c'est quand ils sont sages, sinon c'est lavé à l'express on mouille on frotte on rince.. express, correctement on va dire quand même! Après 18h30 je prépare le repas, on mange assez tôt parce qu'à l'époque où Axelle était à la crèche mangeait à 11h30 et on a gardé un peu ce décalage, parce que de toute façon quand ils arrivaient de l'école à 4h30 ils grignotaient un petit peu mais on voyait qu'ils avaient déjà faim, et moi j'voyais pas l'utilité de donner dix gâteaux alors que deux ça suffisait, parce qu'on le rabâche assez « ne faites pas des enfants obèses nanani nanana » faut qu'ils mangent quand même mais j'ai mon fils qui me ressemble comme deux gouttes d'eau et qui est assez fin comme moi par contre la maman est assez costaud et ma fille tient de la maman donc bon moi, en étant père célibataire, on me reprochait assez facilement l'embonpoint que ma fille a, parce qu'elle n'a pas perdu son ventre de bébé, donc ceux qui ne connaissent pas la mère disent que j'ai fait un enfant obèse, donc voilà encore un préjugé sur lequel il faut se battre disant le père sait pas faire la cuisine, il donne n'importe quoi à ses enfants.. un des nombreux préjugés, et donc après arrivé 18h30/19h on mange, donc le soir en ce

moment c'est Directstar on regarde One piece à la télé, pas forcément tous les épisodes jusque 20h45, des fois mon fils commence à s'endormir devant la télé donc je l'emmène dans son lit, il sait aussi que si il va se coucher avant 20h30 parce qu'il a.. j'adore les poissons, les aquariums il a en a un aussi dans sa chambre, j'ai mis des régulateurs qui s'allument et s'éteignent tout seul donc si son aquarium s'éteint à 20h30 et qu'il est dans son lit avant, il sait que j'vais lui raconter l'histoire, il aura le droit au paquet d'image s'il a été sage, il adore coller des images comme tous les enfants, donc je fonctionne un petit peu à la carotte, on me l'a reproché mais je dis au moins je fais pas de mal à l'enfant, je préfère le récompenser pour ce qu'il a fait de bien plutôt que de le punir pour ce qu'il a fait de mal, et limite j'ai l'impression que mes enfants si on les punit c'est du naturel, moi quand j'étais petit on me mettait au coin, ça frustrait bien, ça me calmait, une fessée ça me faisait ni chaud ni froid, donc j'applique le même principe, plus difficile avec ma fille, mais Jérémy lui bon il a bien assimilé la règle, il sait aussi bon maintenant les beaux jours ils ont repris, que le raideries ont repris, donc si la semaine il a été sage longtemps il sait que si on fait une raiderie et que je trouve des transformer je serai plus enclin à lui prendre que s'il a pas été sage même si deux fois sur trois je lui concède, et donc là c'est le lundi, après le mardi je fais tout ce qui est papier le matin, et j'essaye de voir pour faire le programme de la semaine, d'organiser, finir le linge si il m'en reste encore, parce que c'est vraiment le lundi que je commence mes trois quatre machines à la suite pour la semaine, soit j'ai l'aide de la TISF qui a pas pu venir le lundi qui vient le mardi, ou si elle vient pas du tout là je me débrouille tout seul, le rangement de la maison que je fais, alors à une époque c'était bien soutenu là depuis.. deux mois j'ai un délaissement total de la maison, quand je n'ai pas les.. quand j'ai les enfants je fais du rangement avec eux ils remettent une couche derrière c'est un jeu sans fin, quand j'ai pas les enfants je me sens dépassé totalement j'accuse l'hiver qui.. à rallonge, et la maison vide pour moi c'est plus une maison je me sens pas bien donc je m'en vais... je m'en vais chez mon frère, chez mon père, je m'en vais promener, à droite à gauche fin je sors quitte à rentrer très tard et repartir le lendemain matin très tôt..

M : tu fais quoi en fait comme activités ? Tu as le temps pour toi un peu ? Quand tu as du temps libre ou même les weekends quand les enfants sont avec leur mère ?

J : bah mon passe-temps depuis que je suis très jeune c'est les raideries pendant les weekends où il fait beau, ça je l'ai garder donc avec mon frère on y va régulièrement avec ou sans enfants, après.. d'activité propre seul.. je peignais des figurines de types warhammer je sais pas si tu connais

M : non

J : games workshop donc comme le Seigneur des Anneaux qui font des figurines bah malgré.. après avec l'emploi du temps du travail j'ai arrêté progressivement j'aimerais bien reprendre mais j'ai pas le courage, j'ai acheté il y a peu une wii ça va faire deux mois j'ai dû jouer à peine 4h dessus, mais c'était plus pour mon enfant qui se canalise sur le volant mais étant trop énervé bah je joue pas avec, le soir j'apprécie de regarder

un bon dvd ou blue ray, mon frère m'en prête pas mal, c'est lui qui fait les bonnes affaire sur le boncoin, ou ebay, price minister, on a gardé la combine en étant jeune acheter le moins cher possible, c'est de famille je crois, mais en général moi les activités je les fais plus facilement quand j'ai les enfants que quand je les ai pas.

M : vous faites quoi comme activités ?

J : la bibliothèque, à une période on y allait trois fois par semaine avec mon fils, quand la maman était là, bah j'adorais lire le soir avec lui j'avais le temps puisqu'elle s'occupait un peu de Axelle, bah maintenant avec les deux, bah.. le planning d'aller avec les deux au même endroit c'est très difficile, parce que faut gérer l'hyper... fin je dis l'hyperactivité de Jérémy mais j'attends que ça soit prouvé et en même temps le caractère de Axelle qui si elle est pas contente peut retourner un rayon de magasin ou un rayon de livre à elle toute seule !

M : et Axelle maintenant elle va bien ? Sa santé, elle a encore des problèmes de santé ?

J : nan après on ne sait pas si c'est lié, si c'est plus lié aux tocs ou à son caractère qui est particulier, la frustration, mais en soit elle s'est bien intégré comme à l'école elle s'est bien intégré malgré qu'elle ait commencé en janvier à y aller progressivement !

M : ok ; maintenant elle marche maintenant normalement ?

J : elle marche après coup, quand elle parle bon elle bafouille un peu donc là il y a rendez-vous orthophoniste pour la rentrée de septembre, mais.. le seul défaut qu'elle pourrait avoir c'est sa taille, c'est à dire qu'elle a pas encore 4ans elle mesure quasiment 1m10, donc mon fils fait à peu près la même taille pour le même poids à 6ans, donc des fois les gens croient que c'est des jumeaux, mais de par sa taille il y a des gens qui ...

M : elle a une taille plus ..?

J : Ah oui il y a des gens qui pensent pas qu'elle a 4ans, qui pensent qu'elle a... même en habit je l'habille sur du 5/6 ans oui donc il y a des gens qui se disent « oui mais elle a du mal à parler » non elle ne va avoir que 4ans, faut juste se... après, un enfant bon bah moi je l'ai compris que les enfants ils avançaient pas tous à la même vitesse, j'ai dû me battre aussi ça comme préjugés puisque la maman voulait mettre à tout prix Axelle à l'école au mois de septembre, moi j'ai dit non elle est trop jeune, y a la séparation, elle vient de perdre un repère la maman faut pas en plus qu'elle perde le repère de la crèche, tant qu'elle avait pas en plus la propreté, c'était un sujet délicat, on s'est battu contre ça, j'ai dû me battre contre ça, puisque que ça soit l'assistante sociale ou les services de pmi ils disaient « oui mais pour le bien être de votre fille il faut qu'elle aille à l'école plutôt qu'à la crèche, puisque la crèche ça va la ralentir, l'école ça va la faire avancer plus vite » oui mais j'ai dû leur expliquer et me battre sur ça en disant « là Axelle, faut pas oublier qu'il y a la cassure de la maman, la crèche c'est sa deuxième maison puisque elle est juste en face de la maison

M : ah oui

J : là c'est le bâtiment si vous regardez qui est juste à droite.

M : ok celui là là ?

J : non ici, je traverse la rue, je fais 40 mètre, j'y suis, et de part ses problèmes de santé, plutôt que de faire des aller-retour à Amiens Nord donc 75 bornes aller-retour trois fois par semaines, pour aller au Caps, service petite enfance, quand ils ont fini de faire des tests d'aptitudes et de motricités, ils ont dit voilà on vous propose un psychologue sur Albert on leur a demandé est ce qu'on pouvait avoir une porte ouverte en plus à la crèche, parce que quand on travaille pas c'est pas évident d'y mettre ses enfants, et comme les enfants ont des problèmes de santé on a des accès plus facile, on a mis Axelle à la crèche, au début c'était que trois après-midi par semaine, on a pu avoir un créneau 5 jours par semaine on l'a mis en place, et pour elle c'était sa seconde maison... Ma fille a besoin de stabilité, de repère et donc la toute la période hivernale de décembre j'ai dû me battre contre ça, elle a eu le déclic de propreté très difficilement, un enfant plus de facilité à faire pipi et pas caca au pot que ma fille s'était l'inverse parce que j'arrivais à voir quand elle avait envie de faire la grosse commission, elle bougeait plus elle avait des cernes qui sortait, je la mettais au pot, elle ne voulait pas trop mais elle la retenais un petit peu. Et elle faisais, donc la complimentais par contre le pipi il y avait un blocage total et sa c'est fait un vendredi ... après-midi en déclic ou j'ai vu qu'elle n'avait pas fait le pot, elle voulait que je lui mette une couche, mais je lui ai dit qu'à la maison on ne mettait pas de couches, tu fais pipi a ta culote si tu veux mais pas de couche, donc terminé, et on a été a une rendez-vous de psychologue, elle voulait faire pipi elle voulait une couche j'ai dit non. On a fait 4 aller-retour pendant la séance, pour aller aux toilettes et elle n'a rien fait du tout. Je l'ai amené à la crèche et je l'ai expliqué à la personne qui avait en charge donc Axelle, elle veut faire pipi il ne faut pas lui mettre couche il faut essayer de la forcé à aller au toilette comme on m'avait expliqué, d'y aller une fois de temps de temps à la brutal pour dire débloquent la chose. Elle s'est débloquent d'elle-même elle a été surprise, donc là, la personne l'a complimentais, moi en rentrant le soir j'ai fait pareil et c'est ce fameux déclic tout se passais bien. 3 jours après, un soir elle s'endort sur moi dans le canapé, je vais la mettre au lit, le lendemain matin je réfléchi je me dis merde j'ai oublié de mettre une couche, pas fait pipi au lit. Et à partir de là on ne lui met plus de couches sauf 2-3 fois où j'allais chez mon père et il fallait... il avait peur donc je lui ai mis une couche mais , bon elle a eu depuis janvier 2-3 accident mais bon ca sa arrive à tout enfant et, s'était vraiment le plus dur c'est la propreté et depuis qu'elle l'a elle est plus libre de ses mouvements mais elle veut être trop autonome aussi, elle s'habillé toute seule, se laver toute seule

M : justement par rapport à ça en fait, tu fais tu fais tout ce que la maman fait parce que voilà du fait que tu es seul que tu es père célibataire et que tu as la garde de tes enfants, est ce que tu trouves que tu t'en sors en fait ?

J ; on va dire que 8 fois sur 10 oui mais après des fois je reconnais être dépassé par les évènements

M : quoi par exemple ? Tu peux me parler des difficultés que tu as rencontré déjà est ce que tu as vu qu'au départ s'était hyper difficile ou tu arrivais à t'en sortir comment ?

J : bah c'est hyper difficile mais de part ou je suis posé et très patient, je J'arrive à me canaliser après, je vais faire mon tour et je vais relâcher la pression comme l'exemple du centre d'appel, la pression s'était le train 20 -30 minutes de train j'avais déjà évacué, je rentrais à la maison j'avais un nouveau rôle. J'avais comme même une coupure, la maison les enfants, je gérais, c'est les conflits avec la nana qui.... Bah moi je répondais par ses excès de colère par le silence, et elle remettait une couche et j'encaissais. Donc à la fin elle se casse, il y'a eu une pression mais en soit non l'éducation des enfants, le peu de temps qu'on a vécu la maman et moi je l'ai eu de base, donc je m'en sortais. Encore aujourd'hui je privilégie les activités avec nos enfants au détriment de la maison. On va dire, l'entretien de la maison, la vaisselle elle est faite, la cuisine elle est faite, le linge il est fait avec un peu de retard ou du cumul mais il sera fait, la maison.... Ce qui me... et là je.... C'est plus dur, bah si je passe une journée pour ranger en 15 minutes elles ont refoutu le brin et le sachant ça me décourage de ranger.

M : par rapport à ça, je suis sûr que tu as le temps de ranger, de faire le ménage vu que tu ne travailles pas

J : Tant que je ne travaille pas si j'ai la possibilité de le faire je le fais, mais je suis le premier à le reconnaître que le jour où je travaille, je serais dépassé par les évènements.

M : parce que tu comptes travailler

J : j'espère.... Maintenant je suis dans un rôle...

M : tu vas faire comment ?

J : je suis dans un rôle assez particulier parce qu'on est plus cédé à rester à la maison que d'aller travailler tant qu'on touche les ASSÉDIC mais bon ce n'est pas éternel. Ayant travaillé pendant 10 ans, un tiers de ma vie... bah ça me motive pas de rester à rien faire. Déjà ce n'est pas forcément montrer le bon exemple aux enfants maintenant, les deux dernières années je ne l'ai pas vu en tant que chômeur mais en tant que congés parentale d'éducation ou une retraite que je verrai jamais que je dis ne blaguant. Mais y'a un moment donné, il y a la satisfaction personnel de soi, moi le passé en 3 points, le travail, la maison les enfants. J'ai eu le travail, j'ai eu la maison, je vais en reperdre une j'ai eu une nouvelle, j'ai les enfants mais la socialement j'ai l'impression qu'il manque quelque chose et... le travail c'est... c'est quelque chose que j'ai donné pendant 10 ans ça me dérange pas d'en redonner mais à passer 30 ans je me vois plus prendre le premier p'tit job qui passe, j'aimerais avoir une stabilité de travail déjà qui me plaît, financière ce n'est pas ce que je recherche en

priorité, c'est plutôt les contraintes de disponibilité ou d'horaire, en ce sens que pour prendre une centre d'appel, travailler au smic pour Amiens et dépenser 2 fois plus et d'aller travailler que de rester chez soi et bien je ne vois pas l'intérêt

M : après il y a cela et il y a aussi par rapport aux enfants surtout que je ne sais pas tes parents si ils habitent loin ?

J : oui

M : tu pourrais compter sur quelqu'un par exemple pour aller chercher les enfants ?

J : non depuis un an, je suis seul, ici sur Albert, je n'ai pas de famille proche, j'ai de la belle-famille mais moins je les vois mieux je me porte. Et moins on en dit sur mon dos, parce qu'une fois j'ai dû demander pour passer un entretien, qu'on aille chercher mes enfants à la sortie de l'école et ça m'a été reproché pendant très longtemps.

M : parce que du coup il faut trouver un travail qui permet de...

J : de rester à proximité et a des horaires décent parce que a Albert, c'est une, pour ça c'est un gros village c'est l'exemple concret c'est les assistantes sociales, pardon pas les assistantes sociale, les nounous à 19h elles ont fini.

M : et tu as jamais eu besoin d'une nounou ou d'une femme de ménage, tu as jamais ... ?

J : bah la TISF fais multi tache on va dire...

M : tu trouves que 7h par semaine c'est suffisant ?

J : c'est à la fois trop et pas assez. Il y a des ...

M : comment ça ?

J : je prends comme exemple si la maman respecte un weekend sur deux les mercredis, si je ne l'ai pas pendant la semaine, je vais m'en sortir, parce qu'en 4 jours de temps j'aurais le temps de mettre la maison en place, la rangeais même si il y aura le bordel le lendemain. Par contre dernièrement la maman ne prenais plus systématiquement les enfants le mercredi et le weekend sa se limité à une journée. Ce qu'il faisait que ça faisait quasiment des 3 semaines de suite avec les enfants, et c'était plutôt vers cette 3 ème semaine ou, bah effectivement j'avais une fatigue morale, une dépression fin.. je sentais que j'avais effectivement, sa devenais compliqué car je n'arrivais plus à souffler moi-même.

M : c'est par rapport à quoi ?

J : bah c'est comme si on travaillait 42 h par semaine sans avoir de jours de repos quoi. C'est très dur.

M : qu'est ce qui est dur en fait ? C'est le fait de s'occuper des enfants de faire tout ? Socialement le regard des autres ?

J : non fin, c'était plutôt rester 3 semaines enfermé. On va dire métro boulot dodo. Le weekend, bah je préparais quelque chose c'était avorté parce que j'avais les enfants alors que je ne devais pas les avoir, le mercredi j'avais prévu quelque chose, bah je ne pouvais pas le faire parce que...

M : quoi par exemple quand tu prévois quelque chose ??

J : bah l'exemple tout bête c'est d'aller voir des amis sur Amiens pour me... pour décompresser un peu... en tant que père. Pas oublié le rôle car j'en suis un mais on va dire pouvoir faire des phrase surjet verbe complètement alors que les enfants sa se limite à pipi caca prout. Enfin je schématise peut être de trop mais c'est ça en fin de compte. J'ai besoin aussi de me ressourcer après de mettre mon rendez-vous du médecin mes rendez-vous de santé, je les mettais le mercredi quand je n'étais pas censé avoir les enfants et a plus d'une reprise j'ai dû annuler mes rendez-vous, les reporter ou mettre Axelle à la crèche alors que c'était pas prévus ; ça c'était difficile et le fais d'avoir des impondérable donc quelque chose comme j'avais prévu comme un emploi du temps de ministre ça me plaisait pas. je ne voulais pas aux enfant pour autant, il y a eu une fois je.. j'étais en Belgique avec des amis, j'ai fait du covoiturage, j'étais le seul à avoir la voiture, il voulait sortir un weekend, j'ai dit bah pas de problème ils m'ont payé l'hôtel, l'essence, la nourriture, il savais que financièrement je n'avais pas trop les moyens il 'mont bah Jean on fait d'une pierre trois coup, tu nous sors on te sort, tu n'as rien à déboursier comme ça tu n'as pas à stresser, je suis revenu d'un weekend de deux jours on a fait 300 km 500 km, je reviens le soir même. Ça fait vachement du bien ! De partir entre potes sans les enfants. Tu rentres frais, motivé. Ça m'a ressourcé quoi. Je ne devais pas avoir les enfants, je les retrouve, j'étais ultra fatigué le lendemain matin quand j'ai vu, que eux étais hyper énervé car il avait fait un weekend de deux jours chez la maman et ils étaient infernale, bah j'ai pas dit on reste enfermé à la maison, il fais mauvais on va se promener et avec les cernes et pis c'est ce qui m'a fait motivé, le fais de rouler, rouler ,rouler, on sont rentré le soir et elles se sont endormies mais je suis sûr que si je restais enfermé, j'aurai craqué..

M : donc vous trouvez, que tu fais en fait le rôle du père et de la mère en même temps ?

J : ouais

M et tu te sens quand tu as dit que tu es mère dans ta tête tu le vis comment en fait ?

J : pas mal, moi je Très tôt j'ai Bah par rapport à mon beau père et mes petit frère je les ai accepté comme des petits frères pas comme des demi-frères, le fais d'avoir 17 ans d'écart, d'avoir été élevé par ma grand-mère j'ai.... Une stabilité, une éducation que je n'ai pas forcément eu avec ma mère et mon beau père ma je ne suis papa poule dans ma tête je me suis toujours dis que quand j'aurai des enfants ce sera ma chair et ce sera eux qui passeront avant toute chose ...et maintenant ça 'est défini, j'ai perdu mon emploi, à la fois mes problème de santé par rapport à ceux de Axelle, là je recherche pas systématiquement parce que bon il leur faut une stabilité déjà de

règles définies, c'est ça je recherche mais c'est leur bien-être avant le miens en fin de compte

M : il n'y a pas des choses qui te dérangent par exemple faire tout ce qui est entre guillemets féminin, les tâches ménagères sont vues traditionnellement comme des tâches féminines

J : dès le départ et ça.... C'est ma ... C'est moi j'ai toujours dit même avec mon ex-femme, si mon fils joue à la poupée et si ma fille joue au voiture ça ne me posera pas de problèmes, les jouets que j'ai acheté c'est de Au départ c'est unisex, mon fils qui joue à faire la cuisine. Ma fille qui joue aux robots, non je ne vois pas de soucis, faut arrêter le clivage dans le catalogue tous les jouets d'action pour les garçons et out les jouets de ménage et de nursery pour les filles. Non ma fille promène sa poussette avec un transformeur dedans, ça ne me choque pas.

M : et toi par rapport à toi quand tu fais par exemple la vaisselle, quand tu fais le linge...

J : ayant vécu 6 ans en vie commune avec quelqu'un qui travaillait donc... on travaille constamment on se partage les tâches donc excepté le linge, toute les tâches, la nourriture s'était tout le temps, la vaisselle. Si je m'étais la table elle débarrassé, on avait la chance d'avoir un lave-vaisselle encore aujourd'hui. Le ménage s'était chacun son tour en fonction des horaires de l'un et de l'autre.

M : et tu faisais les courses toi aussi quand tu étais...

J : voilà

M : s'était juste toi ou tu les faisais à deux?

J : mais c'est quand même moi qui choisissait les produits car s'était moi qui cuisinait. Mon ex-femme la mère de mes enfants si elle devait cuisiner, c'est limite fallait se payer un mac do.

M : sinon quand tu avais des enfants tout petit, ton ex-femme elle te disait, elle te disait par exemple oui il faut m'acheter ceci cela parce que ou bien tu savais qu'il fallait que le petit bébé il lui faut ça ou ça comme produit

J : au début de je ne savais pas systématiquement car s'était nouveau mais elle m'expliquait

M : tu demandais à qui ? à sa/ta mère ?

J : On faisait les courses, elle venait avec moi, c'était moi qui étais le plus chargé mais on va dire que après j'ai su par la suite prendre tel ou tel produit, les produits de consommation généré de on va dire de repas je savais quoi prendre. Après les repas bébé, les petites pots tout ça, c'est plutôt elle qui les prenais tous les 2-3 jours aux supermarchés du coin pour. Mais on très vite passe aux laits de consommation, aux produits presse purée et s'était moi-même qui prépare les repas.

M : tu trouves que c'est dur aujourd'hui d'être papa ?

J : le rôle de papa non, en soi, c'est... moi ce qui me pose problème c'est plutôt le regard des autres même si des fois je fais trop de fixation là ou y'en a pas, mais c'est

M : c'est par rapport à quoi en fait le regard des autres ?

J : bah en général comme je dis, la mère est dieu pour les enfants mais l'exemple concret c'est tout le monde s'accorde à dire qu'une maman élèvera mieux les enfants qu'un père dans une famille monoparentale, sans prouvé que la maman est stable économiquement, stable psychologiquement. Moi on m'a fait passer pour un père qui tortionnaire pour un père violent, alors que la plupart des gens qui me connaissent depuis X années le savent.... J'ai même une maman qui.. J'ai la chance qui vient de temps en temps et j'invite ses filles à la maison. Qui a été surpris une fois que je punisse sa fille en la mettant sur le canapé... par ce que les enfants viennent car elle sait que Je suis trop pédagogue et trop calme, elle me trouve trop posé d'ailleurs... et trop gentil donc... elle garde une réserve mais en soi on va dire que.... C'est la démarche de père, moi à la maison tout ça, je gère. Parce que bon, père de famille mais c'est plus le regard de l'extérieur qui me gêne

M : et même la démarche, le rôle de la mère ta pas de problème à l'assumer ?

J : non bah sur les tache de propreté de ma fille, sa a été le sujet délicat parce que c'est une partie intime et voilà. Mais la toilette en général sa allais et l'éducation des enfants, la cuisine c'est des choses que je faisais déjà régulièrement, le ménage un peu.

M : tu trouves que si tu vas commencer à travailler, la situation va changer dans le sens ou, si tu as encore la garde des enfants, tout en étant au travaille, tu trouves que tu la situation va changer dans le sens où tu vas avoir plus de main tu vas avoir recours a d'autre solution pour, vu que tu n'auras pas forcément le temps pour le ménage pour tout ça ? Tu trouves que ça va être le cas ?

J : là je pense que ce sera très dur... il y a des choses qui resteront en soi, mais la maison je vais la... comment on peut dire ça ? Tous les cadeaux que j'ai pu offrir aux enfant les jouets ou autre, je pense que déjà il va y avoir un trie énorme qui va se faire à ce niveau-là parce que comme l'a dit une personne, la maison c'est pas ... leur chambre ce n'est pas une chambre, c'est un magasin de jouet, il ont trop de jouet a plus savoir quoi en faire.

M : de toute façon si cela ne te dérange pas,

J : visiter un peu la maison ?

M : oui voila

J : non non y a pas de soucis. De moi-même aussi c'est pareil, je ferai un rangement par le vide, du temps où je vivais en ménage avec mon ex-femme, on était minimaliste parce qu'on n'avait pas le temps aussi de faire tout le temps le ménage, s'était trois bibelot qui se baladé sur le buffet, ça s'arrêtait là, au jour d'aujourd'hui

dans la maison il y en a de tous les coté, je ne sais plus ou rangé, et bah je ne sais pas non plus par quel bout commençais car après avoir rangeais les affaires des enfants, je n'ai plus forcément la même motive' pour rangé les miennes et j'entasse, j'entasse et j'entasse... et il y a un grand rangement par le vide qui devrait être fait ? Donc là j'ai déjà commençais dans le linge des enfants de un parce que sa grandit vite et de deux on est surpris pas plein de chose qui ne vont plus. Mais pour le moment je n'ai pas évalué l'inconvénient d'aller retravailler, parce que si ça je l'ai fait avant, on proposait le pour et le contre de rester à la maison ou d'aller travailler ? J'ai trop vu de point négatif à aller travaillais. Donc j'essaie de limiter bah je les connais, ses fameux points noirs. La première chose que je recherchais, c'était la stabilité des enfants suite à la séparation, le bien être, Jérémy bon l'école régulièrement, Axelle la faire passer de la crèche à l'école, ça s'est fait progressivement, sa c'est bon c'est acquis. Là les vacances vont arriver, ils vont être un mois chez moi et un mois chez la maman si ne déroge pas.

M : tu vas faire quoi pendant ce mois ? Ou ne seront pas là

J : j'espère travailler, déjà ne serait-ce qu'un mois, j'espère travailler, parce que là je vais tourner plus qu'en carré. Alors j'ai demandé à la maman d'essayer de voir pour mettre en place un système de tous les 15 jours plutôt que un mois un mois parce qu'on habite tous les deux a Albert juste pour les vacances d'été parce que, l'un comme l'autre ça fera très long.

M : elle a accepté ou pas ?

J : bah autant les vacances, pas celle-ci mais les précédent je lui avais demandé 4 jours 4 jours car en plus elle travaillait en début de semaine, lundi mardi, elle travaillait et pis par contre le reste de la semaine elle ne travaillait plus, donc sa l'avais arrangé et elle l'avait accepté de faire 4 jours 4 jours 4 jours au détriment d'un de mes weekend, c'est pour ça sa faisais 4 fois 4, 16 sa passé bien. Les vacances suivant elle a préféré une semaine complète, j'ai su pourquoi, c'est tout simplement c'est ce qu'on lui avait reproché que 4 jours de suite et soit disant on lui a reproché qu'elle n'était pas capable des tenir une semaine. Ce qui n'étais pas mon cas initialement mais c'est à moi qui est revenu et qu'on m'a reproché. Je lui ai dit non, c'est le partage, tant qu'on arrive à s'entendre en disant bah voilà là par exemple là cette semaine j'ai une semaine très difficile, le lundi matin j'ai perdu mon grand-père on l'a enterré vendredi, je lui ai demandé exceptionnellement si elle pouvait prendre les enfants à la semaine complète sachant qu'il sont la bas mercredi et qu'en plus s'était le weekend fête des mères ? elle ne voulait pas , j'ai appelé son père, j'ai remis un peu les point sur les I en disant que s'était une situation que ce n'est pas tous les jours que ça se passe donc elle m'a... rappelé et elle a compris, elle a accepté, elle a même pris l'adresse de mes grand parent pour leur envoyer une carte bon c'est gentil de sa part, chose qui en général elle n'aurait jamais fait.

M : ton ex-femme ?

J : la mère de mes enfants

M : oui oui

J : et là je les récupère là à 11h30....

M : tu sais pourquoi elle l'a fait tu penses ?

J : envoyer la carte ?

M : oui

J : certainement parce que son père ou sa belle-mère lui en a parlé sinon je ne pense pas que d'elle-même elle l'aurait fait.

M : Okay, bon bah je pense que moi hum on a fait le tour des questions, je ne sais pas si tu as quelque chose à rajouter ?ou a si tu t'attendais à une question que je n'ai pas posé ?

J : non bah moi je parle assez facilement et librement donc il n'y a pas de problème à ce niveau-là... non logique...aujourd'hui même si depuis 2004 le père est reconnu autant que la mère sur les droit parentaux. Je pense que il y a encore à prouver que c'est le cas car ce n'est pas tout le monde qui peut avoir la garde des enfants, j'ai su qu'il a fallu que j'ai un dossier béton pour pouvoir me permettre d'avoir ça ? Si je n'avais pas bétonné un dossier auprès de l'avocate et... ça ne serait pas arrivé. Maintenant ce que j'apprécie, c'est qu'il y est l'association SOS papa nord Picardie parce que le fameux weekend ou je n'ai pas eu les enfants j'ai plongé plus bas que terre et c'est là que j'ai rencontré le père du président de l'association. Il a bien vu que ça allait très mal et là il a pu me reconforte.

M : tu as eu même des recours par exemple tu as demandé à des pères célibataires qui ont eu la garde de leur enfants pour avoir des conseils etc ?

J : non j'ai rencontré une fois un père célibataire donc ça c'était courant hiver, je ne sais plus si.... Début décembre, non début janvier. On en a discuté tranquillement, c'est plutôt lui qui m'a demandé des conseils.

M : mais même pas au départ, au début ?

J : au départ j'ai fait plutôt confiance aux services sociaux, la PMI, la puéricultrice, malgré que ce soit des femmes, mais je ne cède pas leur poste qu'il valais mieux patte blanche devant les professionnel plutôt que devant la famille ou la belle famille et je... je n'ai pas peur que quand je ne sais pas faire de poser la question a la personne qui peut m'aider, quitte à passer pour un con, moi je dis toujours il n'y a pas de questions bêtes, juste des bonnes réponses. Et le sujet de la propreté de Axelle qui étais très difficile quand même a abordé, j'en ai touché auprès de la puéricultrice, qui ma envoyer vers le médecin de la PMI qui m'a montré comment on devait proprement ; même cela crèche m'avais montré mais ça allait pas parce qu'elle a eu des mycoses vaginales donc.. et le soucis c'est que quand on a un enfant la semaine, qu'on le ramène au, à l'autre parent le weekend celui-ci va vérifier que l'enfant il n'a

pas de bleu, que l'enfant n'a pas de poux, que l'enfant parce qu'après ça va être reproché. Inversement je suis sûr que sa faire dans le même sens mais moi ce n'est pas mon cas, mais je vérifie quand même que mes enfants ne sont pas qu'ils n'ont pas de bleu, qu'ils n'ont pas ... de matière de doute, de suspicion de violence ou autre. Et bah sa s'est délicat car là les beaux jours reviennent, mon fils je lui apprend à faire du vélo, forcément il y a des ecchymoses. Et bien elle a été le reproché à la PMI, et c'est revenu à mes oreilles. deux fois j'ai eu la puéricultrice de mon secteur au domicile parce qu'elle avait un signalement enfance en danger par rapport à l'état des lieux de la maison, en disant au fait que j'étais violent et la puéricultrice qui était déjà avant pendant qu'on était en couple et puis qui me suit régulièrement, elle sait très bien que ce n'est pas le cas, maintenant elle est obligé de constater, de venir m'expliquer ça et ...

M : justement je ne sais pas si cela te dérange ?

J : oui. Je vais commencer par les pièces du fond et revenir progressivement.

M : excuse-moi,

J : attention parce qu'il y a deux marche pour la cuisine et ... pour te montrer la partie. C'est une maison qui date des années 40, ses 4 pièces là c'est une extension qui a été faite dans les années 80.

M : ouais, donc là c'est la cuisine.

J : ouais, bah on va commencer par les chambres et on va revenir progressivement. C'est une maison toute en longueur

M : je vois ça !

J : là la chambre des parents, la chambre adulte, une bonne pièce. Là c'est la chambre de mon fils donc avec son aquarium, ses propres poissons

M : ah ! lui aussi il aime bien les poissons ?

J : je lui ai expliqué tout ça et ça l'a intéressé et j'ai dit voilà les aquariums quand on peut en avoir d'occasion sa se prend, à bon prix. Là c'est l'armorie ou ils m'ont déglingué les portes il faut que j'en achète une nouvelle, donc j'attends un prix intéressants. Et là j'ai commencé à trier parce que sinon sa débordé. Ma fille avait un passe-temps : s'était de tout remettre à terre...

M : ah oui (rire),donc ça c'est la chambre de Jérémy ?

J : là c'est actuellement provisoirement la chambre de Axelle. Donc c'est plus effet buanderie de par la surface, sa fait un peu plus de 6m²... en attendant que derrière cette pièce-là, là où il y a la porte juste à droite on fasse sa véritable chambre. Pour le moment c'est une sorte d'abris cabanon.

Donc là à gauche c'est la porte cave qui fait la surface des chambres. La salle d'eau, toilette, douche, donc ça s'était en haut je n'ai pas remis initialement... Donc là avant s'était juste une pièce pour aller aux toilettes et à côté une pièce pour aller sous la douche. Donc tout a été cassé, refait de A à Z ça coûte un bras et les travaux voilà quoi...

M : et toi tu as fait les travaux où ??

J : bah ce que je sais faire, que je sais faire je fais mais dès lors qu'on touche à l'électricité, il faut quand même quelqu'un de confiance et bah ça coûte un bras, donc le boîtier, les saignées, toute les gaines je sais où elles vont, elles passent par où. Le tout à l'égout a été fait, donc je sais par où il passe par exemple initialement ici s'était une porte qui était toute cassée, c'est moi-même qui en ai fait une nouvelle car initialement c'est une porte qui est poussant droite et je l'ai mise en poussant gauche. Donc je fais du bricolage

M : donc là en fait c'est quoi ? C'est le garage ?

J : non c'est un débarras... pour le moment il faut enlever le plafond car ce sont des dalles fibrociment donc on a plus le droit, ré étancheiser tout et faire la chambre de Axelle dans cette pièce-là, et financièrement ça coûte un bras et étant seul ce n'est pas évident pour gérer le porte monnaies.... Donc là c'est la cuisine, c'est la pièce la plus délabrée de la maison car elle a pris l'hu....

M : là c'est le lave-vaisselle ... ?

J : lave-vaisselle, lave-linge et sèche-linge.... Là c'est la pièce ou

M : ça c'est le sèche-linge ?

J : là ouais sèche-linge ouais. Donc là c'est la pièce qui a subi le plus de dégât au niveau de la maison parce que par rapport à la toiture, la maison est en L et il a là nous. Et j'ai eu des infiltrations d'eau donc de par le plaquo et puis les lattes toute a été tendance ?? Et chaud froid ça a créé un impact et d'où les éthé par sécurité, et c'est ce qui fait que la maison est considéré en état délabré. Mais pour faire le plafond, il faut refaire la toiture et forcément ce sont des travaux qui chiffrent aussi.

M : c'est vrai qu'il y a ...

J : là c'est on va dire le coin bibliothèque, table de jeux pour les enfants, là ils ont leur magnet, j'ai les miens aussi...

M : ouais pas mal, c'est en fait qu'il y a des jouets partout en fait. Comment ça se fait ?

J : il y a des jouets, jeux, là avant que les enfants ils partent mon fils a commencé un puzzle, donc Il a 6 ans, il a fait des puzzles celui-là de 267 pièces ; il est en deux parties donc ouvert... et après il y a celui en relief, on a découvert ça.... C'est son cadeau d'anniversaire et c'est un puzzle qui est fixé et ça crée du volume. Donc on ne fait pas tout en une fois, on en fait de temps en temps pour l'intéressé. Et oui des

jouets y en a partout. Donc là c'est plutôt table de jeux, ils ont leur propre, je leur ai mis en place leur propre bibliothèque, les jeux ils savent où aller les chercher donc En livre, moi je suis fan de mangas, BD et ça s'est retranscrit sur les enfants donc bah... j'achète les livres 50 cts à 1 euro pièce sur les braderies qui en valent beaucoup plus cher. Le type de livre que ma fille elle aime bien ce sont les livres en relief, qui font du bruit, qu'il faut toucher et donc ça permet d'éveiller, faire son éveil toute seule et tout ça ben dès le.. Voilà le livre par exemple pour apprendre à écrire, les ardoises magique....

M : tu l'aides à faire tout ça ?

J : oui, avec mon fils assez ...on a commencé pas mon fils et après par ma fille. Les jeux de table par exemple le gonga, comme c'est assez speed, ça permet de se canaliser... j'essaie de trouver des activités qui permettent d'entrer dans le sens.... Les enfants... la dernière trouvaille que j'ai fait c'est le T-Rex grande collection. Ils ont refait la collection sur Géo ; les magazines valent 9 euros pièces toutes les semaines sauf que c'est la 3 fois qui refont la série dinosaure, et j'ai été l'acheter dans le Pas de Calais à moindre coût que la collection complète.

M : en fait tu avais acheté tous ensemble ?

J : ouais ouais ouais, le dinosaure est complet et ...

M : et là pour l'instant tu attends fin....

J : bah nan c'est que j'ai... les parties de la cage thoraciques, en fait les pièces ne sont pas numérotées donc il faut deviner, il y a 10 paires de cotes et il faut deviner à quel endroit elles vont là et je n'ai pas eu le temps de regarder, il y a les symétries pour les associer...

M : c'est pas mal ça

J : la collection vaut plus de 600 euros complète et je l'ai eu à 150 en allant la chercher au Pas de Calais, voilà c'est le genre de bonne affaire que je fais. Et mon fils bah... c'est trouvé une nouvelle passion de dinosaure, alors je lui ai dit voilà on va te faire plaisir on va aller te le chercher.... Sinon il a même sa propre vitrine de.... Là il y en a là, ici

M : ah bah oui ça d'ailleurs c'est Jérémy

J : voilà là c'est Jérémy, là à côté c'est Axelle, j'ai en plus récent quand même. Là c'est encore ses transformeurs qui est fan de lego, je les ai en lego créés au transformeur.....

Les consoles pour eux, ils ne savent pas ce que... Jérémy il joue de temps en temps pour apprendre parce qu'on quand on va en voiture ou quand on va chez papy mamy, j'ai acheté la même pour Axelle mais pour le moment elle est un peu brute avec (rire).

Oui il y a des jouets partout ! (rire)

M : et ça c'est ?

J : ce sont mes grands-parents..... Mon défunt grand père qu'on a enterré vendredi et puis la....

M : la photo était avant son décès ?

J : oui elle a plus de 6 ans...

M : non je veux-tu l'avais mise... tu l'avais mise ... avant ?

J : ah oui oui oui, c'est une photo qui a été prise en..... pour leur 50 ans de mariage, donc ça va faire y'a 8 ans. C'est même mon ex-femme à l'époque qui avait dit oui mais prend une photo chez tes grands-parents on la grandir tout ça, moi-même ça ne serait pas venu et donc elle est là depuis 2008 de toute façon.

M : s'était tes grands-parents maternels ?

J : paternel chez qui j'allais un weekend sur deux plutôt que... d'aller voir le père....

M : bon bah super, merci beaucoup je peux éteindre le dictaphone.

Annexe 2 : Entretien avec Sylvain

Date : Mardi 14 janvier 2014

Lieu : Lille

Durée de l'entretien : 2h 22'

Je vais commencer l'entretien par te remercier Sylvain, on s'est parlé plusieurs fois et ça s'est coupé sur Skype. Donc merci vraiment beaucoup d'avoir fait l'effort de venir et déjà de

m'accorder un peu de temps parce que je sais que tu travailles beaucoup aussi on en parlera tout à l'heure. Je vais commencer par me présenter.

L'entretien :

M : Je m'appelle Mohamad Chour, je suis doctorant à l'université Lille 2, je suis en première année de doctorat. C'est pour ça que je passe des entretiens avec des pères isolés pour savoir un petit peu comment ils font de manière générale avec leurs enfants, etc.

Je tiens à préciser comme on en avait plusieurs fois parlé que ce sera un entretien anonyme, Ton prénom, comme ton nom de famille, là où tu travailles, les prénoms de tes filles, tout cela sera changé. Tout ce qui est en rapport avec la vie privée je le changerai.

Je voulais que tu me parles de tout sans aucun problème. Donc voilà je te propose que tu présentes.

S : Bah voilà, je m'appelle Sylvain, j'ai 43 ans. Je suis né en France et je réside en Belgique depuis mes 22 ans. Je travaille aussi en Belgique, je me suis marié en Belgique. Disons à mes 24 ans je me suis marié.

M : Tu avais 24 ans quand tu t'es marié ?

S : 24 ans quand je me suis marié. J'ai eu ma première fille la première année qui a suivi et la seconde la deuxième année.

Je travaille dans le poisson. Disons que j'ai commencé, en réalité j'ai commencé j'étais cuisinier. C'est comme ça que j'ai rencontré ma femme et puis j'ai continué disons dans le poisson. Pourquoi, parce que je travaille disons, je suis à la côte, à Ostende. Et la côté Ostendaise bon bah bien sûr c'est le métier de cuisinier et c'est un métier saisonnier. Ça veut dire qu'on travaille six mois mais y'a six mois malheureusement qui sont assez dur, il faut trouver des petits travaux à côté pour pouvoir compenser, pour pouvoir vivre bien sûr un petit peu. Pour pouvoir payer le loyer ainsi que subvenir aux besoins de la famille.

Alors j'ai travaillé, j'ai commencé à travailler dans le poisson et depuis maintenant dix-huit ans je travaille dans le poisson.

M : Ici tu es né en France où ?

S : A Avesnes-sur-Helpe dans le nord de la France.

M : Tes filles elles s'appellent comment ?

S : Julie, c'est l'aînée elle à 18 ans et j'ai Marie la seconde qui a 17 ans.

M : Et ta famille, tu as combien de frères de sœurs ?

S : Disons que j'ai trois frères, j'ai trois sœurs. Bon bien sûr lorsque j'étais chez ma mère, bon bien sûr je n'ai pas connu mon père. Disons que j'étais en quelque sorte, mes premières années je les ai passées chez une nourrice. Je suis resté quand même

pas mal d'années, peut être jusqu'à mes cinq six ans et après bon disons que ma mère ne savait plus payer la nourrice. Bon bien sûr je suis retourné chez ma mère et puis à ce moment-là j'ai vécu avec mon beau-père quelques années.

M : Ok, donc c'est parce que tes trois frères et tes trois sœurs ils ne sont pas tous de la même...

S : On n'est pas tous du même père, disons qu'on est les cinq premier sont du même père et nous les deux dernier, moi et ma sœur on est d'un autre père.

M : Et donc ta sœur c'est laquelle ?

S : Ma sœur c'est Ermeline. Et y'a une grande différence d'âge entre disons l'aîné et le dernier quoi.

M : D'accord, toi tu es l'avant dernier c'est ça ?

S : Le dernier, Ermeline elle est avant moi. Elle est de 69 et moi je suis l'année 71.

M : Donc ta mère elle a été... elle a divorcé plusieurs fois ?

S : oui plusieurs fois, je veux dire elle a été divorcé mais disons qu'elle a vécu en concubinage avec plusieurs personnes sans se remarier. Mais bon bien sûr vis-à-vis de la loi à ce moment-là elle a retrouvé son nom de jeune fille et puis elle restait toujours comme ça. Elle s'est toujours remise avec des personnes sans avoir vraiment la personne idéale, pour pouvoir se remarier quoi.

M : Toi tu as vécu cette relation, bah déjà les premières cinq ans de ta vie, comment tu les as vécues ? Je ne sais pas si tu as des souvenirs...

S : très peu, très peu, en réalité je ne m'en souviens pas...

M : Je me doute mais je veux dire est-ce que ça avait des effets sur le reste de ton enfance ?

S : Ça a fait quelque chose oui quand je suis retourné chez moi, que je me suis senti comme un étranger. Mais je m'en suis pas rendu compte directement mais ça se rendait compte dans mon attitude.

M : C'est à dire ?

S : J'étais solitaire, ça veut dire que j'étais plutôt dans mon coin, je ne me mélangeais pas avec les gens. Ça ça a été comme ça au début et c'est resté longtemps comme ça. Et peut-être même encore maintenant.

M : Enfaite c'est parce qu'il y avait quatre frères et sœurs du premier père ensuite y'avait eu Ermelyne et toi du deuxième père ?

S : Cinq, cinq. Ça veut dire que j'ai eu mes trois frères, trois frères et mes deux sœurs ça y sont du premier père et ce qu'il se passe, eux comme y'avait une grande différence d'âge du moment que je suis arrivé chez ma mère y restait déjà une de mes sœurs. Alors ça veut dire qu'en réalité j'ai vécu avec ma mère et mes deux autres sœurs. Sans connaître vraiment mes frères.

M : *Pourquoi parce qu'ils étaient déjà âgés ?*

S : Ils étaient déjà mariés, ils étaient déjà partis de la maison.

M : *Donc toi tu es arrivé, c'était déjà avec le beau-père donc...*

S : Mon beau-père en quelque sorte, on pouvait dire ça comme ça comme un beau-père, bon à ce moment-là il était déjà dans la maison.

M : *Y'a pas eu d'enfants du beau-père ?*

S : Non non, pas du tout. Avec ma mère non il n'en a pas eu par contre il avait des enfants mais bon bien sûr comme il était un étranger il les a fait venir après quoi.

M : *Il était de quelle origine ?*

S : Il était turc.

M : *Donc on aux cinq frères et sœurs on va dire donc du premier père qui n'est pas ton père. Après y'a Ermeline et toi du deuxième père et ensuite y'avait le beau-père que t'as connu combien de temps enfante ?*

S : Bah lui je l'ai connu peut être euh... cinq six années puisque en réalité on a eu l'indépendance assez jeune puisque après ma mère disons, comme il y avait toujours des petits problèmes...

M : *Ils se sont séparés ?*

S : Non, quand les enfants ils ont été séparé des parents.

M : *Et toi tu as vécu comment cette relation ? Et ton père, ton vrai père, tu l'as connu ou pas ?*

S : Non, pas du tout.

M : *Et jusqu'à maintenant t'as pas eu de contacts, tu ne l'as pas...*

S : Non, je n'ai pas essayé de le retrouver, il a jamais essayé de me recontacter et bon bah voilà.

M : Parce que ta mère elle ne sait pas qui c'est ou ?

S : Si si si mais le gros problème c'est parce qu'il ne revenait jamais nous voir, nous visiter à la maison. Il revenait jamais, ça c'est déjà la première chose et la deuxième chose, elle n'avait pas tellement le temps puisqu'elle s'occupait d'un commerce. Bon bien sûr elle ne pouvait pas nous prendre par la main et dire tiens je vais te présenter ton père, on devait le rencontrer un week-end ça s'est jamais fait. Bon disons que lui-même il avait voulu, comment dire ça, rester dans sa vie privée puisqu'il s'était remarié et il a eu des enfants à nouveau. Je crois qu'il en avait eu trois et bon bien sûr je pense qu'il voulait avoir un petit peu une distance et être tranquille sûrement dans sa nouvelle vie.

M : Et ta mère elle faisait quoi, quel commerce elle tenait ?

S : Elle était photographe, disons, elle tenait un magasin et bien sûr mon beau-père lui avait donné un coup de main pour pouvoir refaire une clientèle et refaire une tournée quoi. Ça veut dire que lui il faisait le marché donc ils travaillaient ensemble,

M : Et donc ton père, tu lui en veux ?

S : Non, non pas du tout. Je lui en veux pas parce que je n'en ai pas eu besoin, je me sentais pas d'en avoir besoin, je ne sais pas ce que c'était.

M : Comment ça se fait ?

S : Comment ça se fait bah parce que, pourquoi, parce que bah je n'ai jamais eu quelqu'un autour de moi, je n'ai jamais eu, comme sensation je n'ai jamais eu quelqu'un qui me disait bah tiens écoute,... Je n'ai jamais eu besoin de quelqu'un, je me suis jamais rapproché de quelqu'un puisque jamais personne n'est venu se mettre à côté de moi.

M : Même ta mère ?

S : Même ma mère, elle n'avait pas le temps puisqu'elle travaillait.

M : Et ça tu l'as vécu comment ? Peut-être aujourd'hui ça te paraît peut être un peu normal parce que tu es habitué parce que voilà avec le recul des années mais dans ton enfance ?

S : Bah comment j'ai pu le remarquer que peut être des fois ça me manquait c'est parce que quand j'ai rencontré quelqu'un la plupart du temps bon je m'entendais toujours bien avec la belle famille et bon j'avais toujours quelqu'un qui était à côté de moi comme ça pour pouvoir m'aider dans ma vie professionnelle ainsi que ma vie privée. Pouvoir être aidé dans la vie tout simplement que ce soit par des petits services, que ce soit par exemple quand on a des petits problèmes ? Par exemple,

mécanique pour une voiture ou ménager si on a une machine à laver qui tombe en panne ou des choses comme ça.

Alors là j'avais toujours l'occasion de pouvoir dire, de téléphoner par exemple à mon beau-père, de dire tiens il m'est arrivé tel petit problème est-ce que éventuellement tu ne pourrais pas passer ou me dire tiens qu'est-ce que je peux faire.

M : Même pas ça maintenant ?

S : Non maintenant non non non mais ça je me suis rendu compte que par exemple avoir un père à côté de soi c'était pratique.

M : Ah oui parce que tu parlais de ton beau-père de ton ex-épouse ?

S : Oui et lui il travaillait aussi oui voilà, de mon ex épouse.

M : Moi je pensais par rapport à, parce que aujourd'hui ta mère elle toujours vivante ?

S : Toujours vivante oui.

M : Elle est toujours avec la même personne ?

S : Non non non...

M : Elle est plus avec ton beau-père avec lequel...

S : Non non non ils se sont séparés, ils vivent chacun leur vie de leur côté.

M : Et est-ce que ton beau-père qui était le compagnon de ta mère quand tu étais là à la maison, est-ce que à un moment il était un peu comme ton père ?

S : Je ne sais pas, je ne sais pas parce que je n'ai pas connu mon père.

M : Oui mais je veux, justement est-ce que tu le considérais comme ton père ? Est-ce que pour toi c'était lui ton père ?

S : Non. Enfin bah de temps en temps, je veux dire il venait quand même vers moi, parce que il m'appréciait bien. De temps en temps il venait vers moi, il donnait des compliments. Et puis je ne sais pas, il a toujours trouvé que ce que je faisais, je faisais ça bien.

M : Donc ta relation avec lui elle n'était pas top ?

S : Bah non parce que c'était quand même un étranger et il avait du mal à parler le français à ce moment-là. Faut bien se rendre compte de ça, il avait ce problème au niveau linguistique. Et bon bah bien sûr quand il ne peut ne pas dire tout ce qu'il pense bah ça fait une petite distance et puis avec le travail il rentrait aussi tard. Il

Partait tôt le matin et il rentrait tard. Bon bien sûr quand vous avez un commerce, quand vous êtes patron, vous avez des engagements à faire, à respecter. Les heures on ne les compte jamais.

M : Et ta mère, ta relation avec ta mère tu la considères comment ? Tu la décris comment ?

S : Comment je vais la décrire euh... ma mère, difficile à décrire puisque je n'ai pas vécu suffisamment d'années avec. Disons que ce qui passe, je partais souvent chez ma sœur, elle qui était mariée, qui avait son beau-frère qui ne travaillait pas. Lui il avait du temps. Alors ce qui se passe, ça nous permettait qu'il nous emmène à la pêche. Il nous emmenait de temps en temps faire du petit travail ou lui donner un coup de main. On devait aller couper du bois, donner à manger aux bêtes, on allait à la chasse ensemble. En réalité, j'avais beaucoup de... j'étais très proche de ma sœur et de mon beau-frère à cause de ça. Ça ces deux qui ont compté beaucoup dans ma jeunesse à ce moment-là. Puisque il faut se rendre compte qu'on ouvre un petit peu les yeux à l'âge de dix onze ans et bon bah c'était ces personnes-là que j'avais à côté de moi quoi.

M : Y'avait une absence tu sens au niveau de la maison, d'une mère et d'un père ?

S : Non, non je m'en suis pas rendu compte. Pas directement. C'est après, après, après, bien après encore.

M : Mais qu'est-ce que tu as ressenti après ?

S : En réalité c'est plutôt quand on a besoin, quand on est dans la difficulté. Que ça soit une difficulté... que ça soit des fois financière, que ça soit une difficulté qu'un plomb qui saute, on ne sait pas comment il faut le remettre. Et tous des choses comme ça. La vie, comment se préparer à manger, bah voilà... Là la difficulté elle se met là.

M : Déjà quand tu disais que tu étais à la maison, que ta mère elle bossait énormément, qu'elle n'avait pas le temps de s'occuper de toi et ton beau-père donc apparemment pareil et la pareil ton père, ton vrai père il était absent également. Dans ta vie quotidienne cela te posait des problèmes ?

S : Si, si des problèmes parce que nous-mêmes le matin on était obligé de se préparer déjeuner nous-mêmes. Bien souvent le week-end passé et je devais aller à l'école et à onze ans je devais déjà repasser mon pantalon pour aller à l'école. Alors ça faisait des problèmes. Mais bon bien sûr on se débrouillait, on essayait de s'arranger nous-mêmes. Bon des fois le soir le manger n'était pas prêt, jamais fait en temps et en heure. Je me souviens d'ailleurs que quand j'étais à l'école bien souvent, bon bah bien sûr les parents devaient venir nous chercher, je me souviens très bien que j'étais toujours le dernier. J'étais toujours le dernier à sortir j'avais même les professeurs qui réclamaient parce que pourquoi, parce qu'il y avait jamais personne qui venait me chercher. A ce moment-là c'était ma sœur qui venait elle-même de

sortir du lycée qui allait me chercher à l'école. Parce que ma mère n'avait pas le temps non plus ou elle nous oubliait.

M : Elle vous oubliait ?

S : Elle nous oubliait. Bah oui, bah oui.

A ce moment-là bah on ne devait pas rentrer directement mais on avait une grande rue à traverser à ce moment-là, on l'appelait le pont rouge. Le pont rouge pourquoi, parce que y avait beaucoup de personne qui se faisait écraser, il a été surnommé comme ça.

M : Et pourquoi tu penses qu'elle vous oubliait ?

S : Bah oublier dans le sens qu'elle était très occupée, pour dire de dire c'est l'heure il faut aller chercher les enfants à l'école. Pas oublier... je ne pense pas que c'est oublier, comment dire ça, elle ne peut pas nous oublier parce qu'on est ses propres enfants. Non sentimentalement elle pensait toujours à nous, ça j'y crois aussi. Comme moi je peux penser à mes enfants.

M : Et donc ta sœur Ermeline, parce qu'apparemment vous étiez les deux qui étiez à peu près du même âge et donc vous restiez tout le temps ensemble...

S : Bah ensemble, j'avais une autre sœur du père Roger qui disons était... Christelle elle doit être de l'année... je crois soixante-sept. Ça veut dire qu'on était un peu tous les trois ensemble. Par contre les quatre premiers enfants y avaient une grande différence.

M : Et donc l'autre sœur comment elle s'appelle comment ?

S : Christelle.

M : Donc Christelle est-ce que tu as eu l'impression que Christelle elle remplaçait un petit peu parfois ta mère ?

S : Oui elle elle devait faire des choses, souvent elle remplaçait la mère puisque elle devait souvent préparer à manger, je me souviens que de temps en temps elle se faisait un petit peu gronder pour faire la vaisselle. Bon c'était une des corvées quand on a douze treize ans on n'a pas tellement envie non plus.

M : Vous partagiez des tâches tous les trois ?

S : Je crois que moi j'étais plutôt favorisé, bah parce que pourquoi, parce que j'étais le dernier, j'étais le plus jeune et je n'étais pas capable de me faire à manger ou de faire la vaisselle.

M : Ce n'est pas parce que tu es... ?

S : Ce n'est pas parce que j'étais le dernier non plus.

M : *Ce n'est pas parce que tu es le dernier et ce n'est pas parce que tu es le seul garçon sur les trois ?*

S : C'est parce que je n'avais pas l'âge tout simplement.

M : *Tu me disais tout à l'heure que tu travailles beaucoup.*

S : Depuis le temps que je suis arrivé en Belgique je travaille beaucoup.

M : *D'ailleurs qu'est-ce qui a fait que tu as déménagé en Belgique ?*

S : Parce qu'en France je travaillais dans un restaurant, j'ai fait un contrat d'apprentissage, j'étais bien, j'avais un patron qui m'apprenait beaucoup de choses et son père il était boucher au départ et après il a ouvert un restaurant pour son fils. Et puis en quelque sorte il m'a appris beaucoup de choses pour préparer à manger. Ça veut dire que lui-même il préparait tout, c'était quelqu'un qui faisait son pâté lui-même, au niveau des entrées, sur n'importe quoi il préparait tout lui-même de A à Z. C'était quelqu'un qui était vraiment ouvert dans la cuisine, ça veut dire que j'ai vraiment appris beaucoup de choses là-bas. Que ça soit d'une entrée, que ça soit d'un plat ou que ce soit du dessert on faisait tout nous-même. Ça veut dire, ce n'était pas quelqu'un s'il avait besoin d'une pâtisserie qui allait chez le boulanger pour dire tiens, non c'est quelqu'un qui faisait tout lui-même. Alors on a dû apprendre tout. J'ai pas vraiment fini mon contrat d'apprentissage, j'ai fini avant parce que j'avais ma mère qui ne payait plus le loyer. A ce moment-là j'étais à St Amand-les-Eaux, ma mère devait payer le studio où j'étais mais à 18 ans il y a la propriétaire qui est venue me voir et qui me dit tiens ton loyer ça fait déjà un moment que tu ne l'as pas payé. Ça m'a fait drôle et puis à ce moment-là je travaillais plus correctement, le restaurant où j'étais, j'étais déstabilisé et puis j'ai fait des bêtises et pour finir on a arrêté. Alors bon bien sûr je suis parti travailler dans un autre restaurant, j'ai travaillé dans un restaurant italien.

Mais le problème c'est qu'en France on fait travailler les jeunes, ils ne comptent pas leurs heures, on les fait travailler, on les fait travailler, on exploite les jeunes.

M : *Est donc après tu as pris la décision toi-même, comme ça, tu en avais marre ?*

S : Disons que j'ai dit comme ça n'allait pas dans ce restaurant-là, j'ai essayé un autre restaurant. Mais c'est le même problème. On nous fait travailler, on nous fait travailler...

M : *C'est de l'exploitation entre guillemets ?*

S : Oui c'est de l'exploitation entre guillemets, il y'avait quand même un salaire qui était là. Avec le salaire moi je pouvais payer quand même bien sur le loyer, je

pouvais manger correctement, je n'avais pas de problèmes financiers, c'était très bien. Mais après quand vous avez un salaire, il y'a les copains tout ça et puis après on sort, bon bien sûr quand on sort ce qui se passe c'est que vous rencontrez quelqu'un. On sortait souvent ici à Tournai et puis ce qui se passe c'est qu'après on s'est décidé d'aller voir un petit peu plus haut, on a été en Flandres.

M : Donc c'était avec des amis ?

S : A la base oui, on a été là-bas à Ostende pour s'amuser, pour faire la fête. On a été sur un camping, on a demandé pour avoir une place et puis on s'amusait, on faisait la fête. Et puis pour finir on sympathisait avec pas mal de gens parce que c'était beaucoup des Bruxellois qui venaient, des francophones. On a super sympathisait avec les gens, on s'est bien amusé, on mettait l'ambiance dans le camping en réalité, on était des jeunes, des petits cons quoi !

Et puis ce qui s'est passé, le problème c'est qu'à force de s'amuser on avait plus de sous. Alors on ne savait plus payer la place du camping, alors on a été voir le patron, on a discutait avec lui. On lui a dit bah écoute on a un problème, on a plus de sous, est-ce que tu ne pourrais pas nous donner un petit travail. Et puis pour finir on a travaillé là-bas et puis on est resté là-bas tout le long des vacances jusqu'à la fin septembre et puis on s'est très bien amusé et on avait resté mais moi entre deux j'ai rencontré quelqu'un.

M : D'accord, justement là on va parler plus en détails de ça. Donc tu avais quel âge quand tu rencontré... ?

S : Ba j'ai rencontré Carine, c'est la fille avec qui je me suis marié. C'est une flamande, elle avait mon âge, elle est de l'année 71 aussi. On s'est rencontré j'avais 20 ans et puis on restait un petit peu là-bas dans une caravane. Et puis après on a trouvé un appartement.

M : Après combien de temps à peu près ?

S : Ce qui s'est passé, on passait quelques mois dans une caravane et après on a pris, pour passer l'hiver, un petit studio qu'on avait loué pendant quelques mois.

M : Donc vous aviez vécu déjà ensemble ?

S : Oui bah, disons que ça a duré... Moi je restais sur le camping parce que le patron du camping m'avait quand même hébergé. Tu as les clés, tu fais ce que tu veux, tu es comme chez toi. Et puis ce qui se passe c'est que j'avais ma copine qui se trouvait à quinze kilomètres du camping et puis moi là j'étais tout seul. Et quand on est jeune on a envie de se rencontrer. Donc des fois c'est elle qui venait et puis ou c'est moi qui allais chez ses parents. Et puis après faut bien se rendre compte que ses parents ils avaient aussi des enfants et une personne en plus ce n'était pas évident. C'est pour ça qu'on est parti un peu sur le camping et après on a pris un studio. Pas à Ostende, à la côte, on a passé le premier hiver comme ça.

Après on est retourné sur le camping, on a travaillé.

M : Elle a travaillé avec toi du coup ?

S : Elle a travaillé avec moi oui.

M : Parce que elle, elle travaillait aussi là-bas c'est comme ça que tu l'as rencontrée ?

S : Disons qu'elle avait travaillait là-bas et puis au moment que nous on est arrivé c'est eux qui sont partis en quelque sorte c'est nous qui les avons remplacé. Parce que elle, elle était aussi mariée avec quelqu'un en réalité.

M : Elle était mariée déjà ?

S : Elle était déjà mariée mais elle a divorcé entre deux.

M : Justement c'était ma question, toi c'était ta première relation sérieuse on va dire, avec laquelle tu vives sous le même toit ?

S : Non.

M : Tu avais vécu avec quelqu'un ?

S : J'avais déjà vécu avec des filles sur St Amand-les-Eaux.

M : Vous avez déménagé ensemble ?

S : Non, non, je veux dire j'avais mon petit studio moi à St Amand-les-Eaux, ça veut dire que quand je rencontré quelqu'un bon j'essayais. J'avais l'occasion d'être tranquille chez moi. Ça veut dire qu'elles venaient chez moi ou de temps en temps j'allais chez leur parent. Une fois que je me sentais un peu plus à l'aise, bon ben elle me présentait ses parents. J'ai rencontré une fille avec je suis resté beaucoup plus longtemps, je crois que ça avait duré quelque chose comme six mois. J'avais toujours gardé mon studio mais j'allais là-bas, des fois une semaine, des fois je restais un week-end ou des choses comme ça.

M : Et donc Carine elle était mariée avant ?

S : Oui.

M : D'accord, elle était mariée jeune alors ?

S : Bah disons qu'elle s'est mariée à 18-19 ans et puis disons qu'elle est tombée sur quelqu'un qui n'était pas tout à fait de confiance, il ne lui a pas tout expliqué et puis en plus c'était quelqu'un qui se droguait. Donc bien sur ça a donné une rupture assez rapide à cause de cela.

M : Et ils sont restés donc combien de temps ensemble ?

S : Je pense une année. Bon disons qu'elle en a pas trop parlé non plus. Elle a parlé des problèmes qu'elle a eus pour dire que si j'avais quelques choses à dire que je le dise directement. Comme j'étais quelqu'un de jeune, assez turbulent, pas très sérieux, bon elle me disait si tu prends de la drogue autant le dire maintenant parce que je ne veux pas revivre la même chose que j'ai vécue. Parce que quelqu'un qui se drogue c'est quelqu'un qui est de temps en temps inconscient.

Bon moi j'ai jamais eu l'occasion d'en rencontrer, en France j'ai jamais eu de problème comme ça en Belgique non plus mais ça doit pas être agréable quoi.

Et bon je lui ai directement expliqué, que j'étais là pour m'amuser au début mais que comme je la trouvais bien... bon bah on a poussé la relation un peu plus loin.

M : Et donc vous êtes restés combien de temps ensembles ?

S : Bah ce qui s'est passé, c'est qu'une fois qu'on s'est rencontré on est resté toujours ensemble. On s'est marié et on est resté 18 ans ensemble. Deux ans avant le mariage et après y'a eu seize années de mariage.

Disons que je n'étais pas spécialement pour le mariage mais comme elle est tombée enceinte et puis il y a eu la maturité un peu aussi.

M : Ce n'était pas voulu ?

S : Bah ce n'était pas voulu mais on ne peut pas demander à quelqu'un qui a 18-20 ans de dire qu'est-ce que tu penses vraiment du mariage, c'est plutôt difficile. Moi je n'acceptais pas encore le mariage. Je ne me voyais pas marié.

M : Et comment ça se fait que tu as accepté finalement ?

S : Parce qu'il y'avait un enfant.

M : C'est juste pour l'enfant ?

S : Bah l'enfant et puis elle était gentille comme femme, sérieuse, polie, c'était quelqu'un de correcte.

M : Qu'est-ce que ça change alors l'arrivée de l'enfant pour que vous vous soyez marié ?

S : Bah je l'aurai décidé quand même, l'enfant n'a pas que fait que je décide le mariage mais peut être que ça a provoqué, pour que ça aille plus vite en réalité.

M : C'est elle qui a voulu que vous vous mariiez à la base ?

S : Bah je ne saurai pas dire exactement. Non c'est les circonstances, disons qu'on était bien ensembles et je pense que tout allait très bien franchement.

M : Justement là on va parler de comment ça s'est passé. Au départ la relation ça se passait bien ?

S : Très bien, disons que d'un côté comme de l'autre on était un peu tombé sur des déceptions, alors bien sûr y'avait une petite méfiance comme tout jeune couple.

M : Des déceptions des expériences d'avant ?

S : Oui.

M : Mais entre vous deux au départ, c'est à dire les deux premières années ça se passait bien ?

S : Ça se passait très bien, c'était très bien. Au début on rigolait très bien, on avait le temps de sortir, on travaillait ensemble, ça nous permettait de nouer des liens disons plus rapidement que lorsqu'on est séparé quand chacun travail d'un côté.

M : Donc là vous étiez collés en même temps ?

S : Oui un petit peu. Bon après ce qui s'est passé c'est que le travail au camping ce n'était pas l'idéal puisque c'était bien sûr un travail saisonnier.

Bon bah après ça a amené une petite séparation parce que moi j'ai dû aller travailler à droite, travailler à gauche. Bon elle, elle n'a pas trouvé un travail tout de suite et puis comme après elle a été enceinte.

Moi j'ai trouvé du travail aussi temporaire donc je n'avais pas de contrat fixe jusqu'à temps que je travaille dans le poisson. Puisque c'était toujours du travail de cuisine.

M : Et ça a continué à se passer très bien jusque quand ? Quand est-ce que ça a commencé à se dégrader ?

S : Ça s'est dégradé je vais dire peut être des fois à cause de mon attitude, parce que j'ai beaucoup travaillé, je faisais beaucoup des heures. Ça veut dire que moi mon but c'était d'abord de réussir ma vie professionnelle pour pouvoir subvenir à mes besoins, de mes enfants, de ma femme. Alors il fallait que je fasse ma place, moi qui ne parlait pas le flamand, je suis arrivé là-bas, j'ai dû travailler dans des entreprises où ils ne parlaient que le flamand. Tous les gens qui sont dans le commerce parlent quand même le français, l'anglais, l'allemand sans problème.

Bon bien sûr moi je ne parlais l'anglais, que le français, et le flamand encore moins.

Ce qui s'est passé, bon bien sûr j'ai dû faire ma place.

M : Maintenant tu le parles le flamand couramment j' imagine ?

S : Non, moi c'est le dialecte que je parle, je ne parle pas le néerlandais. Je parle le flamand mais je parle le dialecte. Je ne parle pas le flamand comme le français quoi. Mais faut bien se rendre compte qu'en étant avec des flamands au fur à mesure ça vient. Je le comprends très bien mais le parler je fais encore des fautes, on en rigole et

ça mets une petite ambiance c'est bien. Des fois je fais même exprès de faire des fautes !

Mais avec tout ça, avec le travail, ce qui s'est passé c'est qu'il a fallu que je me démarque et comme j'étais ambitieux je passais les obstacles les uns après les autres et bien sûr à chaque fois je marquais des points qui étaient positifs pour moi et donc bien sûr je suis vite passé comme ouvrier principal et avec des responsabilités. J'étais toujours sollicité par les autres personnes.

M : Est-ce que le fait que tu sois très ambitieux et que tu réussisses ta vie professionnelle, surtout qu'elle était ta collègue...

S : Non là elle ne l'était plus, pas dans le poisson.

M : D'accord mais y'avait pas forcément de la jalousie c'était plus que toi tu te concentrais sur la vie professionnelle plus que la vie de famille on va dire ?

S : Oui voilà mais alors le problème c'est comme j'ai travaillé beaucoup j'étais moins à la maison.

Ça veut dire je rentre à la maison j'étais fatigué et en étant fatigué j'avais des fois des réactions plutôt agressives que d'essayer de comprendre. Et ça a mis quelque chose de négatif dans mon couple et au fur à mesure que j'ai continué à travailler comme ça, j'ai toujours continué à faire ça.

M : Et ça c'était après combien de temps de mariage à peu près ?

S : Mais disons que ce n'était pas toujours comme ça, il faut bien se rendre compte aussi que on travaillait du lundi jusqu'au samedi. On avait qu'une seule journée de repos et ce n'est pas assez quand on travaille quatorze quinze heures.

M : Et tu travailles combien d'heures par semaine maintenant ?

S : 400 heures par mois mais je fais 100 heures par semaine, mais là c'est parce que je travaille dans deux sociétés aussi.

M : Et à ce moment-là quand tu parles que ça a commencé à se dégrader...

S : Je faisais quand même 80 heures par semaine. Bon la grande difficulté aussi c'est que les entreprises profitent de prendre du personnel qui veut faire des heures et qu'ils ne veulent pas forcément payer. Parce que c'est des sociétés, ils veulent faire de l'argent avec un minimum de dépenses. Alors lorsque qu'on demande congés ils sont toujours à réclamer et bon bien sûr comme toi tu ne veux pas perdre non plus ton travail...

Donc je prenais peut être quinze jours de vacances par année. Donc bien sûr le comportement d'une personne fatiguée, c'est quelque chose de négatif quand vous rentrez chez vous, vous ne pouvez rien faire le week-end.

M : Elle, elle travaillait à ce moment-là ?

S : Non, elle elle ne travaillait pas.

M : Elle quand elle a eu Julie elle a arrêté de travailler ?

S : Oui parce que le système en Belgique il est un petit peu compliqué. Enfaîte même si elle allait travailler elle ne gagnerait pas moins ...

M : Donc du coup depuis qu'elle a des enfants elle a arrêté de travailler ?

S : Elle a arrêté de travailler, bah disons que ce qui s'est passé c'est que comme moi j'avais du mal à me libérer dans mon travail et puis comme j'aimais bien mon travail je ne savais pas dire non non plus c'était un peu mitigé, y'avait aussi une part de ma faute. Je profitais un petit peu de ça. Donc j'ai continué à travailler et puis j'ai dit bah le mieux c'est que tu restes à la maison surveiller les enfants. Toute façon comme elle se plaignait un petit peu, elle me disait combien d'enfants sont martyrisés quand on les portes chez une nourrice, y'a ceci, y'a cela.

M : C'était aussi son choix de rester à la maison ?

S : Alors oui c'était son choix de rester à la maison.

M : Mais toi tu n'étais pas contre ?

S : Je n'étais pas contre.

M : d'accord et depuis elle n'a pas bossé ?

S : depuis ce moment-là non, elle n'avait pas travaillé à alors à ce moment il faut bien se rendre compte aussi quand vous avez pas mal des heures alors si en plus elle avait continué à travailler dans la restauration on ne se serait plus vu hein.

Oui parce qu'elle travaillait le weekend moi je finissais le samedi c'était ma dernière journée de la semaine je rentrais vers 1h 2h de l'après-midi, ce qui se passe c'est qu'il me restait plus que mon samedi dimanche quoi.

Alors si elle travaillait dans la restauration elle aurait dû travailler le weekend end et alors là.

M : Quel était l'élément déclencheur on va dire de la décision de divorce alors ?

S : la décision de divorce vous savez après ça y a eu beaucoup de choses, ce n'est pas que le travail mais parce qu'il se passe c'est que bien sûr moi les ambitions elles ont continué, bon bah disons que elle, il est arrivé un moment... J'ai changé plusieurs fois de travaille.

Bon bien sûr en travaillant dans d'autres entreprises, ça a toujours été le même problème, ça veut dire difficultés de pouvoir euh il faut avoir un ... comment dire

ça, il faut être flexible ; il faut être flexible, ça veut dire la plupart du temps quand quelqu'un est absent on vous appelle, même si vous êtes en congés, si y'a quelqu'un qui est en vacances il faut le remplacer, il faut faire des heures supplémentaires, toujours le même problème alors j'ai toujours été faire des heures et des heures et des heures alors bien sûr euh..... ce qui s'est passé, j'ai dit bah il va falloir peut-être que je pense que je me mette à mon compte et essayer de faire quelque chose, de pouvoir essayer d'équilibrer....

M : même toi, tu sentais que tu étais absent à ce moment-là ?

S : je suis... Oui j'étais absent mais ce n'était pas un problème. Ce n'était pas encore un problème !

M : Même vis à vis de tes filles ?

S : Euh bah mes filles m'ont souvent dit, d'ailleurs, euh de temps en temps on aimerait... Elles ne m'en veulent pas, elles comprennent mais de temps en temps elles se posaient la question, elles m'ont dit comme ça « c'est qui celui-là ?? » alors que bien sûr à ce moment-là, ma femme était obligé de lui dire, ça c'est ton père.

M : elles avaient qu'elle âge à ce moment-là ?

S : je pense qu'elles devaient avoir 7-6 ans.

M : Elles ne te voyaient quasiment pas ?

S : Non... Bah non puisque ...

M : Même les dimanches ?

S : Si, mais c'était très court quoi, comment dire ça, euh..... Je rentrais, elles dormaient, je partais elles dormaient.

M : et c'était Carine qui s'occupait des enfants ?

S : Oui elle s'occupait de bon... elle avait disons carte blanche en quelque sorte, elle s'occupait de la maison entièrement bon bien sûr que ce soit peinture ou qu'il y avait autre chose ou quoi que ce soit c'est elle qui s'occupait de la maison.

M : Même la peinture ?

S : Bon les commissions on allait les faire ensemble car c'était moi qui prenait la voiture.

M : les courses ?

S : Les courses oui, moi je prenais la voiture mais sinon si y avait des choses à faire si par exemple, si le chauffage tombait en panne ou quoique ce soit, c'est moi qui m'en occupait, ou bien sur mon beau père si c'était bien sur relié à son domaine.

M : tout ce qui est bricolage les femmes n'ont pas envie de faire ?

S : bah c'est normal aussi, moi je sais très bien, on a acheté notre maison en réalité on a acheté une maison à Bredene disons quand j'étais, la première fille elle est née on été dans un appartement encore, bien sûr je continuais à travailler, je gagnais assez bien alors ce qui s'est passé on m'était une partie à coté, puisque bon ce n'était pas une dépensière on faisait attention à l'argent ça veut dire on avait calculé un budget , c'était bien, on dépensait pas plus et tout le restant on mettait ça à coté on mettait ça sur un compte et ensuite on achetait une maison un peu plus loin sur Bredene pour élever les enfants. Ça veut dire avec un petit jardin, bon bien sur avoir une petite maison comme ça à la côte ça coûte toujours cher. Bon bien sur j'ai acheté une petite maison et cette maison avait beaucoup de travaux à faire, et puis les travaux.....J'ai demandé à des beaux-frères j'ai demandé à la famille de temps en temps qui venait donner des coups de mains.

M : Sa famille à elle ?

S : Oui sa famille à elle pour donner un coup de main, par exemple, bon par exemple la terrasse ça je l'ai fait tout seul mais par exemple la toiture j'avais un beau frère qui était couvreur dans le bâtiment alors lui il a su m'apporter un camion, on a su faire tout ça tout seul.

M : parce que tu n'avais pas le temps ou ?

S : je n'avais pas le temps de quoi ?

M : tu n'avais pas le temps de le faire ?

S : Si, je participais aux travaux mais euh bien sûr à ce moment-là je demandais congés et bien sûr je devais les avoir c'était obligatoire et à ce moment-là je travaillais encore à la maison les gros travaux...

M : C'était quoi le problème alors ?

S : C'est le problème c'est après, c'est arrivé plus tard toute ces choses, le problème c'est que ce sont des choses qui... moi je continuais à travailler après je me suis mis euh.... Je travaillais toujours dans une entreprise, je travaillais avec un travail complémentaire.

Ce qui se passe c'est que j'étais indépendant, j'achetais du poisson dans la poissonnerie où je travaillais et j'allais le vendre. Ça veut dire que j'ai créé une tournée et je partais vendre mon poisson mais j'avais créé, disons que j'avais créé une

tournée mais j'avais un contact avec la clientèle, je vendais aussi avec des restaurateurs sur Bruxelles...

M : et ça prenait encore plus de temps, de travail ?

S : Exactement, ça me prenait encore plus de travail... De temps, car maintenant ça me donnais du travail, en plus le weekend supplémentaire.

M : Et donc c'est là que ça a commencé, y'a pas de raison principale pour laquelle ?

S : mais son but à elle, comme son but à moi c'est de quand même réussir dans la vie. Pour elle, elle n'avait pas de métier, elle ne savait pas quoi faire, comment faire, alors ce qui s'est passé, elle a essayé de faire plusieurs tentatives de faire quelque chose, elle n'a jamais été jusqu'au bout.

Pourquoi ? Car il y a eu des problèmes, elle n'a jamais su passer les problèmes....

M : Quel genre de problèmes ?

S : Ses problèmes que ce soit une entente avec des collègues, que ce soit sur le travail, que ce soit professionnellement elle n'était pas à la hauteur ou soit qu'elle n'aimait pas.

M : Ce n'est pas parce qu'elle avait les enfants qu'elle a essayé de s'occuper de rester à la maison ?

S : Disons qu'une fois que les enfants sont arrivés à un âge de 10 de euh de même 8-9 ans ils étaient à l'école, ils n'étaient plus souvent malades, elle pouvait avoir un travail alors elle essayait de s'occuper car rester à la maison ce n'est pas non plus quelque chose... faire à manger etc. ça va quelques années mais après c'est fini tout ça. Alors bon bien sûr elle a essayé de faire un petit travail complémentaire.

M : Toi tu voulais qu'elle travaille ou pas ?

S : Moi je lui ai dit tu fais ce que tu veux, essayes quand même d'avoir quelque chose qui soit compatible avec mon travail pour qu'on puisse essayer de se voir le weekend et je rentre à la maison et que tu sois là quoi.

M : tu n'avais pas de préférence qu'elle soit à la maison ou qu'elle travaille ?

S : Ah non non non, tu fais ce que tu veux la dessus je lui dis, je lui ai même donné une grande liberté, je lui ai dit tu fais ce que tu veux dans la journée essaye juste de t'arranger que....

M : Et c'était ça du coup qui fait qu'il y a eu...

S : nan

M : C'était quoi alors ?

S : Le problème c'est que j'ai continué en BBgroup et j'ai essayé d'être en quelque sorte, je voulais être euh... Passer le premier pas, prendre toute l'indépendance, je voulais être totalement indépendant de tout le monde, mais je ne connaissais pas encore mes capacités alors bon bien sûr, après je me suis rendu compte que j'étais capable de m'occuper des achats, de la vente, de la distribution euh de la facturation.... Bon bah là ça c'est... ça c'était différent alors là j'ai dit bon maintenant comme mon but à moi, et comme j'avais été jusqu'au bout et j'avais réussi, j'avais dit, maintenant c'est à toi... son envie c'était aussi d'être indépendante de travailler ensemble. On avait toujours discuté là-dessus que bon ce serait bien de se retrouver, de travailler ensemble, alors ce qui s'est passé, euh ... j'ai trouvé un associé. J'ai trouvé un associé, c'est là que j'ai dit que bah écoute on a qu'à essayer de faire quelque chose à quatre.

M : à quatre ?

S : Oui car l'autre couple été dans la restauration et nous on était aussi de la restauration hein.

Alors bon il faut se rendre compte et en plus c'était quelqu'un, c'était un français que je connaissais déjà depuis... que je livrais déjà depuis... je l'ai rencontré à Ostende, pratiquement au même moment que, elle je l'a connaissais alors, mais alors on s'est rencontré de nouveau et pour finir c'est devenu un de mes client, alors ça faisait déjà des années... fin une année et demi que je côtoyais tous les jours puisque j'allais le livrer et on discutait.

M : et ça lui a pas plu ?

S : lui par contre il ... il avait du mal à passer le premier pas, il a toujours travaillé pour des patrons et ce qu'il se passe, je lui dis écoute, moi maintenant je connais toute les ficelles j'ai dit, on peut faire quelque chose, je dis aller, ça t'intéresserai pas d'ouvrir un restaurant ? Et puis on se lancera à 4 ce serait bien de voir pour travailler ensemble et de pouvoir aussi prendre des vacances alternées, l'un il tient de commerce, l'autre part en vacance et ce serait bien.

M : c'est Carine qui a refusé ? Ça ne lui a pas plu ?

S : euh.... C'était dur.

C'était dur de retrouver dans le métier de la restauration...

M : pour elle ?

S : pour tous les deux. Pour moi aussi.

M : pourquoi ?

S : bah disons que la première chose.

M : vous avez pris la décision ?

S : Disons..... Il y a un gros problème, tout ça en réalité c'est un accumule, le problème c'est qu'on s'est directement, on a fait l'association, on s'est installé, on a fait..., ce qui se passe c'est moi bien sur je ne pouvais pas gérer ce qui s'appelle ma société, j'avais, je travaillais, et je travaillais dans l'entreprise ou je travaillais. Et alors j'ai dû donner ma démission mais tant que l'entreprise, j'avais quand même un poste qui était assez important dans l'entreprise où je travaillais puisque je m'occupais de la clientèle, j'avais à peu près 2500 clients dont je m'occupait et puis bon bien sur ce qu'il se passe c'est que je m'occupais aussi d'envoyer des tournées, alors bon bien sur euh ce qu'il se passe, le temps de trouver quelqu'un qui me remplace..., c'est arrivé quand même assez vite, j'ai quand même été soulagé là-dessus, et en même temps je me suis occupé de la vente, de ma clientèle mais moi j'étais pendant un mois, un mois et demi comme ça.

M : D'accord mais j'ai toujours du mal à comprendre qu'est ce qui a fait que la relation s'est dégradée entre vous deux ?

S : ce qu'il se passe pour moi.

M : pour toi en tout cas

S : ça m'a envoyé des choses négatives, je ne supportais plus grand-chose non plus, le travail c'était devenu dur et des fois bon bien sur euh bien sur son côté négatif. Elle avait un côté négatif, ce n'était jamais assez positif, elle n'allait jamais jusqu'au bout, bien sûr je me suis rendu vite compte de ça, et bien sûr c'est elle qui a craqué en premier et ... C'est à cause de ça. Elle ne savait plus supporter le reste.

M : Comment elle a craqué ?

S : Elle a craqué tout simplement parce qu'elle voyait, qu'elle pouvait, qu'elle avait un salaire, qu'elle pouvait avoir une indépendance, je pense que...

M : Elle n'avait pas de salaire ?

S : non elle n'avait pas de salaire, on avait de l'argent ensemble. Ça veut dire que tout l'argent que je gagné on mettait sur des comptes et c'était à nous deux. Une fois qu'on a ouvert la restauration on a fait : chacun avait son salaire, elle a commencé à avoir l'argent, là elle a commencé à écouter elle a commencé à vouloir prendre de l'indépendance c'est-à-dire, je veux un compte à mon propre nom, Ce sera mon compte à moi. C'est là que ça a commencé des choses que j'ai remarqué comme ça, j'ai dit bah tient la y'a un problème quelque part et dans sa tête elle-même elle était indépendante. Bien sûr....

M : Elle est flamande ou francophone ?

S : flamande.

M : D'accord flamande, il n'y avait pas aussi au départ, le problème de la langue ? Elle parlait français quand même ?

S : Elle parlait très bien français.

M : D'accord et du coup c'est en fait c'est lié, c'est très lié à la vie professionnelle quand même, enfin votre divorce ?

S : c'est un peu la vie euh... professionnelle et privée en même temps.

M : au niveau du couple y avait quelque chose de vraiment de.. Il y a eu d'autres facteurs déclencheurs du divorce ?

S : La vie n'est pas toujours.... Euh Elle n'est... il n'y a pas toujours du beau temps.

M : Non mais je veux dire est ce qu'il y a quelque chose de très grave comme par exemple, j'ai eu par exemple des couples...

S : Des bagarres ?

M : non non des couples avant, des pères qui m'ont dit qu'il y a eu des histoires de...fin leur ex-épouse les avait trompé avec quelqu'un ou euh....

S : bah en réalité là-dessus nous, fin moi je n'ai jamais l'occasion, aller je n'ai jamais voulu aller à droite à gauche, c'est quelque chose qui ne m'intéresse pas j'ai eu des opportunités. Je pensais que ma femme aurait pu faire la même chose mais elle ne l'a pas fait.

Là-dessus y'a personne qui s'est mis entre deux.

M : non mais je veux dire au niveau du couple il n'y a pas quelque chose de très privée, c'est plutôt les ambitions de la vie professionnelle, c'est là où elle a voulu être de plus en plus indépendante et c'est là que vous ça vous a embêté ?

S : bah disons ça m'a dérangé oui quand même, ça m'a dérangé parce que pourquoi, parce que je préférerais qu'elle me le dise directement, de faire les choses comme ça, je pense que ça aurait été plus facile.

M : et qu'est ce qui l'a pris principalement la décision du divorce ?

S : bah en réalité, en réalité bon bien sur elle a essayé d'aller... De faire, de continuer un petit peu ces choses-là, ça veut dire elle prenait les enfants, elle sortait toute seule,

elle a essayé de faire ce qui s'appelle bah maintenant... en réalité j'avais revendu ma camionnette, je me suis racheté une deuxième voiture, alors bon bien sûr en réalité à la place de faire les choses maintenant ensemble, en réalité on se divisait.

Alors c'est elle-même qui se séparait alors ce qui s'est passé, là ça a commencé à faire des problèmes dans le restaurant alors bien sur l'autre couple a profité pour En réalité à accélérer le mouvement. Eux ils l'ont, comment dire...Un petit peu Ils l'ont poussé à dire c'est vrai en quelque sorte pourquoi tu n'as pas profité de la vie, tu aurais dû faire ceci ou cela, ils lui ont monté la tête... ils lui ont monté la tête et elle a été directement dedans alors ce qui s'est passé c'est que ça a fait une petite bagarre à quatre.

M : A la fin...

S : ça a explosé dans tous les sens mais en réalité...

M : C'est elle a qui pris la décision du divorce ?

S : ah non non non, ce qui a fait, c'est ça c'est l'effet déclencheur alors au début ce qui s'est passé on a essayé de se remettre ensemble on s'est dit écoute on arrête le restaurant, on arrête tout on va travailler. On va dire moi je suis retourné dans le poisson, elle, elle a essayait de trouver un travail et on a ce qui s'appelle... Et après quelques mois disons, on a cessé le restaurant on a directement cessé, comment dire ça...

On a trouvé un compromis, on a revendu nos parts et puis euh... ce qui s'est passé....

M : à qui ? L'autre couple ?

S : Oui exactement. On n'est parti chacun... on est reparti à la maison, on a continué à vivre comme on vivait mais on a essayé de trouver un travail chacun.

M : Oui mais principalement, parce que là on va passer plutôt passer à la consommation principalement c'était un peu, c'était vachement lié à la vie professionnelle les histoires... Le divorce.

S : Oui mais ça a continué, on va dire qu'après elle a essayé de continuer à avoir les comptes séparés c'est à dire même l'argent qu'on avait récupéré à ce moment-là de... du restaurant, nos parts, elle a voulu qu'on le divise. Alors là ce qui s'est passé vis-à-vis de moi, moi j'étais quand même assez indépendant, je me suis dit là sylvain y'a bien quelque chose qui s'est passé, y'a y'a la confiance qui est rompue, c'est fini il faut faire attention.

M : Oui mais pourquoi la confiance a été rompu, c'est ça que je ne comprends pas....

S : bah moi vis-à-vis de ma part à moi.

M : non mais à ton avis pourquoi elle, qu'est ce qui a fait qu'elle a commencé à se séparer de cette manière.... Fin même à être indépendante de cette manière ?

S : Peut-être parce que moi ... Moi je n'avais pas d'amis, parce que je ne sortais pas avec les gens.... Ou quoique ce soit moi j'étais...

M : C'était quoi le lien ? Fin c'est parce que...

S : moi en quelque sorte je ne suis pas...

M : T'es solitaire comme personne tu as dit ?

S : Oui je suis assez solitaire, moi je fais confiance en personne.

M : et tu n'avais pas de vie sociale ? Ta vie c'était que le travail ?

S : bah disons que le travail, j'avais des collègues de travail, je m'entendais très bien avec. Des fois des petits problèmes mais bon ce qui se passe c'est que je ne voulais pas des amis qui rentre chez moi.
Hors de question.

M : Pourquoi ?

S : je n'ai pas confiance.

M : Pas confiance en quoi ?

S : Un ami je n'ai jamais eu d'amis et la plupart du temps les amis ceux... La plupart du temps on est étonné, on a un coup de couteau dans le dos, on ne peut pas faire confiance, en personne.

M : Donc toi maintenant tu ne fais confiance en personne ?

S : En personne.

M : Okay même avant ? Quand tu étais avec elle ?

S : Non je n'ai jamais fait confiance

M : Même en elle ?

S : Non j'ai essayé, j'essayais de cacher, j'avais une confiance mais toujours avec une méfiance.

Pour elle c'est la même chose.

M : Euh elle aussi ?! Elle se méfiait ?

S : Oui

M : Comment ça se fait ?

S : ça se fait parce que y a des traits euh... je n'ai pas toujours dit au bon moment, parce que pourquoi parce que ces choses-là aussi c'est important. Moi j'avais encore humm... Des, comment dire ça... j'avais une ex-copine qui m'envoyait des lettres sur le camping et je ne lui avais pas dit. La patronne a sûrement dû lui dire à elle et puis euh... elle l'a su et puis elle a fouillé dans mes affaires et elle les a retrouvés. Alors bien sûr... c'est difficile d'avoir confiance... Bien sûr d'un côté comme de l'autre côté, moi je... y'a des ... comment dire ça

M : Donc elle n'avait pas confiance, Okay mais toi du coup à la base tu, tu as eu une idée pourquoi tu as confiance en personne, pourquoi tu considères que tu n'as pas de vrais amis ?

S : Car la plupart du temps on est toujours trahi

M : c'est par rapport à ton enfance tu crois ?

S : Non.... Non c'est avec tout ce que je vois, tout ce que j'ai vécu.

M : C'est ta personnalité, tes expériences de la vie qui ont fait que..?

S : Voilà en fait oui.

M : Okay et donc le divorce tu l'as vécu comment en fait... tu avais quel âge quand tu as divorcé ?

S : bah disons ce qu'il s'est passé, hum....au fur et à mesure on sépare un peu les choses et puis bon après on avait essayé de décider de refaire notre vie ici en France alors on a essayé de trouver quelque chose.

M : Avec elle aussi ?

S : Avec elle oui toujours, avec elle oui parce qu'on a essayé de retrouver en quelque sorte une confiance et des biens, alors on s'est dit bah écoute elle avait.... Je la suivais souvent sur ces idées je disais pourquoi pas... Euh un peu difficile, je lui demandais toujours de me convaincre alors bon bien sûr, elle me disait : bah écoute j'ai trouvé un moulin en France, tu ne voudrais pas qu'on aille visiter, alors on a été visité dans la Somme ici les maisons, des moulins, et puis pour finir on a continué les recherches et puis on a été jusqu'en Bretagne. Et là ce qui s'est passé, on avait vu une maison, du moins un moulin là- bas en Bretagne, et puis on s'est dit tiens ça on va l'acheter, on va revendre notre maison on va partir en France, refaire notre vie mais c'était une

maison très éloignée de la ville, du village, c'est ce qu'on voulait, chercher la solitude pour essayer de se remettre ensemble.

M : Donc voilà, on ne va pas rentrer beaucoup dans les détails de la vie du couple, on va passer au divorce parce que évidemment après, j'ai compris que donc y'a eu comme à peu près dans tous les couples ; des montées et des descentes, ça fait partie de la vie de tous les couples et d'après, forcément après y'a eu des tentatives de remettre les choses sur le bon chemin mais ça n'a pas marché donc apparemment, et donc vous personnellement, le divorce vous l'avais vécu comment en fait ? C'était ... Tu avais quel âge ?

S : Bah ce qui s'est passé... Le divorce s'est passé en 2009.

M : 2009 Okay, tu avais quel âge ?

S : Bah disons j'avais ...2009, 71... j'avais 38 ans. 38 ans, bah disons ce qui s'est passé, on repartait sur des projets, ça veut dire que notre maison s'était vendue et puis on était en train de faire construire à De Hann, alors on était reparti sur des projets, c'était quelque chose de positif mais bon... ça pouvait aller et au niveau travail, elle a trouvé un travail dans une fabrique, elle a rencontré quelqu'un là-bas et puis euh elle pensait peut-être sa vie était plus belle... et puis voilà bon bah ce qui s'est passé

M : Vous étiez encore ensemble ?

S : On était encore ensemble

M : C'était où ? En France ?

S : Non en Belgique, ici, parce qu'en réalité on n'a pas pu acheter la maison en France.

M : Donc ça c'est un peu ça l'une des raisons principales, elle a, elle a rencontré quelqu'un

S : Après elle a rencontré quelqu'un.

M : tout en étant marié avec toi ?

S : Oui.

M : Voilà, Okay, et donc elle a pris la décision de partir

S : Non bah ce qui s'est passé, elle a rencontré cette personne-là, bon bah moi, moi je suis rendu compte qu'elle avait rencontré quelqu'un et puis ce qui s'est passé je n'étais pas non plus tellement sympa puisque dans le nouveau travail que j'avais retrouvé je travaillais juste mes heures et puis bon bien sûr, je faisais mes heures je faisais souvent des heures supplémentaires, mais toutes les heures que je faisais supplémentaires je les récupérais, je prenais des congés quand je voulais alors bien sûr pendant ces journées de congés là j'ai pensé à faire mes hobbies, ça veut dire que j'aimais bien sortir, j'aimais jouer aux échecs, je sortais.

M : bah Anthony m'a parlé de ça, on en parlera plus tard après l'entretien.

S : Alors ça bien sûr, comment dire ça, ça fait boule de neige, ça veut dire que ça crée plus de problèmes, et c'est là que bon bien sûr, elle a décidé, bon bah de se mettre avec quelqu'un d'autre et là on s'est séparé pour être sûr.

M : Okay, là on va passer au divorce et après le divorce, on ne va plus revenir vers ce qui a fait que vous soyez divorcés, en fait vous, donc tu avais 38 ans et le divorce tu l'as vécu comment, est ce que s'était un soulagement, est ce que c'était difficile ?

S : C'était les deux, c'était les deux parce que je faisais encore une partie confiance euh... au moment, à ce moment puisque en réalité, en prenant une petite distance je pensais qu'elle allait revenir, j'attendais ça, qu'elle revienne. Repartir du bon pied, être sur et là j'aurai vu quelque chose de positif en elle mais là, tout le contraire c'est elle qui a préféré s'éloigner, de trouver quelqu'un d'autre et puis en quelque sorte moi, j'ai accéléré les choses, ça veut dire qu'une fois qu'elle était sûr d'avoir trouvé quelqu'un, j'ai fait tout ce qu'il ne fallait pas faire pour pouvoir l'énerver plus, de lui dire qu'elle parte et puis d'un moment à un autre...

M : Tu as tout fait pour l'énerver plus ?

S : oui j'ai tout fait pour l'énerver... Pour qu'elle parte, et puis en même temps, et puis après une fois qu'elle avait planifié tout ça, c'est là que j'ai dit tu prends toutes affaires et tu t'en vas.

M : D'accord.

S : j'ai dit tu prends tout, j'ai dit tu prends, tu pars, les enfants tout ça, Bah disons qu'on avait discuté de ça, parce que...

M : Tu lui as dit de prendre les enfants aussi ?

S : Bah disons qu'on a du discuter de tout ça au niveau du divorce histoire de dire, de clarifier tous les, bon l'argent qu'on avait épargné, la maison et puis ce qui se passe en même temps les enfants, alors en réalité on est parti chez le notaire faire un contrat à l'amiable.

M : Donc 2009 y'a eu quoi ? Pour la garde des enfants c'était comment ?

S : Bah disons que c'était logiquement ma femme qui devait les avoir, c'est ma femme qui devait avoir les enfants elle devait s'occuper des enfants et puis elle avait pris, tout ce qui avait dans la maison...

M : Pourquoi vous avez décidé comme ça ?

S : Parce qu'en réalité je voulais reprendre les choses en mains, ma vie en quelque sorte.

M : *c'est à dire ?*

S : ça veut dire que moi je voulais repartir de zéro je voulais tout recommencer.

M : *tu ne voulais plus de tes enfants ?*

S : Nan, plus d'enfant ce n'est pas ça, c'est plus d'avoir, plus de souvenirs, pas de chercher à comprendre mais les enfants en réalité je voulais.... Je ne les voulais plus pour pouvoir dire qu'il revienne chez moi parce que je savais que mes enfants ils m'aimaient bien, ils aiment bien leur mère mais je ne sais pas j'ai l'impression d'avoir un petit plus que leur mère et je profite de cet avantage-là.

M : *un petit plus c'est à dire ?*

S : bah j'ai l'impression qu'elles m'aiment plus que leur mère

M : *et qu'est ce qui fait que vous avez cette impression ?*

S : Je ne sais pas.... Je n'ai pas, peut-être parce que je suis franc, je suis franc je leur dit comme je pense, comme je suis.

M : *Après est-ce avec les enfants la relation c'était comment, même durant le mariage c'était comment en général ?*

S : bah disons que je n'avais pas assez de liens avec mes enfants.

M : *Ah oui ? Même à la fin quand elles ont grandi et tout ?*

S : Bah disons que... Non ce qui se passe je n'avais, je ne les voyais pas suffisamment car je travaillais beaucoup et ce qui se passe je ne les voyais pas suffisamment mais le problème c'est que ma femme voulait que je joue le rôle de père, le rôle de père elle voulait en quelque sorte elle voulait que je sois un peu plus sévère avec les enfants, elle voulait ces choses-là. ça c'est quelque chose que je n'ai pas apprécié dans ma vie parce que moi quand je rentre à la maison j'aimais bien les voir, et il venait « ah tu les excites ils doivent aller coucher et ceci » moi j'aimais bien les avoir sur moi, j'aimais bien rigoler un petit peu avant qu'il parte coucher, parce qu'une fois qu'il sont arrivés à 7-8 ans, c'est là comme père, c'est là qu'on profite de nos enfants, quand ils sont .. une fois qu'il y a eu l'accouchement une fois qu'ils passent 1 an - 2 ans 3 ans, on en profite pas suffisamment, je n'avais pas pu en profiter suffisamment mais ce qui se passe ce n'est pas la même chose, mais après j'ai... y'a autre chose, bon c'est vrai que cette étape là que je préfère le plus, une fois qu'ils ont changé les couches

c'est pas pour moi mais par contre, allez m'amuser avec les enfants c'est ce que j'aime bien.

M : pour toi parce que... ça c'est intéressant, pourquoi leur première partie de leur vie ce n'est pas là où on profite, tu dis que le père profite de ces enfants ?

S : c'est quelque chose que je n'aime pas entendre les enfants pleurer. C'est quelque chose que je ne sais pas faire, je ne sais pas m'en occuper, je n'ai pas appris ; et la plupart du temps je pense que j'ai... C'est peut-être parce que j'ai entendu beaucoup des enfants pleurer quand j'étais chez la nourrice.

M : D'accord, et tu trouves que ce n'est pas le travail du père de faire c'est à la mère de faire ça, de s'occuper des bébés quand ils sont encore bébés ?

S : Avant oui maintenant non, je ne pense plus comme ça, avant je ne l'acceptais pas, ce n'était pas... Je pense que ce n'était pas pour moi de le faire.

M : C'est parce que c'est toi ou c'est parce ce n'est pas au père de le faire c'est à la mère de le faire pour toi, avant.

S : Avant pour moi c'était logique que ce soit la mère qui le fasse.

M : D'accord et du coup tu ne le faisais pas ?

S : Ah non je ne le faisais pas mais euh je lui expliquais, je lui avais dit

M : ça l'embêtait ou pas ?

S : Il arrive un moment avoir, surveiller les enfants ça devient lourd.

M : Et elle.... C'est ça en fait, elle.... Au niveau de la présence et tout elle a des choses à te reprocher ?

S : Ah oui, ça oui.

M : elle te reprochait quoi ?

S : Euh de ne pas être présent assez souvent à la maison, de ne pas aller, garder de temps en temps les enfants, s'en occuper, de n'avoir même... Tout simplement une fois changer la couche c'est quelque chose qu'elle me reprochait.

M : Elle faisait tout en fait ?

S : Oui, elle faisait tout...

M : A la maison elle faisait tout ?

S : oui elle s'occupait des enfants, les nourrir, tout tout.

M : *Et même tu penses du coup, comme tu dis, comme tu as changé d'avis que tu penses aujourd'hui que c'est au père comme à la mère de changer, enfin de s'occuper des enfants etc. ?*

S : Maintenant je ferais, je ferais par exemple je jouerais un peu plus le rôle de père, ça veut dire que j'aiderais, si, j'aiderai ma... compagne à eux bien sûr euh... J'ai participé à l'accouchement mais c'est vrai bon bien sûr que maintenant je, si je... je le ferai je le ferai je le ferai parce que j'ai la maturité pour ça, avant je n'étais pas assez mûr pour ça...

M : *c'est sûr tu avais 24- 25 ans ?*

S : elle avait, disons que Julie, elle est née j'avais 24 ans.

M : *Hum 24 ans mais hum... Est-ce que tu le ferais, tu dis que tu le ferais, tu le dis parce que tu sais que tu n'en auras pas des bébés encore ?*

[Rire]

S : C'est une bonne question mais euh non je le ferais quand même, e je le ferai parce que ...

M : *Et donc du coup tu dis aujourd'hui que ... je ne jouais pas forcément le rôle du père ?*

S : oui ça c'est vrai, et je prenais l'excuse aussi que je travaillais beaucoup.

M : *C'était une excuse ou une réalité ?*

S : C'était une excuse....

M : *Le travail c'était une excuse pour échapper.....*

S : C'était une excuse mais aussi une réalité car le travail c'était une réalité quoi, parce que le travail était obligé.

M : *Okay on est bien d'accord, mais c'était une excuse dans le sens où, le travail pour échapper à la vie familiale ?*

S : Oui.

M : *Pour que tu t'occupes de tes enfants et tout ?*

S : En quelque sorte oui...

M : D'accord et donc tu trouves que Carine, elle était la mère et le père, à ton avis à un moment donné ?

S : Oui, mais euh le père non, puisque elle me disait quand même souvent quand il y avait quelque chose à décider, de prendre quelque chose de fort, la plupart du temps c'était pour moi, et c'était moi qui devait déterminer bien sûr une décision, que ça devait faire moi, qui devait faire les punitions ou faire les choses comme ça, la plupart du temps c'était pour moi.

M : c'était toi qui décidais ?

S : C'était pour moi, décider, ce n'était pas moi qui décidais, c'était elle qui disait qu'il fallait faire ça, c'est elle qui prenait les décisions de ça.

M : c'est elle qui décidait que tu décides ? (rire)

S : Euh que je prenne, que je fasse, que je fasse les punitions oui, c'est moi qui disait bah écoute, que Julie, bon bien sûr elle était assez turbulente, euh si elle avait, si elle était malpoli, si elle ne rangeait pas sa chambre si y'avait ceci ou cela, qu'elle ne travaillait pas bien à l'école c'est moi qui devait donner les punitions tout simplement.

M : Et la décision c'était pas toi qui la prenais, c'était Carine qui te disait... ?

S : Oui, au début mais des fois avec tout simplement un regard elle me faisait comprendre que je devais réagir.

M : et pourquoi, toi, tu obéissais ?

S : Pour faire... Pour lui faire plaisir à elle.

M : à Carine ?

S : Oui.

M : Okay, et euh donc après donc, elle s'est mis avec quelqu'un, toi tu t'es mis avec quelqu'un depuis, ou tu t'es remis avec quelqu'un ?

S : Bah je me suis remis avec plusieurs personnes mais...

M : vous n'avez pas vécu ensemble.

S : Euh en réalité, on a été allé, je partais le weekend, j'allais la bas, mais le problème c'était bien parce que je n'avais pas les enfants avec moi, en réalité à ce moment ce qui s'est passé, Julie, disons que les enfants sont partis avec...

M : c'est ça en fait, il faut qu'on revienne à la notion de la garde des enfants car ça c'est important, donc dès le départ, en résumé elle c'était quoi ? C'était comment une semaine une semaine ?

S : Bah disons que non, en réalité disons qu'on avait le contrat, on avait fait, je ne pouvais seulement les avoir 2 weekend par mois.

M : D'accord mais en réalité qu'est ce qui s'est passé ?

S : En réalité ce qui s'est passé, c'est que, bon bien sûr, les ils sont partis tous, à 4, ça veut dire, Carine, Julie, Marie et son nouveau conjoint. Ils sont partis tous vivre dans une maison et ce qu'il s'est passé assez... assez éloigné de la ville. Bon bien sûr nous on avait, bien sûr on avait à ce moment, on avait vendu notre propre maison on avait loué une année une maison sur Ostende, bon bien sûr moi je n'avais plus rien à la maison, elle avait pris tout, je lui avais tout donné, ça veut que ce soit du lit, les tables, les chaises les verres tout.

M : A qui ? A Carine ?

S : Oui, elle avait tout pris, tout pris, il ne restait plus rien chez moi. Plus rien je n'avais plus un franc j'étais, j'avais tout donné, tout était parti. Alors ce qui s'est passé bon bien sûr, c'était en même temps pour pouvoir échapper aux enfants, ça veut dire même aux enfants j'ai été très méchant avec eux.

M : Toi tu voulais échapper...

S : Oui je leur ai dit, papa ne vous aime plu, maintenant vous partez avec maman. Parce que c'est elle qui voulait les enfants.

M : c'était après le divorce ?

S : Pendant la période du divorce, alors j'ai dit ça aux enfants.

M : toi tu ne les voulais vraiment pas ?

S : Si si ! moi je savais qu'ils allaient revenir mais moi, j'ai j'ai plafonné tout, en quelque sorte moi je les ai foutu dehors, j'ai dit tu prends tout, elle est partie chercher une remorque, elle a tout mis dans la voiture, je lui ai donné un coup de main, je lui ai dit vous partez je ne veux plus vous voir et hop ils sont tous partis et ils sont partis parce que j'ai attendu jusqu'à tant qu'elle trouve quelque chose et à ce moment-là euh moi, j'ai eu le temps de préparer tout le plan parce qu'en réalité j'étais, j'avais comment dire ça, j'avais des gens qui me disait un petit peu y'a ceci, y'a cela

M : c'est-à-dire ?

S : bah je savais qu'elle avait déjà trouvé une maison, qu'elle allait vivre avec cette personne là et Et puis elle discutait.

M : *Comment tu savais qu'elles allaient revenir, les enfants ?*

S : Parce que les enfants ils m'aiment bien, ils ne me connaissaient pas suffisamment.

M : *Et euh....*

S : Parce que les enfants aiment bien leurs parents, que ce soit leur mère comme leur père, c'était obligé.

M : *Et donc elle est, et c'est quand que vous avez une garde vraiment alternée ?*

S : Disons, ce qui s'est passé le problème, c'est que une fois disons, qu'ils ont habité là-bas, ils étaient à 4, le problème c'est, ce qu'il se passe le conjoint n'accepte pas tellement les enfants.

ça veut dire que j'ai ma fille qui joue de la musique, elle fait du bruit et elle a besoin de jouer du piano, elle joue du piano donc bien sûr, ça ne lui convient pas quand il regarde la télévision, il faut bien se rendre compte que eux rentrent de l'école, eux rentrent du travail, ils veulent avoir du calme mais on est à 4 à vivre hein ?

Moi ma fille quand elle frappait du son avec son piano j'étais content elle continuer à frapper ce n'était pas un problème alors ce qui s'est passé toute ces choses-là, ça ne plaisait pas ça créé des chauds et des froids là-bas, alors ce qui se passe c'est que les enfants sont revenus à la maison. Ils sont revenus chez moi, j'ai eu le temps de me préparer de me remettre euh.

M : *De préparer quoi ?*

S : Bah j'ai dû racheter, bon bien sûr je devais accueillir mes enfants, racheter des lits, racheter tout ce qui faut à la maison, les casseroles, les couverts tout ce qui fallait, et ce qui se passait c'est que les enfants ont appris à me connaître, on faisait ça ensemble aussi, ça veut dire qu'on allait choisir ce qu'il fallait dans ma maison tous ensemble.

M : *Elles avaient quel âge, là à peu près ?*

S : A ce moment elle avait à peu près 12-14 ans

M : *12 14 ans Okay.*

Et donc bah là on va passer plus au côté qui nous intéresse vraiment donc surtout, donc c'est en terme de consommation de votre vie quotidienne etc. donc là on va prendre en compte que le temps où elles sont là, voilà, comment vous faites, façon tu... tu me diras quand par exemple, on va faire une petite comparaison tout à l'heure par rapport à avant, est ce que déjà après le divorce il y a eu en tant... Déjà pour toi, une différence au niveau de la consommation quotidienne déjà avant le divorce qui est-ce qui faisait les courses ?

S : Les courses on les faisait toujours ensemble

M : *Ensemble ? C'est elle, comment ça, ça se passait comment ?*

S : Ca veut dire que je rentrais à la maison, avec la voiture, et puis c'est là qu'on avait la possibilité

M : *Quand tu rentrais du boulot et y'avait une journée précise de la semaine ou non ?*

S : Bah disons que oui, la plupart du temps c'était le samedi.

M : *C'était le samedi, parce toi tu travaillais quand même le samedi, mais c'était parce que tu rentrais plus tôt, un peu, peut-être ?*

S : Euh non parce que chez nous les magasins sont ouvert un peu plus tard mais disons ici aussi ils sont ouvert tard mais allez, la possibilité le vendredi ça doit ouvrir jusque 21h et puis euh...

M : *oui le weekend c'est un peu plus.*

M : *Et donc c'est elle qui décidait toutes les semaines c'est ça ? Toutes les semaines vous faisiez... une fois par semaine ?*

S : bah oui il fallait faire une fois par semaine quoi, de toute façon nous on n'avait pas suffisamment pour pouvoir stocker de la marchandise, et on est, nous on est quand même des consommateurs de produits frais, en étant cuisinier on n'est pas des personnes à congeler et.... Décongeler et utiliser la microonde ce n'est pas notre style alors on aime bien les produits frais.

[Rire]

S : non mais ça dépend des gens, moi quand j'étais jeune comme vous, une boîte de conserve j'étais content aussi avec des tartines et puis du beurre quoi et c'est tout après ça change.

M : *et qu'est-ce que j'allais dire, c'est elle qui faisait la liste et elle partait ?*

S : on partait ensemble, on partait ensembles.

M : *Mais elle faisait déjà les listes avant ou non, vous décidiez... c'est qui qui décidait ?*

S : bah on décidait la plupart du temps ensembles.

M : *ensembles aussi ?*

S : oui

M : vous faisiez les courses comme ça en magasin ou ... ?

S : Oui oui oui bon bien sûr elle aimait bien le poisson, on mangeait beaucoup de poisson, je lui ai appris à manger du poisson, d'ailleurs là-bas c'est elle qui m'a appris à le manger, car ici à Saint Amand les Eaux, le poisson ce n'est pas quelque chose qu'on mange facilement.

[Rire]

Mais Bon voilà et puis bien sûr, après tous les plats spéciaux qu'elle faisait dans la semaine elle prenait son vélo, on avait les petits magasins pas loin oui on avait même une petite supérette en traversant la route avec tout ce qui fallait.

M : Okay et donc et au niveau vestimentaire, pour les enfants c'est elle qui achetait les vêtements pour les enfants ?

S : bah on y allait ensemble pendant le weekend aussi

M : aussi ?

S : oui oui

M : et elle c'est elle qui décidait car ou surtout que c'est des filles....

S : oui

M : Après c'est elle qui décidait ?

S : Moi je n'avais pas vraiment le style de choisir des vêtements pour les enfants C'est elle qui décidait tout ça.

M : D'accord et toi ça ne t'embêtait pas, ça ne te dérangeait pas ? Peut-être au contraire ça te plaisait peut-être.

S : bah ça oui...

M : Ça t'arrangeait ?

S : Ca m'arrangeait puisque... Je n'avais pas.... Allez, je disais quand même mon avis hein quand elle essayait, car elle essayait devant moi tout ça qu'est-ce que tu en penses, bah je lui disais ça va bien et puis elle avait toujours des bons goûts alors là-dessus, ce n'était pas un problème ça n'était pas non plus limite mais on faisait attention quand même hein, puisque qu'on avait quand même des ambitions à ce moment-là on faisait quand même attention à l'argent et puis bon bien sûr faut voir c'est que on avait aussi des objectifs.

M : Et qu'est-ce que j'allais dire Pour vous vos vêtements c'est elle qui les achetait aussi?

S : non non non c'est moi qui choisissais...

M : Avec elle ?

S : oui oui oui

M : Et après le divorce alors comment ça s'est passé ?

S : bah après le divorce moi je continuais toujours à travailler sauf que j'ai changé de travail pour pouvoir essayer de travailler la nuit et m'occuper des enfants.

M : D'accord.

S : Alors je travaillais plus la nuit et comme ça ça me permettait le matin, elles prennent disons ça prend leur déjeuners tranquillement... elles n'ont pas de problème seule, elles prennent leur vélo, je me suis arrangé pour qu'elles aillent en vélo jusque l'arrêt de tram et elles prennent le tram elles vont jusque la gare... jusque la gare et après elles prennent le bus pour aller jusque leur école ou à pied ça dépend qui à ce moment, et elle s'arrangeait comme ça et ça se passait très bien et moi je m'arrangeait pour rentrer en début d'après-midi comme ça je faisais a mangé pour eux, et puis vers 5h30 on mange ensemble on discute et puis moi je m'en vais coucher. Voilà et on passe les soirées ensemble, ça c'est déjà quelque chose de positif et qu'on n'avait pas avant. Je me suis arrangeait comme ça mais bien sûr comme on vit seul on est obligé de travailler.

M : Oui donc tu travailles très tard la nuit ?

S : Oui oui oui je commence à 10h 11h de la nuit hein

M : D'accord tu fais quoi ?

S : Dans le métier du poisson, je découpe du poisson je m'occupe, bon ça dépend des fois, des achats ou pas... Mais là ce qui se passe, je travaille dans deux sociétés pour avoir des heures suffisantes quoi.

M : et jusqu'à maintenant ça continue comme ça donc... Là les filles sont principalement chez toi ?

S : Elles sont chez moi mais j'ai changé le système en réalité ce qui se passe, ce que mon ex me verse par exemple, la... pension alimentaire, la pension alimentaire en réalité je la verse à mes enfants, je leur ai ouvert un comptes elles n'étaient pas encore majeurs, j'ai ouvert un compte pour eux, elles avaient 16ans, à 16ans bah écoutez maintenant bah moi puisque j'ai fait changer le système je vous explique après, ce

qui se passe à 16 ans ce qui se passe maintenant vous pouvez avoir une carte , vous avez un compte je vais surveiller votre compte, cet argent là c'est ça, vous avez ça par mois et puis vous pouvez aller chercher vos vêtements, je dis quand vous rentrez à la maison je veux vos vêtements dans le sac avec des étiquettes, on contrôle si vos vêtements vous vont très bien si y'a pas de problèmes, et dans ce cas-là vous pouvez les avoirs, j'ai essayé , en réalité moi ce que j'ai vécu en étant plus jeune, j'ai essayé de leur apprendre, à avoir un petit peu une indépendance.

M : En fait ça c'est intéressant déjà, on va parler des courses alimentaires comment ça a changé, avant parce que c'était à deux, les courses alimentaires et après le divorce est-ce que c'était dur de choisir, de se retrouver seul à décider qu'est-ce que on va manger toute cette semaine ?

S : non en réalité c'était bien, on s'arrangeait très bien ensemble, on se voyait le weekend end et je m'arrangeais, ce que je faisais...

M : avec les filles ?

S : Avec les filles, je disais bah écoutez, inscrivez, toi tu choisis le menu du lundi et toi le menu mardi ,en réalité il faut jouer un peu comme ça, disons que avant... après le divorce ce qui s'est passé mon ex a fait pour dire qu'il y a un favoritisme avec la plus petite, et y'avait une jalousie entre la plus petite et la plus grande alors ce qui s'est passé avec le divorce... la plus petite elle restait un peu chez sa mère mais bien sûr la grande est vite revenue chez moi et ce qui se passe c'est qu'elle restait tout le temps, tout le temps tout le temps tout le temps, même le weekend end, elle ne voulait plus retourner chez sa mère alors ce qui s'est passé c'est que la petite elle a suivi, 2 mois après la petite a suivi, et à ce moment-là Marie avait 12 ans, et ce qui se passe, elle a dit, elle est revenue chez moi et on est resté ensemble et puis on... En réalité la vie c'est bien passé ensemble, la elles ont appris à me connaître et puis on s'arrangeait tous les trois et on disait chacun notre mot, chacun ce qu'on pensait, chacun ce qu'on voulait faire et puis ce qui s'est passé j'ai repris le droit de mes enfants puisque qu'ils vivaient chez moi pendant... 17 mois 18 mois et c'est là que j'ai pris mon avocat pour pouvoir remettre...

M : Depuis elles vivent chez toi ?

S : Non mais même avant elle vivait chez moi, mon ex profitait en quelque sorte, mon ex profitait que moi je continuais a payé la pension alimentaire, elles vivaient chez moi, et elle gagnait de l'argent comme ça.

M : Ah oui mais euh donc voilà donc vous organisez, tu crois que... la décision des filles, ou leur participation dans l'organisation des courses alimentaires toujours c'était, elle est devenue plus important après, elle est venue vers le divorce on est bien d'accord ?

S : Oui bien sûr.

M : Parce que voilà, elles participent plus, elles organisent un peu les semaines, elles se partagent les jours et puis elles se disent ...

S : Chacun choisi son menu par journée, et c'est ça qui est agréable et après moi tous les jours je rentrais, je faisais les commissions avant, je passe devant les supermarchés, c'est une facilité incroyable chez nous en Belgique donc j'ai 4-5 supermarchés sur ma route, alors moi ce n'est pas un problème pour m'arrêter.

M : D'accord elles t'envoyaient la liste et toi tu ?

S : Non non non, la liste on faisait tout ça le samedi ou le dimanche, on faisait déjà les plus grosses commissions, mais on faisait les commissions ensemble à trois, et puis ce qui s'est passé le... la semaine je finissais d'acheter les provisions pour manger le plus frais possible car on aime bien manger frais.

M : D'accord donc elles décident, et toi bah il n'y avait pas des jours où tu décides ?

S : Ah si si si, des fois je faisais mon menu mais bien sûr j'ai appris aussi à connaître mes enfants et à apprendre aussi à faire les choses que les enfants décident, de plus je m'imposais en quelque sorte car avant je devais m'imposer de trop, et ce qu'il se passe là j'ai essayé d'apprendre, de jouer, un peu de souplesse.

M : D'accord et au niveau des courses vestimentaires surtout que c'est des filles tu n'avais pas du mal à assurer les courses vestimentaires ?

S : bah en réalité quand ils faisaient les commissions au début, bah ce qui se passait... Elle partait avec leur mère, je disais bah écoutez, partez avec votre mère, puisque je versais l'argent à ce moment encore, pendant, sur 18 mois, sur le compte de leur mère donc bien sûr c'est à leur mère... je disais bah écoute, ça fait déjà quelques mois qu'elles sont chez moi je paye tout, mais quand même pas les vêtements hein, quand vous avez besoin de vêtements vous vous arrangez avec votre mère, vous prenez rendez-vous vous y allez un weekend end la bas et vous allez faire les magasins.

M : C'est aussi parce que, il y a ça, enfin il y'a la question financière mais il y'a aussi le fait que vous, vous êtes, vous n'avez pas une idée, vous n'êtes pas doué pour aller chercher ou bien choisir des vêtements pour des filles de cet âge ?

S : je ne vais pas choisir car elles ont déjà leurs idées, leur mode, leur style, Julie à ce moment, elle était dans le noir, elle était.... Gothique. Alors ce qui se passe bien sûr on ne pouvait pas la faire changer de couleur à ce moment-là, c'est depuis ...9-10 ans c'était comme ça, elle aimait bien le noir, on avait du mal à la faire changer donc bah bien sûr.... C'était toujours la même chose, après bon, Marie c'était différent, là on pouvait changer un petit peu et puis maintenant c'est les marques, elles veulent ceci ou cela, bon bien sur.... Je ne peux pas... On ne peut pas imposer quelque chose, c'est eux qui choisissent.

M : Tu trouves qu'elles choisissent par rapport aux marques ? Par rapport à leur style ?

S : oui oui

M : Et tu trouves que tu n'as pas forcément d'influence sur leur...

S : J'essaye de jouer une influence, j'essaye d'avoir une influence sur des produits de qualité.

M : c'est-à-dire ?

S : Parce qu'elles essayent... bon comme elles gèrent un peu leur argent, elles veulent faire attention à épargner et acheter le moins cher, mais des fois acheter le moins cher ce n'est pas toujours de bonne qualité et ils se rendent compte qu'après quelques mois, bah que ça s'abîme vite et puis bon bah disons moi ce qui se passe c'est que j'ai dû apprendre un peu à faire un petit peu à faire la lessive et puis bon bien sûr il m'est arrivé quelques catastrophes, comme mélanger des fois des couleurs ou on mettait un produit un peu plus fort et bien sûr ça m'arrivait, bon bien sûr... je m'en rendais compte, quand tu achètes un produit cher, tu peux l'abîmer comme ça. Mais bon elle voulait un peu épargner et faire attention, et bien sûr des fois y'a des choses qui sont belle aussi mais le problème ça se garde pas longtemps, ça s'abîme très vite.

M : D'accord et jusqu'à maintenant elles font toujours les courses vestimentaires toutes seules, c'est ça ?

S : Oui, elles font ça toutes seules... disons au début, au début un peu seules, Marie elle avait encore besoin d'aide de sa mère, et puis moi je les ai poussé à faire des... mais y'a une jalousie qui est restée pas mal de temps à cause de ça, avec mon ex entre eux deux. Elles se sont bagarrées pas mal d'années hein.

M : Qui ?

S : Pendant 18 mois il y'a eu des bagarres entre les deux filles parce que y'avait une jalousie, Julie elle n'était pas contente que, bon bien sûr qu'elle profite de ça, sa mère lui donnait et elle a été défavorisé et ça, ça faisait une jalousie énorme... encore maintenant.

M : La petite était favorisée de la part de sa mère ?

S : Oui voilà jusqu'à temps qu'il y a eu le changement bien sûr de garde, que j'ai récupéré la garde j'ai ouvert leurs comptes et là, ça a permis de libérer un peu Julie, de prendre un peu de distance de s'acheter ce qu'elle voulait, bon Marie, elle avait encore besoin un peu de sa mère pour choisir un petit peu, je pense, et après moi j'ai essayé qu'elles se remettent ensemble. Ça veut dire que j'ai poussé toujours ensemble.

M : Tu trouves qu'elles se sont calmées ?

S : maintenant ?

M : Tu as réussi à les calmer ?

S : Oui, j'ai complètement réussi.

S : Elles se sont associées en quelque sorte, elles se sont mises l'un... là elles sont vraiment deux sœurs agréables qui se sont mises. Elles ont vraiment des liens ensemble là, c'est vraiment...

M : Okay

S : J'ai fait beaucoup de choses comme ça pour pouvoir essayer mais avant ça ne marchait jamais.

M : Parce qu'en fait ton but, c'est qu'elles soient indépendantes, qu'elles sachent un peu se débrouiller ?

S : Bah qu'elles m'aident et qu'elles comprennent et qu'elles puissent elle-même se prendre en main

M : Qu'elles comprennent quoi ?

S : Qu'elles comprennent que moi je ne peux pas toujours faire, et pas toujours être là, et faut quand même qu'elles fassent des décisions mais bon bien sûr que je veux les aider. Les aider dans la manière bon bien sûr, j'ai essayé de trouver des petits compromis comme je vous explique comme acheter des vêtements mais tu gardes les étiquettes et essayer de faire comprendre pourquoi ça va pas et pourquoi c'est pas bon .

M : En fait elles gardent les étiquettes, elles reviennent pourquoi ? Si jamais... si toi tu valides ?

S : Je mets mon avis

M : Voilà, en gros, toi tu valides un peu tu regardes si elles vont mettre jusqu'à maintenant c'est toujours comme ça ?

S : Non car maintenant ça se passe... pendant les première fois qu'elles ont acheté des vêtements eux même, j'ai donné directement des critiques : la taille, la qualité du produit, et puis bon après bon après au fur et à mesure elles ont pris l'habitude de faire leurs commissions ça fait déjà deux ans hein

M : Qu'est-ce qui a fait qu'elle ne ramène plus leurs tickets avec elle ?

S : Parce qu'elles choisissent bien. Ça veut dire que bon, à la place d'acheter un pull en viscose, elles vont acheter en laine, ça coûte un peu plus cher, elles ne dépensent pas non plus tout ce qui a sur leur compte, ça se passe très bien mais elles sont raisonnables, ça veut dire qu'elles ne vont pas venir toute les semaines avec des sacs. Ce ne sont pas des filles qui vont faire vraiment des magasins. Elles s'occupent, elles travaillent le weekend, bon disons que Marie, elle a travaillé cet été, un peu à droite à gauche et là elle a dit je veux ce qu'elle a dit, je veux un travail complet quelque part même pas aller dans un restaurant ou dans un magasin de vêtement, de travailler en intérim, elle veut vraiment trouver un petit travail régulier; et puis pour avoir ça toute l'année, même le weekend un petit peu, quelques heures.

M : Mais elles sont à l'école là ? Elles font quoi ?

S : bah y'a Marie, là, elle est en train de passer son bac. L'année prochaine elle veut apprendre vétérinaire

M : oui c'est vrai tu me l'avais dit

S : Et puis Julie, elle bah bien sûr elle s'est lancée dans la musique, elle a pensé qu'elle aurait pu continuer mais bon bien sûr elle n'a pas assez de talent, elle a bien travaillé, elle a bien évolué vu qu'elle fait depuis ses 7 ans, elle fait de la musique elle a fait son solfège. Elle a appris le piano...

M : Elle a eu son bac et maintenant elle travaille ?

S : Non, en réalité elle a redoublé deux fois. En réalité elle passe cette année le bac

M : Le bac avec sa sœur ?

S : Avec sa sœur. Alors bon bien sûr ce qui se passe... Mais elle fait de la musique, ça veut dire qu'elle fait plus des heures de musique que normalement quoi hein. Alors bon bien sûr, alors bien sûr elle est partie une année, ici, sur Gand pour ça, elle est dans un studio aussi.

M : Et au niveau du... en fait au niveau tout à l'heure tu m'avais parlé de la lessive etc., donc déjà les tâches ménagères, avant c'était avant le divorce c'était Carine qui les faisait ?

S : Avant le divorce c'était Carine qui le faisait.

M : Et toi tu ne l'aidais pas beaucoup ?

S : Pas du tout

M : Pas du tout ?

S : Pas du tout

M : Ni vaisselle, Ni ménage ?

S : bah la vaisselle on avait ce qu'il fallait alors ce n'est pas compliqué.

M : vous aviez un lave-vaisselle ?

S : Oui, on avait un lave-vaisselle, une micro-onde, tout ce qu'il faut, alors il faut plus qu'à repasser le linge, qu'est-ce qu'il faut faire, laver la maison elle n'était pas si sale que ça...

M : D'accord elle, elle faisait ça ? Toi tu n'as jamais passé...

S : Ah non, en faisant autant d'heure.... j'étais capable de le faire elle le sait très bien vu que je l'ai fait avant qu'on se mari, nettoyer une maison, ça s'est pas quelque chose qui est compliqué, repasser, c'est moi... elle m'avait déjà repassé mes vêtements car avant elle ne le faisait pas non plus, c'était moi qui le faisait quand on était sur le camping. Bon elle connaissait toute mes qualités...

M : Et après le divorce ?

S : Après le divorce ?

M : Oui tu faisais comment ?

S : bah après en quelque sorte, le divorce bah moi je me suis retrouvé tout seul puisque j'ai voulu être seul, c'est moi-même qui été obligé de le faire mais bon bien sûr j'étais tout seul je faisais le minimum. Bah le minimum je faisais parce que je faisais, je faisais une fois par semaine le ménage de la cuisine, nettoyer par terre bah je le faisais une fois par mois, et encore c'était un coup d'aspirateur pourquoi parce que je vivais dans une maison je n'avais juste le rez-de-chaussée à nettoyer puisque pourquoi ? J'enlevais mes chaussures en bas et ce n'était pas sale. Il fallait juste faire les poussières.

M : Ce n'était vraiment pas sale ??

S : Non ce n'était pas sale, je sais travailler proprement, respecter et puis voilà quoi. Et puis en étant, j'ai retrouvé en quelque sorte... j'étais célibataire je pouvais aller manger où je voulais, ça veut dire que j'allais manger une frite au coin, j'allais manger au restaurant une petite pizza et après je sortais quoi. Donc je pouvais faire comme je voulais.

M : Et le repassage pareil ? Après le divorce ?

S : Bah le repassage j'avais une planche, j'avais mon fer et puis ce n'était pas compliqué le matin ...

M : Ce n'est pas pénible de s'y remettre ?

S : non ! Pas du tout ! Le plus difficile c'était là, quand on était reparti sur quelque chose de positif et que ça a ... il a fallu quand même que je me dise non, c'était ça.

M : Quand ça ?

S : Au moment du divorce et que j'ai dit, au moment qu'on avait décidé cette vie-là c'est fini, ça va plus aller, c'était difficile, c'était quand même difficile.

M : D'accord et après, donc après l'arrivée des filles, après le divorce, et l'arrivée des filles, principalement chez toi. Donc là, est-ce qu'elles ont participé plus dans les tâches ménagères ?

S : Pas directement, pas directement puisque pourquoi ? Parce que ... Avec un peu de jalousie c'était individuel ça veut dire moi je nettoie juste ce que je sali et puis je ne fais pas ci, et parce que ma sœur qui l'a sali alors euh... C'est un peu difficile, alors moi je m'occupais en bas de la cuisine, je nettoiais un peu par terre mais pas... une fois par mois aussi.

M : [rire]

S : Bah oui mais allait il faut bien comprendre que ce sont les heures qui sont là, les heures et la fatigue. Bon allez, et c'est vrai que ce n'était pas trop sale.

Mais c'est vrai que ce n'est pas la grande classe, ce n'est pas d'être maniaque non plus. Y'a des gens... mon ex était maniaque c'était une vraie maniaque du nettoyage, c'était toujours nickel, et il fallait... même si tu prends ton verre tu le poses, ça fait une rondelle, 3 minutes après ça aurait été nettoyé mais là, c'était un peu l'extrême alors bon ce qui se passe moi je suis assez cool, je nettoie mon gaz une fois par semaine, une fois que j'ai fait a mangé toute la semaine, je nettoierai mon gaz le samedi ou le dimanche quand j'aurai un peu plus de temps. Alors bon bien sûr maintenant Julie, elle est dans son studio alors ce qui se passe, le nettoyage là-bas à faire, elle rentre le weekend, le vendredi soir bon bien sûr, il lui reste le samedi, le samedi elle va faire la musique elle rentre à 14h, bon de temps en temps elle va travailler au restaurant, elle revient bah elle n'aura pas le temps de nettoyer faut bien comprendre ces choses-là.

M : C'est toujours toi qui le fais ?

S : C'est moi et Marie mais comme Marie le fait de plus en plus je diminue un peu.

M : D'accord donc maintenant tu commences un petit peu à céder à la fille.

S : à céder pourquoi ? Parce que j'ai augmenté... Depuis quelques... Depuis un an et demi j'ai augmenté mes heures de travailles

M : Elle fait quoi Marie ? Elle fait la vaisselle, elle fait... ?

S : Non elle fait, elle nettoie le plan de travail du gaz, et puis elle fait, bon bien sûr on a un lave-vaisselle mais la vaisselle il y a toujours les poêles, y'a toujours des poêles à laver des choses comme ça quoi, mais elle comme elle aime bien manger des jus de fruit frais, tous les jours elle prend des fruits frais ce qui se passe, elle presse, elle est obligée de faire un peu son nettoyage et elle nettoie le reste en même temps.

M : D'accord et elle repasse maintenant elle commence à repasser tes habits ?

S : Ce que j'ai fait quand elles sont revenues chez moi, j'ai dit écoutez les filles je vous adore mais je ne peux pas tout faire, je vais laver votre linge mais le repassage mais il est hors de question.

M : toi, tu es là... tu les mets dans...

S : Je le lave, je tri le linge, les couleurs, je fais tout...

M : Jusqu'à maintenant c'est toi qui le fais ?

S : c'est moi qui le fais

M : Pourquoi ? Elles, elles ne savent pas le faire ?

S : Si, elles savent le faire mais ils ont assez d'occupation et je préfère qu'ils fassent... Moi tant que je fais, ils jouent de leur instrument de musique, ils s'occupent, il lise, ils étudient et ça pour moi je crois que c'est le plus important.

M : Tu trouves que tu gères ? Quand tu fais la vaisselle ?

S : Je n'ai pas le contrôle à 100% puisque je suis assez fatigué, je devrai le faire plus régulièrement mais je ne le fait pas régulièrement, c'est un peu de négligence mais bien sûr...

M : tu as du mal à jongler, on va dire entre la vie professionnelle la vie à la maison ?

S : Oui mais parce que pourquoi parce que j'ai pour l'instant oui. Parce que j'essaye de trouver ma stabilité tout simplement lorsque... Ce n'est pas une question c'est parce que je veux, je suis en entrain de faire un travail supplémentaire pour compléter... Pour m'embêter en quelque sorte quelqu'un c'est tout simplement pour ça.

M : Embêter quelqu'un ?

S : j'embête mon ex patron

M : Carine ?

S : Non mon ex patron. Parce qu'en réalité j'avais... Je travaillais dans une autre poissonnerie, je m'entendais très bien et ce qui s'est passé, je l'ai développé, j'ai fait pour dire qui se développe qu'il agrandisse, il a pu prendre des ouvriers, il a pu s'acheter une autre firme, il s'est agrandi grâce à moi et après il a acheté une machine il a voulu me remplacer et puis à la place de me dire Sylvain, écoute est-ce que tu veux regarder ou faire autre chose, s'arranger, qu'est-ce que tu veux faire, il a cherché des problèmes, il m'a cherché moi des problèmes et c'est là que je décide de l'embêter.

M : D'accord et en fait, pourquoi tu n'as pas pensé à avoir recours à une femme de ménage ?

S : j'y ai déjà pensé mais les filles elles n'en veulent pas ; en réalité ce n'est pas ça j'ai eu plusieurs, j'ai eu l'occasion d'avoir des autres femmes et puis en réalité elles ne veulent personne à la maison puisque on est bien ensemble.

M : D'autres femmes ?

S : D'autres femmes oui, on est bien à la maison. On est bien à la maison, à trois et ils ne veulent pas d'autres femmes, eux, elles viennent avec leur copain. Ils ont toute les deux leurs copain, ils ont tous les deux leurs copains, bon bien sûr la petite la dernière elles vient juste de se séparer, elles viennent avec leur copain, tout ça ; ça me dérange pas ils font comme ils veulent, je suis assez libre, quand elle veulent sortir, inviter des copines ou quoique ce soit je dis vous men parlez, je dois savoir où vous êtes tout simplement, le reste vous savez où elles sont les limites, ils font très attention je suis très content d'eux. Et... Bien sûr ils veulent personnes d'autres à la maison, non ce n'est pas possible alors je respecte ça.

M : Parce que pour toi, parce qu'en fait moi je t'ai parlé de la femme, de la femme de ménage, tu m'as parlé de la femme. [Rire]

Pour toi la femme c'est une femme de ménage ?

S : non non parce que en réalité, je leur ai parlé...

S : Mais j'ai pensé à ça parce que le, j'ai mon voisin ici pas loin il y a sa femme qui a accouché, ils ont deux enfants maintenant et ce qui se passe c'est qu'il y a une femme de ménage qui vient travailler 3h la matinée, elle rentre et hop elle fait le ménage et elle s'en voit, c'est une fois par semaine c'est pratique mais je leur ai proposé ça aux filles mais elles ne veulent pas. Elles ne veulent pas peut être, elles ne veulent pas qu'on rentre dans leur vie privée, je vais vous expliquer une chose, la petite, la dernière elle m'a dit, « papa je t'aime bien tu sais pourquoi ? Tu fais beaucoup de choses ici, dans la maison mais tu ne rentres jamais dans ma chambre » jamais.

M : Pourquoi ?

S : Il faut respecter la vie privée, il y a quelque chose qui faut faire, ils doivent faire comme ils veulent y'a quelque chose qu'on ne peut pas dépasser, je ne peux pas... Je ne peux pas aller dans leur intimité.

M : Leur chambre tu n'y rentres pas, même pas ?

S : je n'y rentre pas, s'il y a la porte ouverte et qui m'appelle, je rentre. Mais je ne rentre pas je ne vais jamais dans leur chambre, c'est leur vie privée, ils sont avec leur copine, il ne faut pas rentrer dans leur milieu, c'est leur vie privée, je ne veux rentrer, je veux garder cette distance.

M : Même pour nettoyer, c'est elles qui nettoient leur chambre ?

S : Oui, c'est elle qui nettoie leur chambre je n'ai jamais nettoyé leur chambre et je ne le ferai jamais. Je suis venu pour bricoler dans leur chambre parce que quand on s'est installé là-bas à De Haan, il n'y avait rien dans la maison c'est une maison qu'on venait juste de faire construire et ce qu'il s'est passé j'ai dû faire le plancher, j'ai mis du... Comment on appelle ça en France du... un plancher, et puis le parquet, j'ai mis des plaintes, et puis bon bah voilà j'ai fait ça et puis la plupart du temps ils m'accompagnaient d'ailleurs, ils me donnaient un petit coup de mains ; elles sont bricoleuses, oui les filles sont bricoleuses aussi elles adorent, Marie surtout, elle s'ouvre à tout elle. Elle s'ouvre à tout. On pourrait faire une petite pause ?

M : oui pause cigarette hein ?

S : bah cigarette ou petit verre d'eau.

S : Alors j'ai fait des choses qui ne sont pas tout à fait juste, moi je sais que j'ai un salaire plus élevé alors ce que j'ai fait, j'ai Mon ex en quelque sorte je voulais qu'elle perde un peu l'argent qu'elle n'a pas mérité, en quelque sorte dans le divorce elle a pris beaucoup de chose et l'argent qu'elle a pris de moi, parce que moi il me restait avec 5000 euros, j'ai dû partir de 5000 euros et elle a pris le restant de l'argent 75000 euros et puis ce qu'il se passe, bah j'y ai fait faire dépenser de l'argent ça veut dire, quand les filles voulaient un instrument de musique, je disais oui, quand elles voulaient un ordinateur je disais oui, je disais oui oui oui, toujours oui oui oui oui pour dire que moi je payais la moitié et elle, elle devait aussi payer l'autre moitié, et au fur et à mesure, avec son salaire, qu'elle n'a pas un gros salaire, bah au fur et à mesure son compte il descendait, il descendait alors qu'au fur et à mesure les enfants ils ont appris des choses de leur mère, des choses négatives ça veut dire que, mon ex Carine elle avait des amis. Elle a prêté de l'argent à ces amis-là, elle ne les a plus jamais revu ces amis, elle n'a plus jamais revu l'argent et à ses enfants elle disait non. En réalité ce sont des comptes que leur mère n'avait pas tellement.... Ils ont perdu un peu de confiance en elle.

M : elle a eu d'autre enfant avec son nouvel époux ?

S : non.

M : en fait, la dernière fois, la dernière fois que vous avez fait les courses c'était quand ?

S : bah écoute, hier j'ai fait les courses avec Julie, et aujourd'hui j'ai fait les courses avec Marie.

M : comment ça se fait, hier avec Julie et aujourd'hui Marie ?

S : Pourquoi ? Parce que hier elle avait des cours de musique, elle est rentrée plus tard.

M : et vous avez fait quelles courses ?

S : Bah on a fait juste les courses de ce qu'on allait manger hier soir, de ce qu'on a mangé, on a été vite chercher les commissions et puis bon il faut dire que.... J'ai acheté aussi une voiture à deux places parce que pourquoi parce que, quand y'avait de la jalousie de temps en temps je devais les séparer et j'ai tout fait un peu pour les séparer pour les rapprocher en quelque sorte aussi ça veut dire qu'à un moment à un autre ils ont dû apprendre aussi à se respecter l'un de l'autre.

M : C'était quoi ? La Z4 là ?

S : Oui, alors ils ont dû apprendre à se respecter, ça veut dire passer chacun leur tour, aller faire les commissions, d'aller en ville faire autre chose comme commission. Tous des choses comme ça c'était important pour moi comme ça ils devaient se respecter, communiquer ensemble parce que ça duré un petit moment cette jalousie-là, et dure dans tous les sens.

M : Parce que tu crois que si elles font les courses séparément ça va leur permettre d'être plus indépendantes ?

S : Nan, elles ont chacun leur style et chacun leur goût. Alors l'un...

M : même les courses alimentaires par exemple ?

S : Oui oui oui, l'un va manger plus des légumes que ce soit poivron, haricot, des légumes vert, que l'autre rien que pour embêter sa sœur, elle va manger ça, et l'autre pour embêter sa sœur elle va manger ça parce que l'autre n'aime pas. Ça c'est des fois un problème, je dois essayer de le gérer ça.

M : Et tu le gères à travers les courses ?

S : Oui

M : est-ce que tu pourrais me parler plus de ça, si c'est possible, de m'en parler encore plus ? Concrètement en termes de courses tu as essayé en tout cas de résoudre des conflits entre les deux, comment ?

S : Bah les conflits, bah en faisant les commissions j'ai appris à les connaître un petit peu, à voir ce qu'ils veulent manger, ce qui voudront manger et puis, au fur et à mesure j'ai dit, ah je suis fatigué, je prenais des excuses un peu comme ça, tient vous ne voulez pas faire quelque chose ensemble à manger, qu'est-ce que vous voulez manger et puis au fur et à mesure, l'un a acheté un bouquin de cuisine l'autre a acheté un bouquin sur les desserts, l'autre un bouquin sur les entrées. Et après ils sont, se sont rassemblés et ils ont dit on va faire à manger pour papa, on va lui faire plaisir, on va faire ceci, et on va faire cela... Ils ont fait quelque chose que tout le monde aime. Et en réalité tout ça ça s'est passé, ils ont fait à mangé ensemble, ils ont appris à être plus ensemble et plus près et ça ça pour les rapports, ça a bien marché. Mais en les prenant individuellement j'ai appris à mieux les connaître et à travailler comme ça. Et maintenant...

M : ça c'est intéressant, là en fait tu parlais tout à l'heure de tes catastrophes de temps en temps avec la lessive. Est-ce que tu pourrais me raconter un petit peu des anecdotes ?

S : Bah disons au début j'ai eu un très gros problème avec ma machine à laver ça veut dire que je n'ai pas pris le temps de lire le mode d'emploi alors bon bien sur ce que j'ai fait, je pensais que je mettais sur un programme pré-lavage, je mettais du savon dans les deux bacs et en réalité ma machine ne lavait pas en pré-lavage, elle lavait directement lavage sans rinçage ? Alors ça veut dire qu'il y avait un rinçage, mais le rinçage avec la quantité de savons que je mettais dans le lavage et pré lavage, le rinçage n'était pas assez fort. Alors j'avais des problèmes sur mon linge, ça veut dire que mon linge quand il sortait il était un peu plus dur, je le mettais au sèche-linge et j'avais l'impression d'avoir des T shirt en carton.

M : ça a duré combien de temps ?

S : ça a durée peut-être 6 mois. Que j'ai eu des problèmes comme ça.

M : T'as pas pensé à demander à quelqu'un ?

S : Bah après si, bon bien sûr j'ai fait rentrer une femme dans la maison, que je connaissais déjà depuis un moment mais que je ne voulais plus faire rentrer à la maison puisque au début ce qui se passe c'était un peu difficile de faire venir quelqu'un à la maison, ils étaient contre. Alors bien sûr là, bah j'y dis écoutez, je connais quelqu'un elle est gentille, bon elle pourra vous aider à faire ceci. Bon disons que je l'ai fait rentrer un peu à la fois, et puis ça été, ça s'est bien passé. Dans le sens ça serait bien passé pourquoi ? Bon bah au début elle ne restait pas à la maison alors bon, elle leur apprenait : moi je travaille dans l'administration, mon hobbies c'est la couture. Je fais, elle faisait des choses comme ça et ce qui s'est passé, bah les filles ah

tient j'ai quelque chose qui est, un peu abimé elles en profitaient de faire réparer leur T shirt car moi je n'ai pas fait la couture, je sais coudre mais je ne le fais pas car je disais c'est à vous de le faire, de prendre l'initiative et de commencer, j'essayais de les pousser comme ça. Elles avaient l'âge, elles avaient 15-16ans, elles avaient déjà passé 2-3 années de plus ils étaient déjà beaucoup mieux normalement elle devait s'y mettre. Moi recoudre une paire de chaussette, moi j'ai dû le faire quand j'avais 11 ans ou 12 aussi ou sinon je partais aussi à l'école avec mes chaussettes trouées c'était comme ça je l'ai fait hein. Du coup bah ce qui s'est passé bah avec cette femme-là, ça s'est passé mieux, j'ai dit bah écoute je vais quand même régler le problème avec ma machine à laver et puis là c'est elle qui ma rétablie la situation, elle m'a dit bah écoute la tu as vraiment un problème, tu dois vraiment passer à l'étape supérieure pour le rinçage.

Et puis avec les couleurs le problème, elle m'a fait faire utiliser un produit pour bien blanchir et ce qui s'est passé ce produit-là, quand tu en met un peu trop bah le problème ça prend trop sur la couleur et puis je retrouvais mes t-shirts comme je les mélange pour avoir une battée entière ce qui se passe, un t-shirt de couleur qui soit rose ou bleu ou bah directement tout déteint et puis toutes les autres.. Et le blanc ne restait pas blanc à ce moment-là. Alors je devais vraiment bien séparer le blanc.

M : [rire] Okay, et après ça a été ?

S : Maintenant y'a plus de catastrophe, maintenant ça se passe très bien j'ai fait très attention je respecte plus parce qu'il achète un peu plus de linge délicat puisque ils achètent des pulls en laines, en cachemire, ils font attention alors maintenant je suis obligé de faire un petit peu...

M : Elle ne s'occupe pas, toujours maintenant du linge ? Même pas un petit peu ?

S : Bah si je ne le fais pas, elles le feront car j'ai fait une liste avec euh... un schéma avec le linge blanc, les couleurs, le linge aux températures hautes, aux basses températures, sur quel programme il faut mettre et puis le dosage du savon alors ils l'ont fait quelque fois et puis bon bah comme je continue à faire le linge elles ne le font plus. Et puis elles m'aident un petit peu à faire... il faut voir elles sont quand même bien assez occupée.

M : Et le temps libre, toi personnellement tu fais quoi ? Tes hobbies parce que j'imagine tu n'as pas beaucoup de temps

S : je n'ai pas de temps libre

M : tu n'en as pas du tout ?

S : je ne regarde pas la télévision

M : Etti ne fais pas de sport ou... non ?

S : Je ne fais pas de sport mon seul hobby que j'ai, et que j'aime bien c'est les échecs

M : *les échecs ?*

S : Oui

M : *D'accord. Et tu as le temps ?*

S : Non

M : *Tu n'as pas le temps non plus ?*

S : Non je n'ai pas le temps aux échecs

M : *Et ça fait longtemps que tu n'en as pas fait ?*

S : Je fais des parties différées sur échec on line, mes parties peuvent durer 6 mois, 1 an... je joue très peu mes parties.

Je joue des parties par coup et ça dure trop longtemps et puis j'essaye de regarder de temps en temps sur les parties mais bien sûr la fatigue elle est là, et je fais faire des mauvais coups et j'essaye de jouer moins rapidement mes parties.

M : *Et même avec les filles il y a des activités que vous faites ensemble ?*

S : Bah avant que je reprenne mon 2ème travail, on faisait à la maison, on faisait on partait faire des promenades ensemble, on faisait un peu de rollers, on faisait des choses comme ça on sortait mais...

M : *Et ça après le divorce vous avez plus d'activités qu'avant le divorce ? Avec les filles ?*

S : Pas plus, peut être autant mais pas plus.

M : *Pas spécialement non ?*

S : Non on va dire que j'ai rencontré une autre fille qui était sur Bruxelles, avec elle par contre à ce moment, je travaillais moins, je travaillais beaucoup moins je devais faire à peu près 60h par semaine par contre là, ça me permettait de voir cette fille-là plus. Les filles venaient parce qu'elles aimaient bien car elle avait une maison sur Bruxelles, elle avait une piscine, on partait souvent au restaurant on allait dans les Ardennes, faire des activités dans les bois tout ça, elles aimaient bien. Mais bon bien sûr, elle avait aussi des enfants de leurs âge, à peu près alors ils s'entendaient très bien.

M : *ah super*

S : Elle avait une fille qu'elle avait 16-17ans et elle avait aussi un garçon de 12-13 ans

à ce moment-là. Alors ça se passait bien, il y avait de la communication, il parlait bien le français mes filles alors bien sûr, puisqu'à Bruxelles ils parlaient français aussi.

M : Pourquoi tu dis elles parlaient maintenant, elles ne parlent plus ?

S : Si si si mais avec le flamand c'est... mais à la maison c'est toujours en Français quand même

M : Ah oui, c'est mieux pour parler

S : Oui

M : Et avec leur mère elles parlent en quoi ?

S : Elles parlent en flamand,

S : Parce que à la maison...

M : C'est la langue maternelle de Carine ?

S : Disons qu'on a voulu que les enfants soit bilingues et qui restent bilingues comme ça, alors j'ai dit moi je parlerai toujours en français à la maison et toi toujours en flamand.

M : Même depuis leur naissance ?

S : Depuis leur naissance oui j'ai toujours parlé...

M : ce n'était pas dur pour les enfants surtout ?

S : Non pas du tout ils ont parlé directement en français. Bah j'étais quand même à la maison hein, le weekend, le weekend j'étais là, on me voyait, on parlait en français elles ont vite appris. Elles apprennent le français comme elles on apprit à manger. Tout simplement.

M : En même temps elles sont en Belgique...

S : La côte elle est disons, qu'elle est assez touristique. Ça veut dire que là-bas, entendre l'anglais l'allemand, y'a pas... Ce n'est pas un problème. Ce n'est pas un problème pour eux.

*M : Et pour toi, ça te représentait quoi qu'elles apprennent le français ?
C'était important pour toi qu'elles parlent le français ?*

S : Bah pour moi qu'elles parlent le français oui car à ce moment-là, je ne parlais pas le flamand

M : hum oui

S : Alors bien sûr, ce qui se passe pour moi c'était mieux qu'elles parlent le français et puis c'était mieux pour eux. Tout simplement pour les gens parlant plusieurs langues ont un avantage. A l'école elles ont toujours un plus que les autres.

M : Ça c'est sûr. On va parler maintenant un peu du rôle du père en général. Tout à l'heure tu me parlais avant tu avais une vision un peu différente sur le père, tout ce qui devait faire au sein du foyer. Est-ce que est ce que tu trouves, déjà, parle-moi aujourd'hui en tant que père, de toi. Comment tu, c'est quoi pour toi que d'être père ?

S : Bah c'est d'être père c'est.... C'est d'apporter..... Des réponses aux questions, des enfants sur beaucoup de choses. Comment ils doivent... par exemple, sur une réaction quand elles veulent apprendre quelque chose, sur leur vie, sur le futur sur leur avenir que ce soit tout simplement par exemple bon, l'une veut passer son permis avant, l'autre veut attendre moi j'essaye de dire, attention faut pas non plus courir trop vite, faut faire à son aise, comme on veut, comme on le sent pour dire de ne pas partir à l'échec été d'essayer d'avoir le plus de... de contrôle de soi même sur tous les points de vue. D'avoir de la maîtrise entièrement pour pouvoir se lancer sur n'importe quoi.

M : Et ça c'est peut-être en général, le rôle des parents que ce soit la mère ou le père ?

S : Oui

M : Et pour toi le père en tant que père, qu'est ce qui change du rôle du père que celui de la mère pour toi ?

S : Rien

M : Pas de différence ?

S : non

M : Quel est le rôle de la mère pour toi ?

S : Le rôle de la mère bah disons... pour moi c'est le cocon familial, pour moi la mère c'est elle qui reçoit tout et qui distribue tout en quelque sorte

M : Tout ça ? En termes de sentiments ?

S : De sentiments, de ce qui se passe à la maison, le comportement de l'un de l'autre et des réactions positives négatives par exemple, que par exemple quand les deux filles se bagarrent normalement ce n'est pas mon ex qui devait stimuler. Elle a stimulé ça pour moi. Elle aurait dû plutôt s'aider à devoir s'entendre mieux.

M : Tu crois qu'au sein de ta famille, comme aujourd'hui la mère elle est absente. Tu crois qu'il y a un vide ?

S : Non.

M : Il n'y a pas de vide, pourquoi ?

S : Parce que on est tous... On est bien complet, ça veut dire dans la confiance dans les paroles, ça veut dire qu'elle me dise... Pas tout mais assez bien de chose.

M : Est-ce que c'est parce que c'est toi qui joue le rôle de la mère ?

S : Non non, parce que peut-être je pense qu'elles ont besoin aussi de leur mère.

M : Tu sens que tu... Depuis le divorce, surtout que depuis que les filles sont avec toi, là... tu es un père et une mère en même temps, est-ce que t'as cette sensation, ne serait-ce que parfois ?

S : Non euh oui oui on a ce sentiment-là. On peut avoir de temps en temps ce sentiment-là.

M : Quand ?

S : Bah quand quand quand bien sûr quand j'ai les filles, quand elles sont à côté de moi, quand elle me raconte ce qui se passe dans leur journée. Je suis confident. La franchement je dis tient bah oui... et puis elles font des compliments dans le sens Bah que bah qu'on les écoute et puis... ça c'est important. Allez pour dire qu'un enfant donne des compliments à son père des choses comme ça... ils voient eux même la différence car elles se disent tient bah avec leur mère elles ne peuvent pas faire ça. Et puis avec... Bon moi en leur laissant une liberté aussi ça, ça leur donne aussi une facilité aussi de parler.

M : On a l'impression que le fait qu'il y ait un, que la mère soit absente ça t'a permis de bah déjà de renforcer ta relation avec tes filles et un peu de ...je ne sais pas de.... C'est plutôt comme si c'était quelque chose de positif en fait ?

S : Ah oui tout est positif, le cocon familial, il est complet. On a l'impression qu'il ne manque rien mais n'empêche, est-ce que... Lorsqu'il ferme leur porte de leur chambre il n'y a pas peut-être un moment de solitude ou quelque chose comme ça, ça c'est bien possible. Parce que moi quand j'ai vécu pendant des moments, quand j'étais seul, c'est là qu'on se retrouve seul, que là, c'est là qu'on commence à ruminer un petit peu tous les problèmes.

M : Et tu crois y'a peut être le coté peut être affectif que tu n'arrives pas forcément à donner comme une mère à tes filles ? Ou non ?

S : Bah euh... Je pense que c'est un peu normal aussi, parce que bon allez, quand elles ont rencontré leur copains par exemple tout ça, bah écoute, moi j'ai dû essayer de les pousser, j'ai dit écoutez il faut maintenant allez voir votre mère elle va vous expliquer certaines choses, parce que moi ce n'était pas évident de parler de la sexualité. Bon elles en ont parlé à l'école, j'ai vu je ne pouvais pas leur parler de leur pilule, il faut prendre la pilule ou des choses comme ça j'ai préféré que leur mère elle en discute et là quand c'est comme ça, je leur ai dit ça et en même temps j'ai téléphoné à leur mère pour dire, là maintenant écoute on arrive un peu dans un moment..., c'est pas critique mais il va falloir et leur en parler, mettre les points sur les I, car il ne faut pas non plus qu'elles soient enceinte quoi, des choses comme ça bien sûr. Bah à ce moment-là elles en ont parlé et elles ont réagi, elles ont pris rendez-vous chez les médecins et puis voilà quoi.

M : *D'accord. Est-ce qu'aujourd'hui c'est difficile d'être père à ton avis ?*

S : Oui c'est difficile d'être père, c'est difficile d'être père, ce n'est pas ça mais je pense que c'est plutôt la vie qui est difficile quoi.

M : *La vie en général ?*

S : oui, la vie est dure [rire].

M : *Ce n'est pas que la vie des pères ?*

S : Oui, parce que le problème c'est qu'on n'a pas assez de temps. Un père logiquement n'a pas assez de temps pour pouvoir passer du temps chez soi, si moi je ne travaillais pas la nuit je ne verrai pas mes enfants le jour.

Je suis obligé de travailler la nuit pour pouvoir faire mes papiers la journée, pour pouvoir m'occuper de mes enfants, que ce soit de m'occuper tout simplement de la lessive, ou que ce soit s'occuper de faire à manger, de faire les choses comme ça.

M : *Est-ce que c'est dur de jongler, dans votre cas entre cette vie professionnelle et la vie ? Parce que vous ça va, vous arrivez à le faire parce vous travaillez la nuit. Est-ce que vous imaginez la situation d'un père célibataire isolé qui ne travaille pas spécialement la nuit et qui doit gérer tout ça ?*

S : Ils n'y arriveront pas, impossible ! Je ne crois pas, ce n'est pas possible

M : *De travailler de faire ça en même temps ?*

S : C'est impossible.

M : *D'accord donc vous, vous trouvez si vous arrivez à jongler entre vie vie professionnelle et vie en tant que père, isolé surtout, c'est parce que vous avez la chance de travailler la nuit ?*

S : Oui.

M : Et si vous n'avez pas cette chance vous auriez fait quoi ? Qu'est-ce que vous auriez fait, arrêtez de bosser peut-être ?

S : Bah on n'a pas le choix. On n'a pas le choix, la vie est trop dure, elle est trop chère, on doit acheter, on doit louer... que ce soit louer un appartement ou acheter une maison y'a un loyer, qui est payé. Euh en Belgique on reçoit assez bien nos taxes, vous avez des taxes, vous avez des grosses factures qui viennent tous les deux mois, même pratiquement tous les mois, que ce soit une taxe, c'est pas une taxe mais une assurance vie, que ce soit assurance vie, que ce soit assurance auto, que ce soit l'assurance maison que ce soit la taxe d'habitation que ce soit... comment dire ça, une facture d'eau la facture d'eau c'est tous les mois maintenant, mais aller tous ces choses-là c'est quelque chose qui est très pesant il faut avoir un très bon salaire pour pouvoir dire c'est facile là.

J'avais une de mes ex qui travaillait dans l'administration, que je vous dites elle travaillait aux impôts, elle me disait, j'étais contre elle pourquoi ? Parce que j'y dis écoute tout ce que tu me dis, c'est faux archi faux. Elle me disait, tu sais que les gens belges quand ils travaillent il gagne de l'argent à partir du mois d'août..... Bah j'ai prouvé par A+B que ce n'était pas possible de vivre en Belgique avec un salaire, ce n'est pas possible les gens sont obligés de faire quelque chose à coté, j'ai rencontré... Depuis le temps que je vie en Belgique, il y'a 90% des gens qui sont honnêtes et y'a peut-être que 10% qui sont un peu honnête. La plupart du temps c'est ceux qui ont de l'argent qui sont les malhonnêtes et ceux qui n'ont pas d'argent qui sont honnêtes.

M : euh

S : Ca faudra l'effacer peut-être [rire].
C'est la vérité !

M : Et euh je ne sais plus, j'avais une question en fait... [Rire]... Mais j'ai perdu parce que je pensais à tu me disais.

S : Un père comment il doit faire pour.... Aller faire une vie de famille, travailler, faire tout tout seul comme ça, il peut seulement compter sur ces enfants. Ça veut dire, moi j'ai l'occasion que mes enfants avait 12-13 ans, qu'ils sont venus à la maison que j'ai dit bah écoute là au fur et à mesure je leur ai appris, je les ai provoqué un peu avec des choses qu'elle que soit, pour dire qu'ils fassent un peu à manger, qu'ils fassent un petit peu la vaisselle, qu'ils fassent les petites corvées ce sont des petites corvées. Mais un père qui a des enfants qui ont 4-5 ans je ne sais pas comment ils font, ce n'est pas possible.

M : Toi tu n'aurais pas pu ?

S : Je n'aurai pas pu, je ne peux pas aller les chercher à l'école, je ne peux pas les porter le matin à l'école, ce n'est pas possible, il faut une deuxième personne, il faut de la famille à coté, moi je n'ai pas de famille non plus. Peut-être quelqu'un qui est

un père isolé qui a de la famille isolé, il a de la chance, une sœur tout simplement qui peut surveiller. Je connais quelqu'un qui travaille, il a divorcé il y a quelque temps aussi, il a son fils le weekend end, il a 8 ans, il doit travailler aussi de temps en temps le weekend, on évite le maximum pour pouvoir qu'il vienne mais de temps en temps on est obligé, il est obligé de venir, il me dit je suis obligé de laisser mon fils chez ma sœur.

M : Hum. ... là aussi, il peut compter sur quelqu'un. Okay.

S : On est obligé.

M : C'est vrai que parfois on n'a pas le choix. Bon bah je pense qu'on a fait le tour des questions, je ne sais pas si tu as quelque chose à rajouter ou des questions ou ... je ne sais pas si tu as envie de parler de quelque chose qu'on n'a pas évoqué spécialement dans notre entretien ?

S : bah... quelque chose qu'on n'aurait pas évoqué... Bah on a parlé de beaucoup de chose, bon bien sûr je pense que la conclusion c'est toi qui devra la donner, je ne sais pas, les choses, beaucoup de choses...

M : Non mais par rapport à la consommation ?

S : Bah la consommation, la consommation elle ne change pas, bien sûr, si, la consommation change une fois que les enfants ils commencent à grandir ils ont plus de besoins, ils ont plus de besoins que ce soit...

M : Mais toi tu penses que tu t'es adapté comme si il y'avait un couple, tu t'es adapté aux changements effectivement de l'âge de tes filles et que tu penses que, si même si il y'avait la mère qui était là, toute façon, les filles à partir d'un certain âge elles vont prendre leur autonomie ?

S : Moi je crois que ça été plutôt un avantage aussi pour eux.

M : l'avantage de l'absence de la mère ?

S : Ah oui oui parce que le divorce ça à tout fait en quelque sorte pour eux, qui ont un peu plus d'indépendance, un peu plus d'indépendance avec moi qui avait moins de temps, une fille je vois bien que mes enfants elles en parlent aussi à l'école, elles me disent quand même qu'on a l'occasion d'avoir un père assez flexible pour avoir une carte bancaire, à chercher tes vêtements à 16ans.

M : hum

S : elle va au...

M : qu'est-ce que ça représentait pour toi, qu'est-ce que ça représentait vraiment pour toi, le fait que tes filles aient une carte bancaire à 16 ans ?

S : Pourquoi j'ai fait ça ? Pourquoi parce que, j'ai de la difficulté, je ne pourrais pas choisir leurs vêtements et je serai des fois un peu contre. Alors en réalité, ça m'est arrivé quelle viennent avec un vêtement que des fois je n'apprécie pas tout de suite et puis pour finir après quand elles l'ont porté deux-trois fois j'ai accepté. Alors bon bien sûr dans le magasin j'aurai ptet refusé et j'aurai ptet dit un non catégorique. Que là, par contre j'ai essayé de... Je me suis souvent remis en question d'ailleurs sur ces choses-là.

M : *C'est-à-dire ?*

S : *C'est-à-dire, sur euh ... sur les laisser un peu vivre comme ils le sentent, que ce soit sur un achat que ce soit sur leur goût leurs couleurs, sur ce qui veulent manger, j'ai fait... j'ai... J'ai voulu une fois faire plaisir à l'un, une fois j'ai voulu faire plaisir à l'autre pour pouvoir dire... Ils faut même que ce soit sa sœur Marie ou Julie il faut qui s'accepte les uns les autres ; il faut qu'on s'accepte tous les uns les autres ça veut dire que même moi, de temps en temps ce que j'ai envie de manger , il faut qu'ils acceptent de temps en temps, mais donc moi j'ai bien sûr fait un peu plus d'exception, j'ai fait bah écoute je vais faire plaisir, je vais manger leur plat et l'autre leur plat, je me suis mis un peu de côté et puis tant pis, mais ça elles s'en sont rendu compte aussi. Mais comme ça, ça se passe très bien. Moi je ne sais pas si eux même elles se sont rendues compte de ça.*

M : *Rendu compte des... Des sacrifices...peut-être ?*

S : Des sacrifices mais même l'effort qu'ils ont fait entre l'un et l'autre y'a ça aussi.

M : *Et tu crois que si la mère avait été là, pas forcément votre ex ... ex épouse mais euh ... si si en général y'avait eu une mère donc qui était là, tu penses que tu n'aurais pas fait ça, de leur créer un compte bancaire à 16 ans et leur donner une carte bancaire et non ?*

S : Bah je pense qu'on en aurait discuté tous les deux et je pense que leur mère aurait dit non.

M : *Et pourquoi ? Tu penses ça ?*

S : Parce que elle est souvent... Elle a été trop souvent à dire non sur beaucoup de chose.

M : *Non mais c'est juste cette mère, non mais en général tu penses qu'une mère en général elle aurait peut-être ... bah forcément, donc ... participé plus ou donné plus son avis par rapport aux achats vestimentaire de ces filles. Plutôt que... leur donner fin leur mettre une petite somme d'argent leur dire bah... bah écoutez-vous vous débrouillez avec cette somme et vous faites un peu ce que vous voulez ?*

S : Bah je pense que... en réalité il y a une sécurité déjà vis-à-vis de la banque, ça veut dire qu'on sait qu'elles ne peuvent pas être en dessous de zéro. On peut surveiller leur compte avant bien sûr leur majorité. Alors je pense... Toutes personnes devraient

commencer à faire ça déjà... Pourquoi qu'en Amérique ils sont déjà en avance sur nous ? Ils peuvent déjà conduire une voiture à 16 ans.

M : Et et et tu crois que si c'était, si tu avais deux garçons à la place de deux filles, est-ce que ça aurait changé quelque chose ?

S : Oui

M : Comment ?

S : Deux garçons je crois que j'aurais, je les aurais contrôlés plus que mes filles.

M : Encore plus ?

S : Oui

M : Pourquoi ?

S : Car la plupart du temps ce sont quand même des garnements [rire]. Comme expérience moi je sais que je n'ai pas été tellement brave, j'ai fait... pas mal de bêtises je ne sais pas pourquoi mais j'en ai fait beaucoup.

M : Comme quoi ?

S : De tout, de tout... des fois je n'ose pas les dire, j'ai fait de tout, ce n'est pas évident. J'ai fait de tout, et que ce soit, bon allez, que ce soit dépenser tout ton argent même si tu gagnes assez bien d'avoir un beau salaire, mais d'avoir gaspiller ton argent j'ai flambé mon argent de me retrouver de ne plus avoir à manger le weekend... c'est.. Faut le faire quand même, ce n'est pas raisonnable.

M : Et c'était un peu, comment dire, les courses à ton avis, surtout les courses vestimentaires à ton avis qu'est-ce que... Comment tu aurais fait si tu avais eu deux garçons ou un fils ?

S : Je pense que ça, j'aurais essayé de faire quelque chose comme ça mais bien contrôler surtout.

M : Mais tu ne serais pas par exemple allé avec eux parce que voilà, tu as 43 ans, si c'était deux fils ?

S : Ca m'est déjà arrivé d'aller dans les magasins avec eux et puis d'attendre, pas à l'accueil mais ce n'est pas la salle d'attente c'est une sorte de petite bibliothèque, avec un petit bouquin parce qu'il faut quand même les apporter jusqu'au magasin aussi.

M : Oui mais si c'était des garçons tu n'aurais pas spécialement, allé avec eux, plus parce que voilà ce sont des choses qui te parlent plus, parce que là tu as plus d'avis on va dire, à donner ou des conseils non ?

S : Bah j'aurais donné les mêmes conseils, j'aurais fait la même chose hein, j'aurais fait la même chose mais avec un contrôle beaucoup plus fort.

M : D'accord.

S : Parce qu'il faut leur laisser de la liberté et il faut, le premier pas, il est difficile, il faut aussi... il faut tâter, ils ont besoin de chercher un petit peu, de se trouver eux même.

M : Et toi, comment dirais-je ? Le côté en tant que, pas en tant que père mais en tant que homme on va dire. Comment tu vies le fait que tu travailles tout le temps tout le temps, tout le temps et tu n'as pas forcément du temps pour toi parce que c'est ce que tu disais tout à l'heure, tu n'as pas forcément du temps pour toi-même. Tu le vies bien?

S : bah y'a des jours ou je me dis c'est un petit peu exagéré, ça je me le dis bien à la place je devrais passer un peu plus de temps avec bon,... A la maison... par exemple bon bien sûr je vais faire un peu plus d'autre tâche bon... ça c'est vrai que je délaisse beaucoup de chose hein, ça c'est vrai combien de fois je suis rentré à la maison, j'ai dit aux filles bah là vraiment, là je suis fatigué je dois commencer très tôt je suis parti me coucher sans faire à manger, je leur ai laissé, ils n'avaient pas le choix ils devaient faire à manger pour eux.

M : Parfois, tu es fatigué ?

S : Je suis fatigué, vraiment je suis obligé de dire non, de s'abaisser, de m'imposer, je leur impose une vie malheureusement je leur impose cette vie-là, bien souvent.

M : Parfois tu es fatigué de cette double vie ? D'être le père et la mère en même temps ?

S : Non de travailler comme ça.

M : Juste le travail

S : C'est le travail qui me tue... Bon bien sûr... je leur explique que je n'ai pas le choix que je dois le faire et puis bon bah ça va... d'ici quelques mois ça risque de changer et là ça va être autre chose... Je leur ai promis de prendre un peu de temps de partir en vacances ensemble.

M : bah déjà les vacances d'ailleurs comment ... ?

S : On les ai passées ensembles. On n'a jamais vraiment pris de vacances.

M : Jusque maintenant ?

S : Jusque maintenant, je n'ai pas pris de vacances avec eux.

M : Jamais de la vie ?

S : Bah si, si, mais ... Pendant le divorce, pendant le divorce je ne suis pas parti, fin si j'ai pris une semaine avec eux, on est parti dans les Ardennes, on est parti avec une copine que je connaissais sur Bruxelles là, et là on a fait une semaine, on est parti un petit peu à droite à gauche on était sous... ici en...

M : A part le coté affectif donc euh, pour toi-même, on a l'impression que pour vous il faut qu'il y ait ne serait-ce que l'image d'une mère.

S : ... Je vais dire.... Une femme.... Elle est... Comment on dit ça en français, elle est Elle est peut-être indispensable mais aussi irremplaçable...

M : *Irremplaçable et indispensable : une femme ? Une femme ou une mère ?*

S : Pour les deux, que ce soit les deux l'une comme l'autre.

M : *explique-moi un peu plus ?*

S : Parce que je pense que les filles de temps en temps elles doivent se confier à leur mère, lui raconter des choses qu'elles ne peuvent pas forcément me raconter.

M : *c'est-à-dire ?*

S : Bah disons que... la confiance d'une fille bon bien sûr... Je pense qu'elle devrait plus se confier à une mère qu'à un père quoi.

M : *Oui c'est dans ce sens-là, d'accord. Et est-ce que c'est parce que ce sont des filles aussi ? Ça joue aussi tu penses ?*

S : Bah pour moi la logique des choses, mais pourtant on dit bien souvent que les filles sont plus rapprochées de leur père et que les garçons sont plus rapprochés de leur mère, ce n'est pas évident mais... il arrive un moment à un âge il y a une séparation quoi. Ca j'y attends aussi, je m'y suis déjà préparé, j'avais déjà préparé.

M : *Préparer quoi ?*

S : Je sais qu'à un moment ou un autre que les enfants ils partiront, et ça je leur explique puisque je dis bien souvent j'essaye de leur préparer au-devant, ou comment elles doivent penser un petit peu car je leur dis, une fois que vous allez avoir votre copain, écoute il y a un futur qui va être là, tu sais peut-être que papa il ne va plus habiter ici, il va ptet partir, il va ptet faire quelque chose, bon alors dans ce cas elles sont en train de me taquiner en me disant, moi je suis ici car je suis très bien et je vais rester jusque mes 28 ans. Après l'université ou quoi je serais encore ici hein je dis t'inquiète pas, un moment ou un autre tu seras obligé de partir [rire] mais c'est... on y pense et puis... je m'y force a ça et puis je les impose un petit peu à ça. Elles ont besoin d'y penser aussi.

M : *Ça t'attriste ?*

S : Non parce que je pense que je vais pouvoir m'occuper encore à faire des choses. En réalité je n'arrête pas, je ne veux pas rester inactif.

M : *Des choses, tu parles du travail j'imagine ?*

S : Que ce soit du travail ou autre chose, il faut toujours s'occuper, comme ça, au moins on ne peut pas s'ennuyer ou penser à ce qu'on a fait, à ce qu'on n'a pas fait non plus. On ne peut pas tout faire non plus.

M : *Ah ça c'est sûr, c'est vrai. Okay*

S : Sinon je ne pense pas, je n'ai pas vraiment de questions vraiment à te poser, moi je me dis que j'ai de la chance, franchement je me dis que j'ai de la chance, soit tout a été, tout a tourné, coté de mon côté, ça été... J'ai vraiment de la chance.

M : de la chance ?

S : Sur tous les points de vue, y'a eu le mariage qui a été là, le divorce bah ...ça été un peu dur mais je l'ai accepté, ça m'a plutôt apporté des choses positives, pour les enfants aussi en même temps et non... Parce que la plupart du temps je vois bien souvent des couples qui ont plutôt des problèmes encore et ils rentent ensemble et pour finir pourquoi ? Je pense que des fois la séparation ça fait du bien.

M : Et dans ton cas est-ce que la séparation ça fait du bien ?

S : Ah oui (rire)

M : J'aime bien le ah oui (rire)

S : Dans tous les sens, dans tous les sens, c'était quelque chose de positif.

M : D'accord, bon bah je pense que l'on a fait le tour des questions. Merci beaucoup encore une fois, un grand merci pour ton temps je sais que voilà comme tu travailles cent heures par semaine, ce n'est pas du tout évident de trouver du temps donc merci beaucoup le temps que tu as consacré pour notre entretien. Et merci pour toutes les choses que tu as partagées et voilà je te dis... à bientôt !

« Construire une Famille par la Consommation : Les Pères Isolés face aux Courses »

Résumé :

Le nombre de familles monoparentales dirigées par des pères isolés atteint un niveau record non seulement en France mais aussi dans la majorité des pays occidentaux. Dans le cadre de la présente recherche doctorale, nous nous intéressons à la consommation familiale assurée par des pères en situation de cumul de rôles, celui du père et de la mère. Nous nous interrogeons sur la façon dont les pères isolés assurent et éprouvent l'achat familial et la sphère domestique traditionnellement perçue comme féminine. Nous identifions trois types de pères isolés selon leurs stratégies d'assurer et/ou de déléguer le rôle de la mère. Notre recherche montre que l'achat familial, les tâches domestiques ainsi que le soin des enfants constituent des éléments constructifs de l'identité paternelle de ces pères. Le shopping et la consommation familiale contribuent à la (re)construction du rôle du père. En outre, notre recherche montre que la consommation contribue à la construction d'une nouvelle famille à travers notamment la création de nouvelles relations entre les pères isolés et leurs enfants.

Mots clés : Pères isolés, famille monoparentale, consommation familiale, paternité, identité de genre, identité de rôle, études de genre, construction identitaire

Constructing a Family through Consumption: Single Fathers facing Shopping

Abstract:

Nowadays, a record number of households are runned by single fathers not only in France but also in most of western societies. Our research aims to explore how single fathers experience the domestic sphere, a traditionally feminized field, while accomplishing their role of fathers. These fathers are living a situation of cumulating roles: the role of the father and the role of the mother. We identify three main categories of single fathers depending on their strategies to copy and/or delegate the role of the mother. Household duties such as shopping, cooking and housekeeping in addition to the nurturing role are experienced by many of the respondents as constructing elements of their fatherhood. Moreover, we identify the role of the marketplace and consumption in building a new family, particularly by creating new relationships between single fathers and their children.

Key words: Single fathers, single parent family, family consumption, fathering, gender identity, role identity, gender studies, identity construction

Unité de recherche/Research unit : *MERCUR Marketing, E-commerce, Consumption, Ubiquity and Retailing Research Center - EA 4112 - Campus Moulin, 1 Place Déliot - BP 629, 59024 Lille Cedex*

Ecole doctorale/Doctoral school : *Ecole doctorale des sciences juridiques, politiques et de gestion, n° 74, 1 place Déliot, 59000 Lille, ecodoc.univ-lille2.fr, <http://edoctrale74.univ-lille2.fr>*

Université/University : *Université Lille 2, Droit et Santé, 42 rue Paul Duez, 59000 Lille, <http://www.univ-lille2.fr>*