

Sommaire

<b><u>I. UNE SOCIETE EN TRANSFORMATION</u></b> .....	<b>5</b>
❖ <u>Les « nouvelles » classes moyennes urbaines</u> .....	5
❖ <u>Quelques caractéristiques socio-culturelles sud-africaines</u> .....	8
❖ <u>Géographie sociale des grandes villes sud-africaines : des trajectoires contraintes</u> 11	
<b><u>II. L'ENQUETE ET LA METHODOLOGIE</u></b> .....	<b>19</b>
❖ <u>Rappel des objectifs de l'étude</u> .....	19
❖ <u>Le choix de l'échantillon</u> .....	19
❖ <u>Méthodologie de l'enquête</u> .....	20
❖ <u>Les limites de notre grille d'analyse</u> .....	22
❖ <u>Déroulement de l'enquête</u> .....	23
<b><u>III. LE PARCOURS D'ACHAT : QUAND ? OU ? COMMENT ?</u></b> .....	<b>26</b>
<b><u>IV. CUISINER</u></b> .....	<b>31</b>
<b><u>V. REPAS</u></b> .....	<b>36</b>
❖ <u>Manger à l'école (primaire et secondaire)</u> .....	36
❖ <u>Les déjeuners des adultes</u> .....	38
❖ <u>Eating out &amp; take-aways</u> .....	39
<b><u>VI. PRESCRIPTEURS</u></b> .....	<b>42</b>
❖ <u>Magazines féminins</u> .....	42
❖ <u>Livres de cuisine</u> .....	44
❖ <u>Emissions de télévision</u> .....	45
❖ <u>Autres prescripteurs</u> .....	45
<b><u>VII. OBSERVATIONS DANS LES COMMERCES</u></b> .....	<b>47</b>
❖ <u>Durban</u> .....	47
❖ <u>Johannesburg</u> .....	49
<b><u>VIII. PORTRAITS DES INFORMATEURS ET RESUMES DES ENTRETIENS EN FACE A FACE</u></b> 54	
❖ <u>Portraits et pratiques de « Durbanites »</u> .....	54
❖ <u>Portraits et pratiques de ménages de « Jo'burgers »</u> .....	60
<b><u>IX. COMPTES RENDUS DES « FOCUS GROUPS »</u></b> .....	<b>72</b>
❖ <u>A Durban</u> .....	72
❖ <u>A Johannesburg</u> .....	76
<b><u>X. LES PERSONNES RESSOURCES</u></b> .....	<b>82</b>
<b><u>XI. CONCLUSION : ALIMENTATION ET IDENTITES</u></b> .....	<b>85</b>
<b><u>XII. LEXIQUE DES EXPRESSIONS CULINAIRES</u></b> .....	<b>87</b>
<b><u>XIII. ANNEXES</u></b> .....	<b>89</b>
❖ <u>Liste des personnes interrogées individuellement</u> .....	89
❖ <u>Liste des personnes interrogées dans le cadre d'un focus groupe</u> .....	91
❖ <u>Liste des personnes ressources</u> .....	92