

Selon le type de rapport à l'alimentation, la place faite au plaisir est très différente. Loin d'être seulement une sensation, le plaisir alimentaire est polysémique.



Quelle place pour le

Trois remarques ou constatations sont nécessaires en préambule de notre analyse. D'abord, le fait que selon les pays et les cultures, les mangeurs n'entretiennent pas le même type de relation avec leur alimentation¹. Celle-ci peut être plus ou moins valorisée, les actes culinaires glorifiés, les formes de partage esthétisées, codifiées à l'extrême dans des jeux porteurs de sens, mais le rapport à l'aliment peut aussi être réduit à sa dimension fonctionnelle, au simple apport nutritionnel venant satisfaire un besoin biologique qui émerge à n'importe quel moment, échappant ainsi à une régulation et à une théâtralisation sociales. On peut aussi avec Jean-Pierre Poulain² appréhender, à travers le temps, trois conceptions du plaisir signifiant des visions du monde différentes : « *La première est l'ascétisme. Dans un premier regard, elle semble nier le plaisir, lui préférant la mortification des corps et la compassion. Mais à bien y regarder le plaisir trouve sa place dans l'infini de l'espérance paradisiaque et l'anticipation de la salvation. Les plaisirs sont donc hiérarchisés, certains sont grossiers, immédiats, matériels ; d'autres sont plus subtils et fondent l'expérience spirituelle* »³. Une seconde conception du plaisir est la conception hédoniste qui fait du plaisir une expérience positive, une voie privilégiée de l'esthétisation de la présence au monde et aux autres⁴. La troisième conception du plaisir évoquée par Jean-Pierre Poulain est la tempérance augustinienne qui voit dans la mesure, le juste équilibre, la voie du salut. Le plaisir est ici sous le contrôle de la raison. Il serait la clef d'une régulation possible des désirs⁵.

* Sociologue, université François-Rabelais de Tours.

Les quatre composantes du plaisir

Pour notre part, le plaisir résulte de la rencontre de quatre composantes :

- l'« *histoire* » que raconte le produit au mangeur – les filiations ou inclusions qu'il permet en évoquant les producteurs, le paysage d'où il est issu, les dimensions affectives et symboliques qui le nimbent, la résurgence de souvenirs agréables associés à des consommations antérieures ;
- la sensation gustative (saveurs, texture, arômes) 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 susceptible d'exprimer des appartenances ou des inclusions, de signifier du lien social ;
- enfin, comme le souligne Jacques Puisais⁶, le plaisir alimentaire se « *mérite* », 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.

Quelle place pour le plaisir alimentaire ?

On peut répondre à la question de trois façons. 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 marketing 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. Enfin on peut imaginer, dans une perspective qui ne relève pas nécessairement de l'utopie, quelle

place pourrait être accordée au plaisir dans l'éducation gustative et alimentaire. Cette démarche devrait être plus centrale dans la communication commerciale du monde de la production, depuis les artisans jusqu'aux grands groupes agroalimentaires chez lesquels il existe encore une culture d'entreprise. Celle-ci a partiellement résisté à la double attaque souvent confondue : celle de la réduction du produit à sa fonction nutritionnelle et aux sensations que procure sa dégustation (peut-on encore parler d'aliment ?) ; et celle d'un puritanisme dans lequel l'incertitude est évacuée, où tout est

dans les stratégies de commercialisation, suppose une étude poussée que nous ne pouvons nous permettre ici. Soulignons simplement, après un survol des tendances du marché, que les formes de plaisirs les plus souvent évoquées se confondent avec la sensation. S'y ajoute le plaisir « ascétique » précédemment évoqué, la certitude que ce produit alimentaire ne modifiera pas votre silhouette ou qu'il est « nutritionnellement correct ».

Bref, dans ce premier scénario, il y a d'abord médicalisation de

plaisir alimentaire ?



prévu, rationalisé, avec un « *risque zéro* » niant l'un des aspects essentiels de l'incorporation alimentaire qui est la prise de risque⁷, 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.

Le premier aspect, 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 »

l'aliment (bon pour le corps-silhouette et la santé) et le plaisir sensoriel intervient comme une cerise sur le gâteau ! On peut aussi mentionner que cette place d'un tel plaisir concerne plutôt les produits à haute technologie, résultant souvent d'une forme de *cracking*, alors que les produits cherchant à s'inscrire dans la tradition (charcuteries, fromages AOC, biscuiteries traditionnelles, etc.) proposent aux consommateurs un plaisir plus complexe, porteur de filiations symboliques et territoriales, mettant en scène des situations de partage réjouissant des mangeurs en quête de sensations gustatives. Dans cette variante, le plaisir – sous des formes multiples : identitaires, conviviales, goûteuses – est privilégié, même si, dans l'argumentaire, l'intérêt nutritionnel du produit est mentionné (calcium, fer, etc.).

Deuxième aspect : si l'on accepte notre 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 ses choix... Ces dernières années, de nombreuses enquêtes⁸ montrent que si le prix devient le facteur déterminant du passage à l'acte d'achat d'aliments, il est souvent pondéré par une attente de caractéristiques organoleptiques ; que le goût, mais aussi la filiation symbolique, l'affirmation identitaire, le projet de partage et le plaisir qu'on y associe, bref le plaisir comme nous le définissons, devancent les attentes en termes de santé. Mieux, ces dernières expriment aussi des formes de

sociologie

plaisir attendus concernant la silhouette et le bien-être. 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 ou d'une construction identitaire renouant avec la vraie sécurité, qui est celle de la bonne conscience.

Le goût jubilatoire

Enfin, troisième aspect : le plaisir dans l'éducation alimentaire. Les différents agents de santé publique ainsi que les divers producteurs d'aliments doivent rompre avec la conception médicalisée d'un produit réduit à ses seules qualités nutritionnelles. Le plaisir gustatif retrouvera sa place dans l'éducation alimentaire, renouera avec une dimension humaniste n'induisant pas d'a priori envers 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 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 (cf. l'Université populaire du goût créée par Michel Onfray). Le mangeur contemporain, par définition pluriel⁹, 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 (nous lui souhaitons) ses sensations gustatives, son appareil sensoriel. Se nourrir de plaisir n'est alors plus condamnable mais mobilise le goût jubilatoire comme une nécessité de construction, sinon de surveillance de soi. ■

Les agents de santé publique et les producteurs doivent rompre avec la conception médicalisée des produits.

1 - Cf. Fichler C. et Masson E. *Manger. Français, Européens et Américains face à l'alimentation*, Odile Jacob, Paris, 2008.

2 - Poulain J.-P., « Du goût au plaisir, début d'une thématisation », in *Nourrir de plaisir : régression, transgression, transmission, régulation ?* dir. Corbeau J.-P., *Cahiers de l'OCHA* n°13, novembre 2008, pp. 47-52.

3 - Op. cit., p. 50

4 - Onfray M., *L'art de jouir, Figures/Grasset*, Paris, 1991, p. 223.

5 - Poulain, op. cit., p. 51.

6 - Puisais J., « La place du plaisir dans l'éducation gustative », in *Nourrir de plaisir...*, dir. Corbeau J.-P., op. cit., pp. 86-89.

7 - Cf. Corbeau J.-P. et Salvat E., « Les jeux du manger » in www.lemangeur-ocha.com, et « Education alimentaire ou informations nutritionnelles. Jeux et enjeux de l'éducation gustative », in *Le Ludo-aliment (titre provisoire)*, Autrement, à paraître.

8 - Cf. les travaux de Pascale Hébel au Crédoc, 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., Dubois de Labarre M., Montagne K., Précigout F., Téhoueyres I.

9 - Cf. Corbeau J.-P., « Le mangeur pluriel », in *Le Mangeur du 21^e siècle*, éditions Educagri, 2003, pp. 29-34.