

DES GOÛTS ET DES COULEURS :

APPROCHE SOCIOLOGIQUE DE LA GUSTATION DES VÉGÉTAUX

Jean-Pierre Corbeau

Professeur émérite de sociologie de l'alimentation

Université de Tours

Rencontre d'information du 29 Octobre 2013 - « le défi de la qualité gustative des F&L »

ASPECT POLYSÉMIQUE DU GOÛT



ASPECT POLYSÉMIQUE DU GOÛT

- ✓ Le « goût de » / le « goût pour » → Cognitif et hédonique

Le « goût de »

Le produit

- Son univers
- Ses qualités organoleptiques

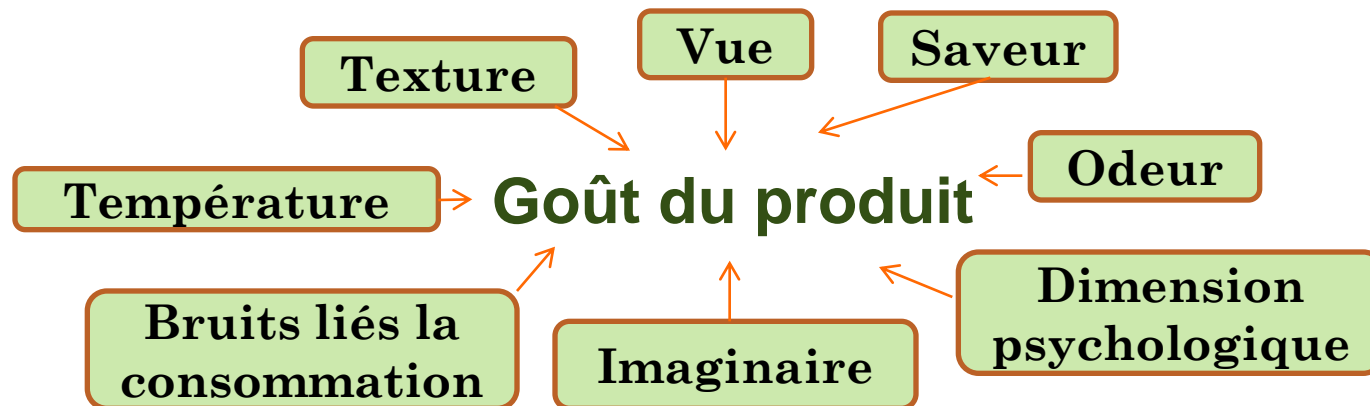
Le « goût pour »

Le mangeur

- Son désir
- Ses préférences
- Ses expériences antérieures (dimension affective)

- ✓ **Goûts & saveurs = mobilisation des 5 sens**

Goût complexe et polysémique – **Goût ≠ Saveur**



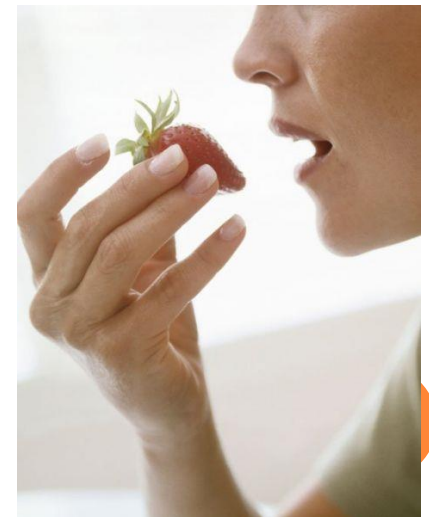
ASPECT POLYSÉMIQUE DU GOÛT

- ✓ **La notion de gustation** : Nouveau sens de la notion de goût (cf. M.Chiva)

Héritage
biologique

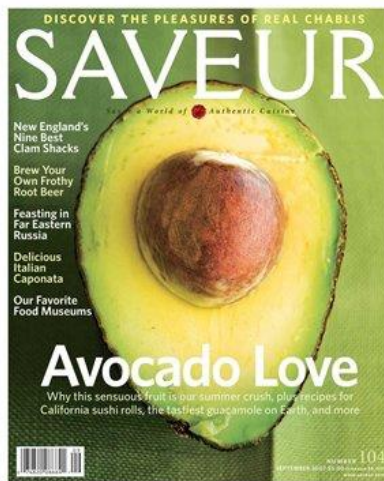
Héritage
culturelle

**Rencontre
interactionnelle**



LA RELATIVITÉ CULTURELLE DES SAVEURS, DES ODEURS ET DES TEXTURES

ACCENTUÉE PAR L'ÉDUCATION ALIMENTAIRE



LA RELATIVITÉ CULTURELLE DES SAVEURS, DES ODEURS ET DES TEXTURES ACCENTUÉE PAR L'ÉDUCATION ALIMENTAIRE

1. Combien de saveurs? une multitude...

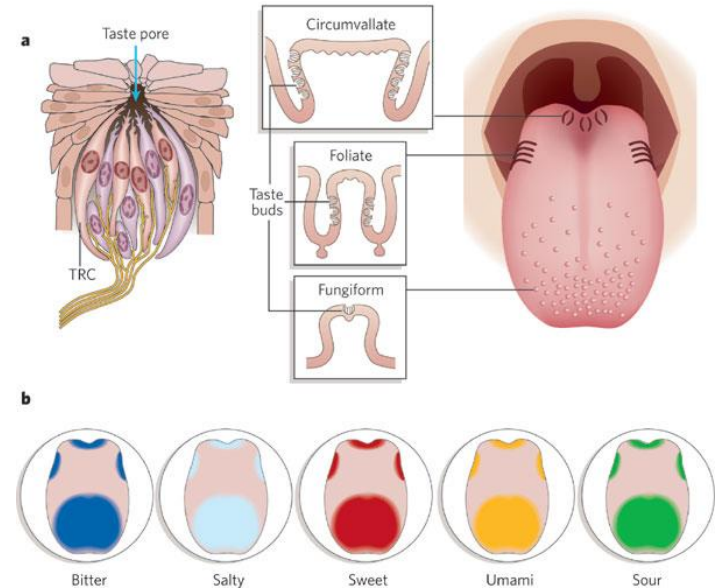
❖ Traditionnelles :

- ❖ salée
- ❖ sucrée
- ❖ acide
- ❖ amère

❖ + récentes:

- ❖ umami うまみ

→ Saveurs particulières nommées dans différentes sociétés



2. L'odeur, phénomène culturel

Pas de bonnes ou de mauvaises odeurs !



LA RELATIVITÉ CULTURELLE DES SAVEURS, DES ODEURS ET DES TEXTURES ACCENTUÉE PAR L'ÉDUCATION ALIMENTAIRE

3. Les textures : variations diachroniques et synchroniques

✓ Apparition de nouvelles textures

- Certaines deviennent moins recherchées (le gluant)
- Valables au niveau sociétal mais s'appliquent aussi à l'histoire de l'individu.

✓ Préférences alimentaires selon la classe d'âge et d'individus :

- Végétaux croquants pour les jeunes
- Végétaux souples pour les aînés
- Beignets et fritures dans les catégories populaires
- Cuisson vapeur al dente dans des catégories socio-culturellement favorisées...



LA RELATIVITÉ CULTURELLE DES SAVEURS, DES ODEURS ET DES TEXTURES ACCENTUÉE PAR L'ÉDUCATION ALIMENTAIRE

4. L'éducation alimentaire, constructrice du goût

Du plaisir autour de la consommation

Du partage d'un aliment

Apprendre aux jeunes mangeurs :

- à choisir des produits goûteux
- à les préparer (afin de correspondre à leurs préférences alimentaires)

Développer une approche saisonnière

Renforcement de l' « histoire » du produit qui inscrit ce dernier dans un espace alimentaire valorisant des filiations identitaires qui rassurent les consommateurs urbains.



LE « GOÛT POUR » & LES PRÉFÉRENCES ALIMENTAIRES DES VÉGÉTAUX :

QUELS SONT LES PRINCIPAUX DÉTERMINANTS ?



LE « GOÛT POUR » & LES PRÉFÉRENCES ALIMENTAIRES DES VÉGÉTAUX : QUELS SONT LES PRINCIPAUX DÉTERMINANTS ?

1. L'origine sociale

Même si moins important qu'il y a quelques décennies, des matrices préférentielles sont encore repérables :

« Nourrissant consistant »	« Nourrissant léger »
Préparations lipidiques	La part végétale de la diète
Désir de consommation de viandes	La consommation d'agrumes et de fruits exotiques
++ catégories populaires	++ catégories socioculturelles les plus hautes

2. L'âge

Modification des préférences selon les âges de la vie :

- attirance pour le sucré,
- appréciation de l'amertume,
- valorisation de certaines textures...



LE « GOÛT POUR » & LES PRÉFÉRENCES ALIMENTAIRES DES VÉGÉTAUX : QUELS SONT LES PRINCIPAUX DÉTERMINANTS ?

3. La cohorte

Chaque cohorte est accompagnée par un univers de consommation qui marque de + en + ses préférences.

4. Le genre ♀♂

Homme Vs Femme:

- Ils n'entretiennent pas le même type de rapport à leur corps
→ détermine en partie leurs préférences

Ex pour les femmes :

- *Plus attirées par les végétaux,*
- *préférant des prises alimentaires*
n'entraînant pas de satiété mais plus nombreuses...



LE « GOÛT DE »



LE « GOÛT DE »

➤ **Pour les plus jeunes et les ados, les fruits plutôt que les légumes !**

Les enquêtes montrent que les adolescents contemporains :

- préfèrent les fruits (plus sucrés) aux légumes
- ne sont guère attirés par les légumes cuits
- peuvent être séduits par des légumes crus en salades avec des condiments

➤ **Importance du mode de préparation culinaire**

Friture, braisé, vapeur, purée, avec ou sans sauce, gratinés, épicés ou non...

- influence le **désir de consommation**
- **varie selon différents segments de la population**

➤ **La mutation gustative contemporaine**

- **Augmentation des seuils de perception des saveurs**
- **Découverte de nouveaux arômes** en même temps que le répertoire alimentaire s'élargit
- **Retour des condiments et épices** au dépend du lipidique
- **Montée de l'acidité et de l'amertume**, mais...
- **Résurgence du Salé/Sucré.**



LA DIMENSION IMAGINAIRE DU « GOÛT » DES VÉGÉTAUX



LA DIMENSION IMAGINAIRE DU « GOÛT » DES VÉGÉTAUX

1. La « ligne haricot vert » comme signe d'efficacité sociale (incorporation et silhouette)

L'idéal corporel de nos sociétés glorifie un **corps léger, mobile**.

Les produits incorporés se doivent d'être légers, perçus comme moins gras, avec des **saveurs immédiates et goûteuses, se digérant bien** :

Tels que : Nombreux produits végétaux
(hors produits donnant des flatulences que les jeunes - et les autres - évitent).



2. La « pureté » du produit végétal

Le **produit végétal** (même appertisé, surgelé, « sous-vide ») n'est **pas perçu** spontanément (sauf par un certain type de consumérisme) **comme industriel**.

Plus les productions animales sont dénoncées et plus le végétal devient « pur », magiquement « sain ».

3. La « nature retrouvée » pour les nouveaux urbains

Les produits végétaux signifient **un paysage, un univers « naturel »** qui calme pour partie les inquiétudes engendrées par l'espace urbain.

➡ Leur « **gustation** » rassure et fait du bien.



CONCLUSIONS

- ... Les fruits et légumes sollicitent et satisfont toutes les composantes (biologiques, affectives, culturelles) de la gustation.
- ... La diversité de leur « goût » correspond à la multiplicité des demandes des mangeurs.
- ... Les préférences plurielles et les possibilités de préparations et d'associations qui varient socialement justifient l'importance de l'offre.
- ... Les fruits et légumes signifient des savoir faire de production, des saisons, des paysages et une naturalité qui rassurent le consommateur urbain.



**MERCI POUR VOTRE
ATTENTION !**

