

Journée d'étude

3 juin 2026 • 9h30-17h00

NOURRIR LE FOYER : PENSER LA "MÉNAGÈRE" ET SES MÉTAMORPHOSES

CELSA • 77 rue de Villiers 92200 Neuilly-sur-Seine



agap

Alimentation, gastronomie
et analyse des pratiques
communicationnelles

 **GRIPIC**
CELSA SORBONNE UNIVERSITÉ

 **Initiative
Alimentation**
ALLIANCE SORBONNE UNIVERSITÉ



PROGRAMME

9h15 • Accueil

9h30 • Introduction de la journée
Caroline Marti • GRIPIC, Sorbonne Université

9h45 • La normalisation cinématographique de l'image culinaire de la ménagère (1913-2010).

Vincent Chenille • CHCSC, Université Paris-Saclay

Résumé :

Si la ménagère est présente dans le cinéma de fiction à partir des années 1920, sa présence ne devient continue qu'avec les années 1960 (à l'exception des années 1990) ; une image qui apparaît en décalage avec la sociologie féminine, puisqu'elle s'impose à un moment où les femmes arrivent en masse sur le marché du travail. L'image cinématographique est-elle hors sociologie ? La comparaison de la ménagère avec d'autres femmes cuisinant sur la même période nous ramène toutefois à des facteurs sociologiques.

10h25 • Explorer les origines de la figure médiatique de la ménagère dans les archives du Salon des Arts Ménagers, entre 1923 et 1939.
Alexis Geers • LabSIC, Université Sorbonne Paris Nord

Résumé :

Cette communication vise à comprendre la manière dont les organisateur.trices du Salon des Arts Ménagers, issues des milieux politiques et économiques, ont élaboré, entre les deux guerres, un modèle de genre incarné par la ménagère. L'originalité de l'approche proposée est d'articuler une enquête socio-historique construite à partir des archives de fonctionnement du SAM avec une analyse des contenus médiatiques produits par cette organisation dans la perspective de mettre en lien les objectifs des organisateur.trices et leur transcription dans les médias.

11h05 • Pause

11h20 • « Nourrir le camp », quand l'alimentation devient un ressort narratif, le cas de Koh-Lanta.
Camille Rondot • GRIPIC, Sorbonne Université



Résumé :

Dans cette communication, nous nous intéressons aux représentations de la manière dont les hommes et les femmes sont représenté.e.s dans leur capacité à nourrir le camp, dans l'émission Koh-Lanta. Dans ce cadre, nous questionnons la manière dont des rôles sont assignés aux différent.e.s participant.e.s et dont leur genre peut jouer dans cette assignation. Nous mettons en évidence des figures et des représentations stéréotypées comme véritables ressorts de narration de l'émission.

12h00 • « Domesticquer » le vin ? Médiations marchandes et recomposition de la figure de la responsable des achats en grande distribution.

Celia Banos • GRIPIC, Sorbonne Université

Résumé :

Cette communication propose d'interroger la tension entre une conception universaliste de la consommation de vin, telle que formulée par les professionnel.e.s, et les logiques différenciatrices à l'œuvre dans l'organisation des rayons en grande distribution. Elle montre comment les médiations marchandes participent à la « domestication » du vin et à la recomposition de figures de publics,

en particulier celle d'une responsable des achats, révélant ainsi des formes implicites de différenciation au cœur des pratiques de consommation.

12h40 • Pause déjeuner

13h40 • Centenaire de la ménagère française : constructions publicitaires de la femme idéale dans la presse magazine généraliste 1930-1960.

Karine Berthelot-Guiet • GRIPIC, Sorbonne Université

Résumé :

Nous interrogeons l'émergence, en France, dès les années 1930, de la figure de la « ménagère idéale », stéréotype, associant féminité, consommation domestique et idéal du foyer. Ancrée localement et perceptible dans les magazines généralistes, cette représentation sera systématisée et hybridée avec les modèles américains et la société de consommation qui se déploie après 1945.

14h20 • De la mère nourricière à la consommatrice éclairée : circulation des savoirs sur l'alimentation et métamorphoses de la ménagère dans les annonces publicitaires dans la presse (France, Italie, 1949-2005).

Simona de Iulio • GERiICO, Université de Lille



Résumé :

À partir d'un corpus d'annonces publicitaires dans la presse hebdomadaire française et italienne (1949-2005), cette contribution analyse comment la communication agroalimentaire construit la « ménagère » comme une figure à informer et à former : les annonces mettent en circulation des savoirs nutritionnels, pratiques et écologiques auxquels elle doit se confronter. Faire de la ménagère une « bonne consommatrice » revient ainsi à dépolitiser les choix alimentaires en les rabattant sur la responsabilité individuelle.

15h00 • Nourrir le foyer sans la nommer : la « ménagère » comme opérateur de savoirs alimentaires dans les discours agroalimentaires européens (France, Allemagne, Italie).

Anne Collet Parizot • Centre Interlangues Texte, Image, Langage, Université de Bourgogne Europe

Résumé :

Cette communication vise à montrer que la disparition du terme « ménagère » correspond à une reconfiguration des savoirs ménagers qui lui sont associés.

L'étude sémiolinguistique comparative (1950-2025) France/Allemagne/Italie présente trois niveaux d'analyse : nomination par lexèmes genrés, stratégies de redistribution des compétences, circulation et mise en scène des savoirs.

15h40 • Pause

16h • La sobriété chimique : un nouvel art domestique ? La prévention des perturbateurs endocriniens comme espace de production et de circulation de (nouveaux) savoirs ménagers.

Yohann Garcia • Céditec, Université Paris-Est Créteil

Résumé :

Cette communication analyse comment la prévention des perturbateurs endocriniens produit de nouveaux savoirs ménagers autour d'un impératif de « sobriété chimique ». Présentés comme émancipateurs, ils intensifient le travail domestique de santé et reproduisent la division sexuelle qui le sous-tend, dans un contexte de faible régulation des pollutions.

16h40 • Conclusion et fin de la journée