

# 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

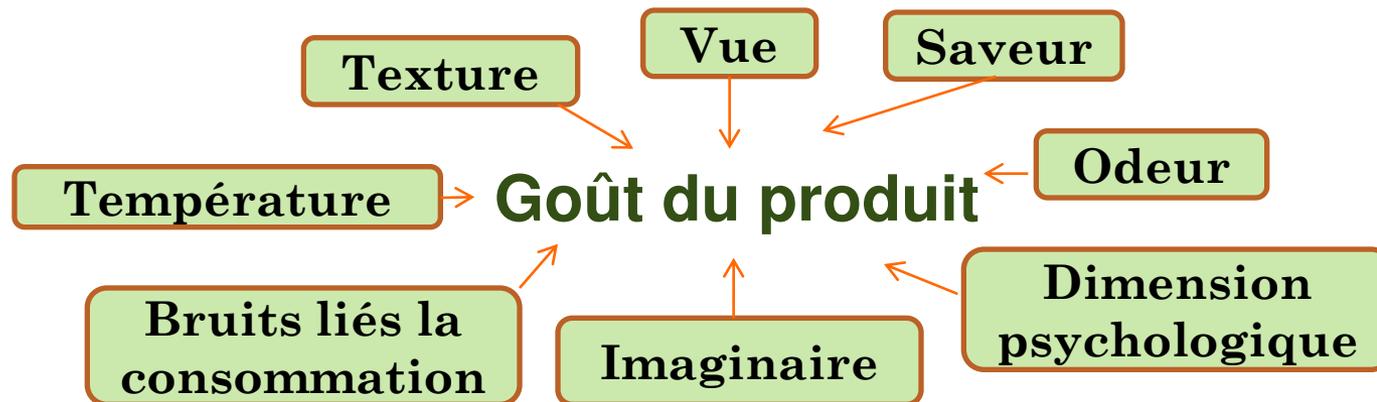
## Le « goût pour »

### Le mangeur

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

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

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



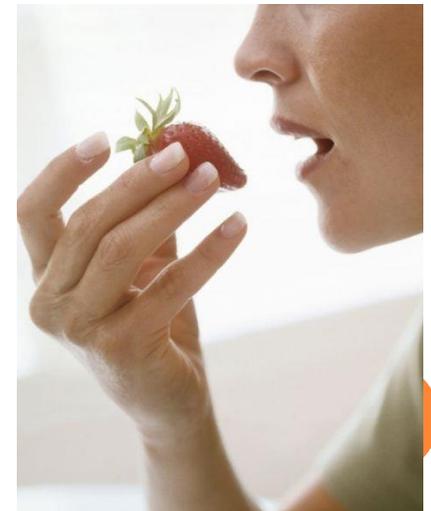
# ASPECT POLYSÉMIQUE DU GOÛT

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

Héritage  
biologique

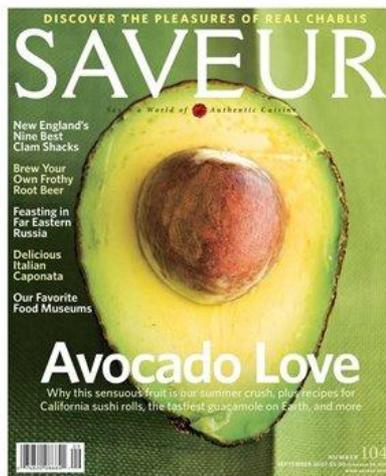
Héritage  
culturelle

**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...

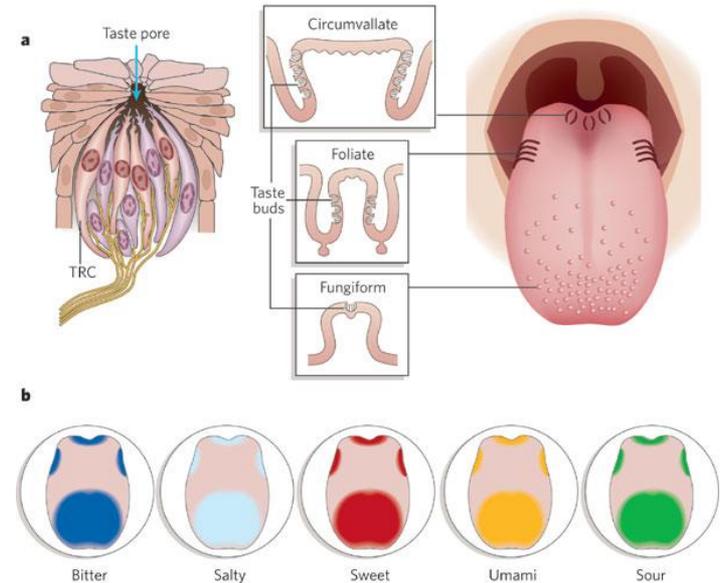
### ❖ Traditionnelles :

- ❖ 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
<b>++ catégories populaires</b>	<b>++ catégories socioculturelles les plus hautes</b>

## 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 !**

