

ÉDUCATION ALIMENTAIRE

Les pré-requis d'une éducation alimentaire réussie

Pour ce premier article d'une série sur l'éducation alimentaire, nous nous attarderons à savoir sa dimension ludique ainsi que l'omniprésence du plaisir, nécessaire dans la dynamique éducative des mangeurs.

La dimension ludique, présente dès le début de l'apprentissage alimentaire, crée un climat de complicité entre les mangeurs et leurs éducateurs nourriciers. Elle mobilise leurs sens lors de la dégustation des aliments et leur permet de mieux mémoriser les situations et les expériences vécues¹. Il faut distinguer le "game" du "play". Le *game* mobilise des codes ou des règles culturelles fixant le principe de l'interaction ludique. Le jeu se confond alors avec le rituel des apprentissages, les protocoles de dégustation, l'inscription dans le "savoir-vivre". Le *play*, plus spontané, renvoie à l'éphémère et à la créativité ; détournement d'un aliment qui devient personnage ou paysage dans l'assiette, épluchures transformées en projectiles, construction d'un imaginaire autour de la perception de l'aliment. L'anthropologue Roger Caillois² distinguait plusieurs formes de jeux perceptibles dans la mise en place de l'éducation alimentaire. Le *Païda*, forme d'improvisation, de créativité vis-à-vis de l'aliment (la bouillie dans un bac à sable pour nourrir l'autre, son doudou ou sa poupée) ; *L'Ilinx*, le plaisir et une certaine "prise de risques" lorsque l'enfant incorpore un aliment, cherche ses limites ou une sensation extrême. *L'Aléa*, jeu de hasard qui permet de gagner dans une distribution de friandises, etc. *L'Agôn*, jeu d'interaction avec l'entourage (enfants comme adultes) et qui vise à construire son pouvoir en gagnant selon une règle (*game*), en dominant l'autre par la force – y compris de résistance – ou la séduction. Le *Mimicry*, jeu d'imitation structurant toute éducation, peut prendre la forme du "à la manière de" ou celle de la dérision. Il nous paraît renforcé par l'actualité du Covid-19 en permettant au sein d'une éducation alimentaire de manger ensemble et, sous une forme ludique,

CETTE NOUVELLE RUBRIQUE EXPOSERA, AU FIL DES PROCHAINS NUMÉROS, LES COMPOSANTES DE L'ÉDUCATION ALIMENTAIRE. DES CHERCHEURS ANALYSERONT DIFFÉRENTS ASPECTS QUI SE COMBINENT ET CONSTRUISENT CET "APPRENTISSAGE TOTAL", QUI EST UNE FORME D'HUMANISME ET DANS LEQUEL LA RESTAURATION COLLECTIVE EST L'UN DES ACTEURS ESSENTIELS.

de montrer comment la **distanciation physique** (et non sociale) est le signe du respect de l'autre à travers un partage éloigné, un pique-nique espacé, une offre de buffet la plus longue et écartée possible avec des fréquentations en quadrille, etc.

Le plaisir, autre pré-requis, résulte de la rencontre de quatre composantes :

- La rencontre entre l'histoire du mangeur (la résurgence de souvenirs) et celle que raconte le produit au mangeur – les filiations ou inclusions qu'il permet en évoquant les producteurs, le paysage d'où il est issu, l'imaginaire "déclenché" chez le mangeur, les dimensions affectives et symboliques imbriquées dans la préparation culinaire.
- La sensation gustative agréable qui provient des qualités organoleptiques du produit.
- Le partage dans "l'ici et maintenant" d'une commensalité, d'une convivialité, ou dans un espace plus virtuel (d'actualité avec le Covid-19) susceptible d'exprimer des appartenances ou des inclusions, de signifier du lien social.
- Le plaisir alimentaire qui se "mérite", comme le souligne Jacques Puisais³. Le mangeur apprend des codes qui lui seront nécessaires ultérieurement pour décrypter la subtilité du produit alimentaire pour évaluer ses propriétés qui, peut-être, le distingue des autres. La mobilisation sensorielle précède l'incorporation. Pour qu'il y ait réellement "plaisir", la dégustation s'inscrit dans un désir, dans un projet interactif au sein duquel le mangeur/goûteur s'approprie l'aliment d'une manière ou d'une autre, agit pour le construire ou le partager dans une situation donnée et verbalise ses émotions.

Cette conception complexe du plaisir alimentaire fait système avec la dimension ludique. Toutes deux sous-tendent et structurent l'éducation alimentaire et ce que nous appelons le goût jubilatoire. Après avoir donné une telle définition du plaisir, nous refusons la confusion trop fréquente entre le plaisir alimentaire et la sensation qui n'est que la troisième composante du plaisir.

QUELLE PLACE POUR LE PLAISIR ALIMENTAIRE ?

On peut répondre à la question de trois façons différentes :

- Ou bien l'on se situe dans une perspective "produits" et l'on examine, d'une façon la plus fine possible, grâce à des méthodologies sophistiquées, la place consacrée au plaisir dans les stratégies mar-

¹ Cf. *On ne joue pas avec la nourriture ! Enfance, divertissement, jeu et alimentation : entre risques et plaisirs*, Les Cahiers de l'OCHA n° 16, Paris, 2011.

² Caillois R., *Les jeux et les hommes*, Paris, Gallimard, 1967.

³ Puisais J., *La place du plaisir dans l'éducation gustative*, in "Nourrir de plaisir : Régression, transgression, transmission, régulation ?", dir. Corbeau J.-P., Cahier de l'OCHA n° 13, Paris 2008.



ÉDUCATION ALIMENTAIRE



keting et publicitaires des produits alimentaires dans leur offre aux consommateurs.

- Ou bien l'on cherche à comprendre, du moins pour notre société, l'importance de la recherche du plaisir (des plaisirs !) dans la construction du choix alimentaire.

- Ou alors on imagine quelle place pourrait être accordée au plaisir dans l'éducation gustative et alimentaire : démarche qui devrait être plus centrale dans la communication commerciale du monde de la production, depuis l'artisan jusqu'à l'industriel, chez qui il existe encore une culture d'entreprise qui a partiellement résisté à la double attaque (souvent confondue) de la réduction du produit à sa fonction nutritionnelle et aux sensations que procure sa dégustation, et d'un puritanisme dans lequel l'incertitude est évacuée, où tout est prévu, rationalisé, avec un "risque zéro" (l'un des aspects essentiels de l'incorporation alimentaire qui est la prise de risque⁴, élément non négligeable de la construction du plaisir, particulièrement dans des populations jeunes qui cherchent à s'autonomiser).

Répondre à ces trois aspects de la question permet de cerner concrètement la place du plaisir alimentaire à travers la polysémie qui le caractérise.

- Celui qui se place dans la perspective produit et cherche à recenser sous la forme d'analyses de contenu ou d'approches sémiotiques l'argument "plaisir" dans les stratégies de commercialisation. Après un survol des tendances du marché, nous constatons que les formes

de plaisirs les plus souvent évoquées se confondent avec la **sensation**. S'y ajoute une forme de plaisir "ascétique", la certitude que ce produit alimentaire est "nutritionnellement correct". Dans ce premier scénario, il y a d'abord **médicalisation de l'aliment** (bon pour le corps-silhouette-santé) et le plaisir "sensoriel" intervient comme "une cerise sur le gâteau" ! Cette place d'un tel plaisir concerne plutôt les produits à haute technologie alors que les produits cherchant à s'inscrire dans la tradition (charcuteries, fromages, biscuiteries, etc.) proposent aux consommateurs un plaisir plus complexe, porteur de filiations **symboliques et territoriales**. Dans cette variante, le plaisir est privilégié même si, dans l'argumentaire, l'intérêt nutritionnel du produit est mentionné (calcium, fer, etc.).

- Si l'on accepte la définition d'un plaisir complexe combinant la définition hédoniste et la tempérance augustinienne évoquées par Jean-Pierre Poulain, force est de constater que le mangeur français contemporain en fait encore l'un des critères les plus importants de

⁴ cf. Corbeau J.-P. et Salvat E., *Les jeux du manger*, in *Éducation alimentaire ou informations nutritionnelles. Jeux et enjeux de l'Éducation gustative*, in *Le ludo-aliment* (titre provisoire), Autrement, à paraître.

⁵ cf. les travaux de Pascale Hébel au CREDOC, les enquêtes menées par Jean-Pierre Poulain au sein du CETHIA et les enquêtes réalisées sous notre direction scientifique, *Impact des discours nutritionnels sur les comportements alimentaires : une approche socio-anthropologique qualitative auprès de groupes ciblés*, Crenn C., Delavigne A.-M., Duboys de Labarre M., Montagne K., Précigout F., Téchoueyres I.



ÉDUCATION ALIMENTAIRE

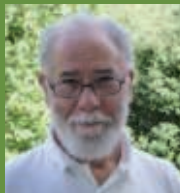
ses choix. De nombreuses enquêtes⁵ montrent que si le **prix** devient le facteur déterminant du passage à l'acte d'achat d'aliment, il est souvent pondéré par une attente de **caractéristiques organoleptiques**; que le **goût**, mais aussi la **filiation symbolique**, l', le projet de **partage** et le **plaisir** qu'on y associe, bref le plaisir comme nous le définissons, devance les attentes en termes de santé. On peut même interpréter certains désirs de traçabilité ou d'origine géographique ainsi que des garanties concernant le commerce équitable ou le développement durable des productions alimentaires comme les expressions d'un plaisir résultant du **respect d'un lien social** et/ou d'**une construction identitaire** renouant avec la vraie sécurité qui est celle de la **bonne conscience**.

■ À un dernier niveau, nous préconisons une place plus importante consacrée au plaisir dans l'éducation alimentaire, abandonnant cette conception médicalisée d'un produit réduit à ses seules qualités nutritionnelles. **Le plaisir gustatif qui retrouve sa place dans l'éducation alimentaire renoue avec une dimension humaniste** n'induisant pas *d'a priori* soupçonner un aliment "intrinsèquement mauvais" (seule la dose est poison). **Ce plaisir gustatif s'imbrique dans le plaisir identitaire, affectif**. Tous participent à l'émergence de ce

que nous proposons d'appeler le **"goût jubilatoire"**. Grâce à une éducation sensorielle et au développement d'expériences de découvertes, le mangeur-acteur dispose de principes lui permettant de construire ses connaissances conceptuelles, physiques et gustatives sans que la responsabilisation et le contrôle de soi ne tournent à la mésestime de soi, à la déconstruction inhibitive, au déni induit par l'injonction nutritionnelle et des visions du monde sécuritaires et puritaines.

Ce modèle sous-tend les sociabilités alimentaires porteuses de plaisir, il est accessible à tous les individus (cf. *L'Université populaire du goût*, créée par Michel Onfray). **Le mangeur contemporain, par définition pluriel, s'inscrit dans des convivialités, des commensalités, au gré de son cheminement dans la ville, de son travail, de ses amitiés**; mais il lui arrive de manger seul, même s'il appartient à une unité sociale de consommation. Cela peut être dans son domicile ou à l'extérieur.

Qu'importe, il pourra toujours prendre le temps de se préparer ou de s'approprier l'aliment. Ce micro-rituel, en lui-même créateur de plaisir, le reconstruit et, peut-être, satisfait ses sensations gustatives, son appareil sensoriel.



Jean-Pierre Corbeau

Professeur émérite de sociologie de l'alimentation à l'université François-Rabelais de

Tours, cofondateur de l'Institut Français du

Goût dans les années soixante-dix, Jean-Pierre Corbeau est vice-président de l'Institut européen d'histoire et de cultures de l'alimentation. Il est également membre qualifié du Conseil national de l'alimentation (président du groupe sur les enjeux de la restauration scolaire).



” FAIRE DES COMPROMIS N'EST PAS MON STYLE!

Pourquoi se contenter de moins si on veut servir le meilleur?
Le **FlexiCombi** répond parfaitement à ma philosophie.

MKN FlexiCombi

Une excellence sans compromis.



#mychoice

WWW.MKN.COM

