

Observatoire du pain



> **Conso.** Goûts et tendances alimentaires : tour du monde



> **Nutrition.** Index glycémique : un précieux indicateur nutritionnel



> **Société.**
Repas partagé : plaisir et bénéfices

> **Coulisses.**
Nouvelles publications de l'EPI
Partenariat "Tous à table avec le pain"

Suivez-nous sur Internet !

- > www.observatoiredupain.fr
- > www.tuasprislepain.fr
- > twitter.com/ObsduPain
- > facebook.com/croqueursdepain

Grand dossier



Évolution de la consommation alimentaire



Sommaire



> Grand dossier p. 4-5

Évolution de la consommation alimentaire

Interview de Pascale Hébel, Directrice du département
Consommation du CRÉDOC

L'alimentation « valeur refuge » en temps de crise ?

> Consommation p. 6-7

Goûts et tendances alimentaires : tour du monde

France, Allemagne, Espagne, Grande-Bretagne, Amérique du Nord
Chine, Russie, Brésil et Moyen-Orient



> Nutrition p. 8-9

Index glycémique : un précieux indicateur nutritionnel

Index glycémique et pains de tradition française

> Société p. 10-12

Plaisir du repas partagé, sous l'œil du sociologue

Interview de Louis Mathiot, sociologue et chercheur affilié au laboratoire
DynamE de l'Université de Strasbourg

Promouvoir le repas partagé pourrait aider à lutter
contre le surpoids et l'obésité



> Coulisses p. 13-14

Espace Pain Information (EPI) : nouvelles publications

Opération « Tous à table avec le pain »

Interview de Flavio Nervegna, Président de l'Association « Tous à table »

Le magazine de l'Observatoire du pain

N°6 / Janvier 2015 / Publication CIFAP /

Observatoire du pain

Secrétaire générale: Valérie Mousquès-Cami

Rédaction : Pascale Robinet, A Vrai Dire

Maquette : Sambou-Dubois / © Photos :

Observatoire du pain / Epi (Espace Pain

Information) - © Depositphotos.com /

© Shutterstock, / © Istock.

Éditorial



Le pain en 2015,

Pour donner de l'élan à 2015, portons notre attention sur les atouts du pain et sur les actions à engager pour mieux les valoriser encore.

Nous le savons, les modes de consommation du pain se sont modifiés. Ils ont suivi l'évolution des comportements alimentaires. Aujourd'hui, le pain est à la fois un produit plaisir que l'on savoure avec un bon repas ; un produit pratique, de plus en plus apprécié par des consommateurs nomades, urbains, en quête d'un mets unique satisfaisant leur appétit et un aliment reconnu pour ses apports nutritionnels. De plus, les atouts « sociologiques » du pain sont réels : il favorise les liens entre les individus.

Cependant, si les jeunes sont attachés au pain et qu'ils sont de plus en plus nombreux à le consommer en sandwiches, leur consommation devient, pour certains, occasionnelle. Ils ont, par exemple, tendance à négliger le petit-déjeuner, repas essentiel pour assurer l'énergie de la journée, et, repas où les produits céréaliers jouent un rôle essentiel. Ici, nous devons faire œuvre éducative car la transmission des connaissances, en matière d'équilibre alimentaire et de nutrition se fait, de moins en moins, par la famille.

L'évolution de la consommation de pain dépendra donc de notre capacité à épouser les tendances de société, mais également à faire connaître les atouts du pain aux enfants, adolescents et aux jeunes adultes, en cultivant leur envie d'en consommer. Nous l'avons fait et continuerons à le faire avec la campagne « Coucou,... », que nous déclinerons de différentes façons au cours de l'année.

Le pain en tant qu'aliment culturel, symbolique et identitaire nous permet de nous inscrire dans le « savoir parler du pain ». Le pain c'est un aliment, c'est une dimension relationnelle, c'est du lien, c'est du partage, c'est de la modernité... l'étendue des sujets de communication entre les boulangers et les consommateurs est d'une grande richesse. C'est un réel atout !

Pour 2015, nous formulons un double vœu : que le pain puisse être autant apprécié des Français qu'il l'est des étrangers ; que le petit-déjeuner redevienne une occasion privilégiée de consommation de pain, et cela, pour le plus grand bien des consommateurs eux-mêmes.

Enfin, rappelons que nous ne réussissons qu'ensemble, en gardant l'enthousiasme et l'amour de nos métiers.

Jean-Pierre CROUZET

Bernard VALLUIS

Évolution de la consommation alimentaire



Interview de **Pascale Hébel**, Directrice du département Consommation du CRÉDOC.



Récemment le CRÉDOC a présenté, en partenariat avec l'Observatoire du pain, de nouvelles données sur l'évolution de la consommation alimentaire des Français. Quels en sont les éléments marquants ?

« La crise économique actuelle, installée depuis 2008, dégrade le pouvoir d'achat et le moral des Français. L'émergence d'une forme de frugalité, qu'elle soit contrainte ou choisie, est apparue dans ce contexte. Les Français se laissent moins aller dans leurs dépenses en général, même si les données de l'Insee montrent que le poids des dépenses alimentaires ont cessé de baisser depuis 2011, et notamment dans la catégorie « pains et céréales ».

Cependant, nous observons un phénomène nouveau : ces restrictions jouent en faveur de la qualité, au détriment de la quantité. En effet, les consommateurs se sont détournés des produits premiers prix qui répondaient à leurs attentes au début de la crise, mais qui les ont déçus... Désormais, ils consomment moins, pour aller vers du mieux.

Ce mouvement se développe également à partir des discours sur la santé et sur l'écologie : manger moins, mais mieux ;

consommer moins, mais mieux ! Les Français apprennent à se satisfaire de peu, soit par nécessité (un tiers des Français a des difficultés à manger à un niveau suffisant), soit par choix. Cette tendance générale se retrouve dans l'alimentation. On constate notamment la diminution des occasions alimentaires annexes qui touche notamment la consommation de pain.

Manger mieux ! Consommer mieux !

Vous soulignez que l'évolution du mode de vie impacte nos pratiques alimentaires. Comment cela se traduit-il pour la consommation de pain ?

L'évolution du mode de vie - temps passé devant les écrans, dans les transports, l'envie de loisirs...- fait que le temps consacré à l'alimentaire diminue. De ce fait, les repas se concentrent sur le plat du milieu, le plus souvent constitué de

plats transformés qui ne demandent pas ou peu de préparation. La consommation de pizzas ou de quiches, de pâtes, par exemple, n'est pas favorable au pain.

L'évolution des modes de vie se traduit également par une baisse des prises de petits-déjeuners qui défavorise le pain et, dans la composition de ces prises, par la concurrence des pâtisseries et biscuits sucrés. La recherche de praticité est aussi sous-jacente dans le choix du produit.

Grand dossier

Selon vous, à quoi faut-il s'attendre concernant l'évolution de la consommation de pain ?

S'il faut être conscient que certaines tendances sont un frein à la consommation, il en existe aussi des favorables.

A la question : « Lorsque l'on vous dit « bien manger », à quoi pensez-vous ? », jusqu'en 2007, les Français répondaient « équilibre alimentaire, santé » ; depuis, ils répondent « convivialité, plaisir, goût ». Or, si la recherche d'aliments sains et équilibrés était déjà favorable au pain, elle l'était de façon plus secondaire que ne l'est la recherche du plaisir alimentaire. En effet, le pain est directement associé à la tradition culinaire française et au plaisir gustatif aussi bien qu'au plaisir du repas partagé. Notre enquête a d'ailleurs mis en évidence que 80 % des enfants grands consommateurs de pain viennent de foyers se disant bons ou très bons cuisiniers.

Une autre tendance favorable est un très fort effet génération positif sur les sandwiches : les jeunes en consomment beaucoup.

Ces deux tendances conjuguées, ainsi que les efforts des boulangers pour proposer une offre de qualité et diversifiée, aussi bien du côté de l'accompagnement du repas traditionnel, que du côté des repas rapides (sandwichs), donnent toutes les raisons de penser que les professionnels ont mesuré les enjeux et sauront durablement épouser les nouveaux modes de consommation.

Les campagnes de promotion grand public, telle que « Coucou, tu as pris le pain ? », vont dans le même sens.

Pour conclure, je dirais que les professionnels doivent poursuivre leurs efforts pour ré-ancrer la consommation de pain dans le quotidien des Français.

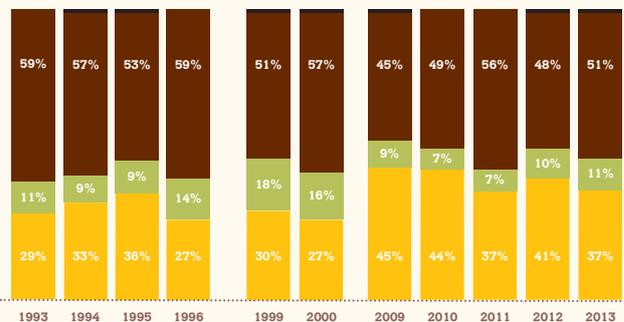
... L'alimentation « valeur refuge » en temps de crise ?

- FranceAgriMer note que, depuis 2008, la part du budget des ménages consacrée à l'alimentation - qui avait constamment reculé entre 1960 à 2007 - a cessé de diminuer. Qui plus est, elle représente une part croissante de la consommation des ménages et atteint désormais le niveau qui était le sien en 2000.
- La crise s'est pourtant fait durement sentir sur la consommation des ménages. Alors que celle-ci augmentait entre 2000 et 2007 à des rythmes annuels situés entre 1,7 % et 3,6 %, la croissance annuelle de la consommation en volume, depuis 2008, peine à dépasser 0,5 % (hormis en 2010), malgré l'augmentation de la population.
- FranceAgriMer commente ainsi ce double phénomène : « Dans ce contexte de morosité, l'alimentation peut apparaître comme une "valeur refuge" permettant de conjuguer à la fois la nécessité (de se nourrir), le plaisir (de la table) et le lien social (convivialité autour du repas partagé). »

Source : Les synthèses de FranceAgriMer/ Consommation Ed. sept 2014

> 1 Français sur 2 vit la consommation comme une nécessité et un plaisir

- ne sait pas
- nécessité / plaisir
- plaisir
- nécessité



Source : CRÉDOC, Enquêtes consommation 2013

> Le petit-déjeuner : un repas moins prisé

Pourcentage d'enfants et d'adultes ayant sauté au moins un petit-déjeuner dans la semaine

- au moins 1 petit-déjeuner sauté dans la semaine
- 7 petits-déjeuners dans la semaine



Source : CRÉDOC, Enquêtes CCAF 2004, 2007, 2010 et 2013

Goûts et tendances alimentaires : tour du monde



❖ Français / Des consommateurs attachés à leur modèle d'alimentation plaisir

Le modèle français tient toujours, avec le plus faible nombre de prises alimentaires par jour (3,6), essentiellement au moment des repas. Les Français sont ceux qui mangent le moins entre les repas.

Ils restent attachés à leur alimentation et expriment de nombreuses attentes liées au plaisir, à la convivialité, à une alimentation saine, équilibrée et variée.

On note néanmoins une baisse du niveau de confiance dans la qualité des produits alimentaires : celui-ci a perdu 8 points entre 2012 et 2014 et touche davantage les jeunes. Conséquence de la pression sur le budget et

d'une érosion continue de la confiance, on observe une hausse de l'autoproduction et du recours à la vente directe.

En termes d'attitudes, les Français sont plutôt ouverts aux innovations alimentaires. Ainsi, 6 sur 10 aiment découvrir de nouveaux produits alimentaires.

L'attention portée à l'origine/la provenance reste élevée, de même que l'intérêt pour les produits alimentaires simples, pas trop transformés. La sensibilité des Français à l'égard de produits alimentaires durables continue de croître, ainsi que leur préoccupation concernant le gaspillage alimentaire.



❖ Allemands / Des consommateurs pour lesquels plaisir et convivialité riment, mais avec une nette demande pour les aliments sains

Le nombre de prises alimentaires par jour est parmi les plus bas (3,7) avec un des plus faibles nombre de repas quotidiens qui s'explique par une prise irrégulière du déjeuner, voire du dîner. L'alimentation est nettement associée au plaisir et à la convivialité, au fait de manger sain et équilibré, tout en variant les repas. En lien avec un taux d'obésité/surpoids élevé (58 %), une proportion élevée d'Allemands considèrent qu'ils mangent trop ou que leurs habitudes alimentaires ne sont pas bonnes pour la santé.

❖ Espagnols / Des attitudes très positives à l'égard de l'alimentation, avec un fort lien alimentation-santé

Le nombre de prises alimentaires par jour est élevée (4,4) résultant d'une prise régulière de repas et d'un niveau important de consommation hors-repas. L'Espagne est le pays européen où la perception d'une alimentation avant tout faite pour réduire les problèmes de santé est la plus élevée. De tous les pays, l'Espagne est celui où on enregistre le meilleur taux de confiance à l'égard de la qualité des produits.



❖❖❖ Britanniques / Entre hédonisme et nécessité

Le nombre de prises alimentaires par jour est moyen (3,9). Les Britanniques cherchent à consommer des produits sains et à équilibrer leur repas plutôt qu'à les varier ou à en faire des moments conviviaux. Malgré un taux d'obésité/surpoids parmi les plus élevés (57 %), ils ne surveillent pas particulièrement leur alimentation et les quantités.



❖❖❖ Nord-Américains / Recherche de fonctionnalité, de praticité et de confiance

Le nombre moyen de prises alimentaires est de 4 par jour. Il se caractérise par des prises irrégulières de petits-déjeuners, voire du déjeuner, compensées par des consommations hors repas. Les États-Unis sont, avec la Russie, le pays où l'alimentation est la plus perçue comme une nécessité. Les Américains sont très peu en attente de partage, de convivialité et de variété.

❖❖❖ Chinois* / Hédonisme alimentaire et fortes attentes en termes de réassurance dans la qualité

Le nombre de prises alimentaires est élevé (4,2 fois par jour), dont 2,8 lors des repas et 1,4 hors repas.

La Chine est le pays où le répertoire des lieux fréquentés pour se restaurer hors domicile est le plus large.

Les Chinois ont une perception hédoniste de l'alimentation ancrée sur une culture de la gastronomie. Bien manger signifie

avoir une alimentation saine et équilibrée, apportant plaisir et convivialité, mais aussi manger pas cher.

On note de fortes attentes de réassurance dans la qualité des produits alimentaires et un grand intérêt pour les innovations en lien avec la naturalité, l'authenticité, la santé préventive, le végétal et le respect de l'environnement.



❖❖❖ Russes* / Des consommateurs en quête de fonctionnalité et de réassurance dans la qualité

Le nombre de prises alimentaires est parmi les plus élevés (4,6 fois par jour), dont un nombre important hors repas. Les Russes ont une perception très fonctionnelle de l'alimentation : 55 % la considèrent surtout comme une nécessité. Plus de la moitié d'entre eux estiment que l'alimentation

peut présenter des risques pour la santé. Ils sont parmi les plus intéressés pour des innovations en lien avec la naturalité, le bio, le végétal, la conservation de la fraîcheur et des qualités gustatives, la santé préventive, la praticité, l'absence d'allergènes.



❖❖❖ Brésiliens* / Des mangeurs fréquents, avec de fortes attentes pour les produits sains

Le Brésil est le pays où le nombre de prises alimentaires est le plus élevé (4,8 fois par jour). Les Brésiliens ont une perception majoritairement fonctionnelle de l'alimentation : 46 % la considèrent comme une nécessité, contre 38 % comme un plaisir. Ils ont des attentes élevées pour des produits sains.

❖❖❖ Habitants du Moyen-Orient* / Recherche de fonctionnalité, de confiance et sensibilité au lien alimentation-santé

Au Moyen-Orient, le nombre de prises alimentaires est moyen (4,1 fois par jour). Les repas ne sont pas pris de façon régulière. L'alimentation est perçue comme une nécessité et un moyen de prévenir les problèmes de santé (score le plus élevé de tous les pays sur ce point : 23 %). On note peu d'attentes de convivialité et de variété et un niveau de confiance élevé dans la qualité des produits alimentaires.

* Pour les zones urbaines

Index glycémique : un précieux indicateur nutritionnel



Notion encore relativement récente, l'index glycémique (IG) a remis en question la distinction classique « sucres lents / sucres rapides ». L'IG est aujourd'hui un moyen vraiment fiable de prévoir la montée de la glycémie dans le sang. De ce fait, il constitue un important indicateur nutritionnel.

[Besoins en glucides complexes

Il est d'usage de classer les glucides en fonction de leur nature chimique : les glucides complexes à base d'amidon et les glucides simples à goût sucré. On a admis un peu vite que les longues molécules d'amidon étaient lentes à digérer, alors que les glucides simples, faits d'une ou deux molécules, l'étaient rapidement. Les glucides complexes, à base d'amidon, ont donc été considérés comme des glucides lents et les glucides simples ont été classés comme des glucides rapides. Facile à manier, cette notion s'est largement répandue auprès des professionnels de santé et des entraîneurs sportifs. Or, la distinction n'est pas aussi nette qu'il n'y paraît : en effet, l'amidon rendu très digeste par certains modes de préparation ou de cuisson peut devenir un « glucide rapide », et un « sucre simple » - comme le fructose des fruits - s'avère être un glucide lent.

[L'index glycémique : le classement des aliments selon leurs effets sur la glycémie

D'où la notion d'index glycémique (IG) utile pour classer les aliments contenant des glucides, selon l'importance de l'élévation de la glycémie qu'ils induisent lorsqu'ils sont ingérés. L'IG se caractérise, à quantité égale de glucides, comme l'effet hyperglycémiant (augmentation de la teneur de glucose dans le sang) d'un aliment comparé à un liquide glucosé. Cet index est d'autant meilleur - en termes de nutrition et de

santé - qu'il est faible. La mesure de l'IG constitue un progrès important car il s'agit d'un paramètre physiologique qui définit objectivement la qualité d'un aliment.

[L'index glycémique : son intérêt dans la prévention des maladies métaboliques

En matière de santé publique, les actions préventives sont essentielles ; d'autant qu'il s'agit souvent de mesures d'hygiène de vie et de diététique, dont la mise en place est moins coûteuse que les traitements médicaux nécessaires en cas de maladies déclarées.

La mesure de l'IG est un paramètre physiologique qui définit objectivement la qualité d'un aliment

[Traitement et prévention de l'obésité

Dans les années 1970, les glucides en général et le pain en particulier ont été considérés (à tort) comme favorisant la prise de poids. Depuis, de nombreuses études ont montré que les sujets qui consomment beaucoup de glucides ont une corpulence (évaluée par l'indice de masse corporelle - IMC-) plus basse que les personnes qui ont un régime riche en graisses. Les personnes obèses, quant-à-elles, sont attirées non par les glucides en général, mais plutôt par les aliments glucido-lipidiques (surtout gras et sucrés). Une alimentation centrée sur des aliments à l'IG très élevé induit, après les repas, une forte sécrétion d'insuline qui favorise la prise de poids et gêne l'amaigrissement. D'où l'importance, pour traiter le surpoids de choisir des aliments dont l'IG reste modéré.

[Traitement du diabète

Le régime des diabétiques (type 1 ou 2), autrefois pauvre en glucides, aboutissait à un excès d'apports en lipides, source de dépôts graisseux artériels donnant ultérieurement des accidents cardio-vasculaires. Aujourd'hui, on préconise que la diététique du diabétique doit, au contraire, comporter au moins 50 % de l'apport calorique total quotidien sous forme de glucides. Dans les 2 types de diabète, on conseille la consommation d'aliments à index glycémique faible ou moyen. Celle-ci :

- permet d'obtenir une glycémie la moins élevée possible ;
- limite l'hyperinsulinisme ;
- améliore le taux de graisses dans le sang ;
- prévient les complications cardio-vasculaires.

[Prévention des accidents cardio-vasculaires

Première cause de mortalité en France, ces accidents sont multifactoriels. En termes de prévention nutritionnelle, outre la qualité des graisses, interviennent le choix des glucides et l'apport en fibres - notamment solubles -. En effet, parmi les facteurs de risque des maladies cardio-vasculaires, a été identifié le rôle nocif de l'hyperinsulinisme qui favorise le dépôt de graisses dans les vaisseaux et des lésions au niveau des parois artérielles.

Les études scientifiques montrent qu'un apport préférentiel d'aliments à index glycémique moyen ou bas, constitue une prévention de la survenue ou de l'évolution des affections cardio-vasculaires, avec notamment une baisse de l'hyperinsulinisme et une augmentation du HDL-cholestérol. Il est donc fondamental de favoriser la consommation de légumes et d'aliments tels que la baguette de tradition française, le riz, les pâtes, les légumes secs, les fruits.

Pain de tradition française : un index glycémique modéré



... Index glycémique et pains de tradition française

- Depuis 10 ans, l'étude menée par le Laboratoire du Pr Gérard Slama (Hôtel-Dieu, Paris) fait référence en matière d'index glycémique et insulinémique des principaux pains français.
- Cette étude avait pour but de déterminer l'impact de la forme, de la teneur en fibres, de la cuisson ainsi que du processus de fabrication sur l'IG de ces pains.
- Elle a permis de démontrer que certaines variétés de pains possèdent des index glycémiques particulièrement intéressants, notamment la baguette de tradition française avec un IG de 57.

Source : Etude menée, en 2004, par le laboratoire du Pr Gérard Slama (Hôtel-Dieu, Paris)



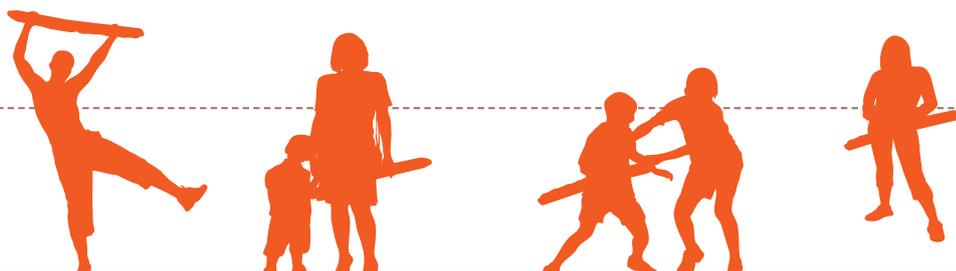
Recette / Tartine de ris de veau braisés
aux champignons de Paris sur baguette.

© : EPI - Natacha Nikouline



Recette / Fromage de chèvre, anchois
et pesto sur pain aux céréales.

© : EPI - Natacha Nikouline



Plaisir du repas partagé, sous l'œil du sociologue



Parce que, pour de nombreux Français, le pain est avant tout source de plaisir, notre magazine s'intéresse aux différentes composantes du plaisir alimentaire. Dans le dernier numéro, nous avons interviewé Nicolas Darcel, maître de conférences à AgroParisTech, sur les mécanismes physiologiques et neurologiques du plaisir de manger. Aujourd'hui, avec Louis Mathiot, sociologue et chercheur affilié au laboratoire DynamE de l'Université de Strasbourg, nous nous intéressons à une autre dimension du plaisir alimentaire, celle du partage... parce que le pain est aussi, et par excellence, l'aliment du partage.



Louis Mathiot, de quoi parle-t-on lorsque l'on évoque le plaisir du repas partagé ?

« C'est en effet une bonne question car, si le plaisir du repas partagé sonne parfois comme une évidence, l'expression mêle, en réalité, différents types de plaisirs. On en dénombre trois. Le premier est le plaisir sensoriel ou physiologique : « Le corps à corps avec l'aliment », selon l'expression de Jean-Pierre Poulain. Le deuxième est cognitif ; il renvoie aux représentations, aux symboles, aux significations que véhiculent les aliments. L'exemple type est celui des escargots : ils sont appréciés en France et honnis en Grande-Bretagne. Enfin, le troisième type de plaisir, celui qui nous intéresse ici, est le plaisir lié à la sociabilité et à la solidarité qui accompagne l'acte de manger.

Ce plaisir, va-t-il de soi ?

Non, des exemples pris dans d'autres cultures ou dans l'histoire lointaine et même dans l'histoire récente nous le montrent. Dans la plupart des cultures, le fait de manger seul est désapprouvé. Le repas partagé paraît universel car il est pensé comme l'évènement qui actualise et catalyse les liens sociaux.

**Pour les parents d'aujourd'hui
la convivialité s'impose
comme une nécessité**

Mais, ce n'est pas pour autant qu'il procure du plaisir aux commensaux, au sens du plaisir du partage. Il faut en effet faire la différence entre commensalité et convivialité.

Dans les sociétés dites de la tradition, les prises alimentaires sont systématiquement collectives, mais codifiées avec une grande précision et hiérarchisées.

Dans l'ethnie Wolof au Sénégal, par exemple, le repas se compose de deux séquences. Les hommes consomment d'abord les parts jugées les meilleures et sont seuls à pouvoir discuter. Les femmes mangent ensuite avec les enfants, au cours d'un second service. Ce sont elles qui bénéficient alors du droit de parole.

En France, la notion de plaisir partagé au cours du repas est assez récente. Dans l'occident médiéval, le repas des élites sociales, autour de la table en U, représente la distribution de l'ordre social. Le divertissement prévaut alors sur la convivialité.

Le terme de convivialité n'apparaît qu'au XVII^e siècle lorsque la table devient fixe, dédiée au repas et prend une forme arrondie favorisant les échanges entre les commensaux.

Société

La table ronde signifie alors l'égalité entre les convives. Quant à l'idée du plaisir partagé, elle n'émerge réellement qu'avec Brillat-Savarin (1755-1826), qui, à la différence de Grimod de la Reynière (1733-1793) - autre auteur s'intéressant au plaisir du repas - défend l'idée selon laquelle la gastronomie n'est pas de savourer seul la bonne chère, mais de la partager. Bien sûr, à cette époque, ceci concerne uniquement les élites sociales.

Il n'est pas besoin de remonter si loin dans le temps pour s'apercevoir que partage du repas et plaisir du partage ne vont pas forcément de paire. Il suffit de se remémorer les récits des repas familiaux des années 1950 : l'autorité du père faisait encore obstacle à ce que les enfants prennent la parole. Ces différents exemples montrent que lorsqu'il y a hiérarchie, le plaisir du repas partagé est, au mieux, réservé à quelques privilégiés.

S'il ne va pas de soi, quel en est le secret ?

Je formule l'hypothèse selon laquelle la condition du plaisir partagé serait la symétrie des positions entre commensaux. Cela est commun à l'ensemble des sociétés.

Mes enquêtes sur l'alimentation des familles montrent comment, pour les parents d'aujourd'hui, la convivialité s'impose comme une nécessité.

Ils sont nombreux à attendre du repas qu'il soit un moment de réunion, un temps d'échange. On assiste alors à l'effacement de la hiérarchie parents-enfants le temps du repas. Il s'établit des relations temporairement symétriques pour favoriser l'échange et le partage du plaisir. Cette valeur apparaît clairement du côté des adultes, qu'en est-il du côté des jeunes ?

On constate qu'elle existe également chez les enfants et les adolescents, alors même que leurs comportements - surtout pour les seconds - semblent souvent aux antipodes des valeurs prônées par les adultes puisqu'ils préfèrent les prises alimentaires rapides, déstructurées et individuelles.

Les études sur l'alimentation des adolescents montrent que la tendance durant la pause méridienne prise en dehors de l'école n'est pas le renoncement au plaisir partagé, mais sa reconstitution. En effet, de l'âge de 12 à 18 ans, les adolescents cherchent avant tout à dépasser la simple relation de commensalité et à la transformer en un moment de convivialité qui repose sur le partage d'émotions entre pairs. La mesure des temps de fréquentation par les jeunes des restaurants rapides ou des espaces publics montrent qu'ils ne s'inscrivent pas dans le temps d'une prise alimentaire individuelle, mais dans un temps collectif : c'est-à-dire un temps relativement long au cours duquel les échanges sociaux sont possibles et renforcés.

On le voit, le plaisir du repas partagé n'est pas remis en cause par les formes de nouvelles consommation. Il reste une valeur centrale qui prend des formes différentes selon les générations."

“ *Sous quel angle les nutritionnistes s'intéressent-ils au plaisir du repas partagé ?*

Il semble que le repas partagé favorise l'équilibre alimentaire. En effet, dans une dynamique collective, il est plus facile de se réguler : on n'hésite à se resservir, on est incité à manger de façon plus diversifiée... Pouvoir identifier le plaisir que les convives trouvent à ce partage est dès lors important dans une perspective d'éducation alimentaire.

”

Pour **89 %**
des personnes interrogées,
le pain est particulièrement apprécié
en accompagnement d'un bon repas

Source : IFOP 2013



...✚ L'intérêt récent des sciences sociales pour le plaisir alimentaire.

Extrait de l'intervention de Louis Mathiot lors des entretiens de la Nutrition, Lille 2014.

- Alors qu'une sociologie du goût s'est engagée depuis les années 1980, le plaisir alimentaire a fait quant à lui l'objet d'un intérêt assez tardif en sciences sociales.
- Sa thématique ne s'est véritablement engagée qu'à partir des années 2000 et elle est devenue « publique » avec l'ouvrage de Claude Fischler et Estelle Masson paru en 2008 qui interroge les liens entre plaisir et certaines pathologies alimentaires ; l'idée forte étant que le plaisir alimentaire peut être protecteur de l'obésité.
- Dès lors, un certain nombre de publications scientifiques traitent spécifiquement de la thématique du plaisir, tels que les Cahiers de l'OCHA n° 13 « Se nourrir de plaisir », dirigés par Jean-Pierre Corbeau (2008), qui regroupent des contributions de chercheurs en sciences sociales.



Promouvoir le repas partagé pourrait aider à lutter contre le surpoids et l'obésité



Selon une étude américaine,

1 à **2**
repas
par semaine

en famille, quand on est adolescent, diminue par deux le risque de devenir obèse à l'âge adulte.

[Une étude américaine s'intéresse à l'influence de la prise de repas en famille sur l'obésité des jeunes

Aux Etats-Unis, une étude de cohorte longitudinale a suivi 2 117 Américains de l'adolescence au début de l'âge adulte sur 10 ans. Un tiers des participants était au collège au début de l'étude et les 2 tiers restant au lycée (...).

Les adolescents ont répondu à plus de 220 questions portant sur les facteurs sociaux, comportementaux, familiaux et personnels qui peuvent influencer la prise de poids. Le questionnaire posait notamment la question : « Durant les 7 derniers jours, combien de fois avez-vous mangé en famille ? ». Les réponses possibles étaient : « jamais », « 1-2 fois », « 3-4 fois », « 5-5 fois », « 5 fois » et « plus de 7 fois ».

[Trois hypothèses pour expliquer les bienfaits du repas en famille

Les résultats montrent que les adolescents américains mangeant 1 fois ou plus en famille par semaine ont un risque de surpoids ou d'obésité divisé par 2 environ à l'âge adulte, comparés à ceux qui ne mangent jamais en famille.

Le bénéfice paraît dès 1 ou 2 repas par semaine pris en famille.

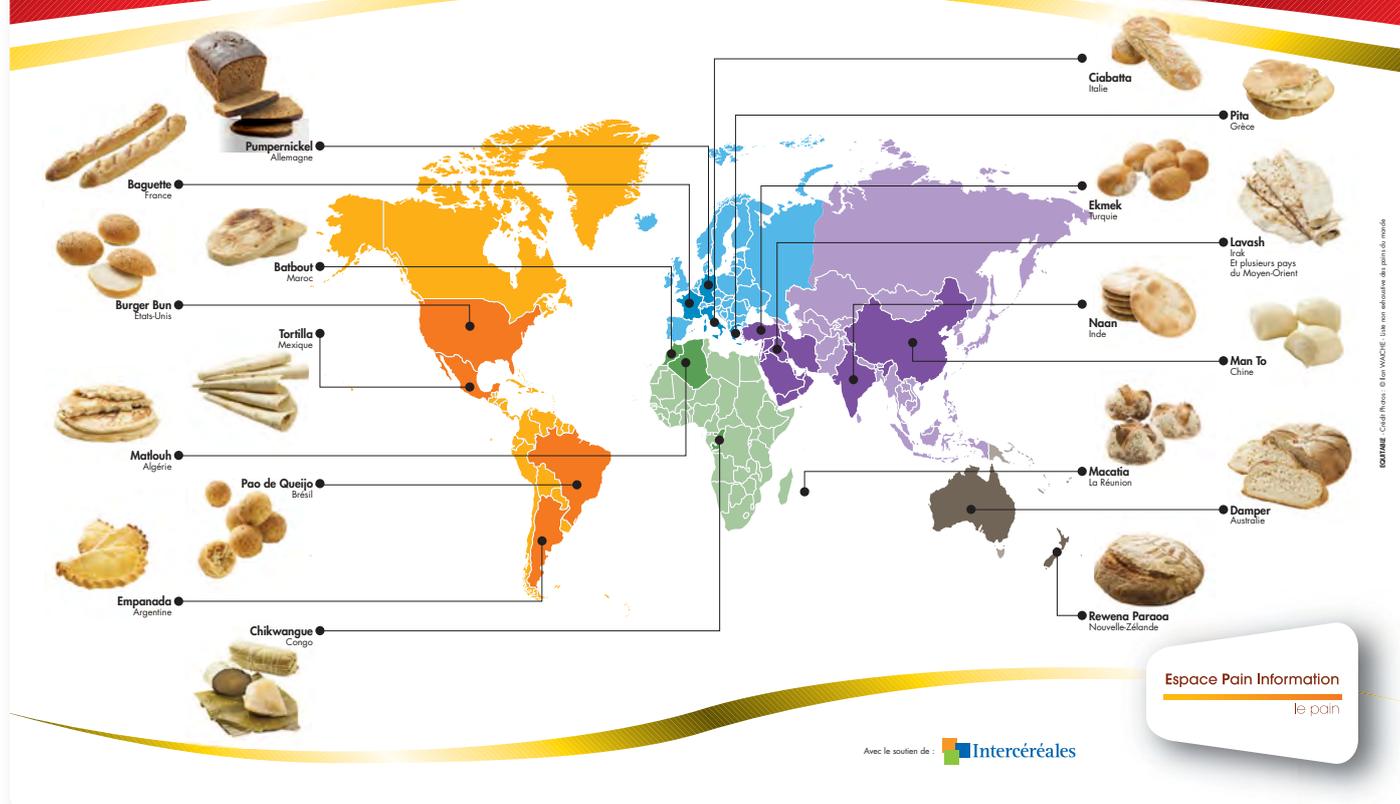
Trois hypothèses cumulables sont avancées pour expliquer ce résultat. Premièrement, les repas servis en famille sont peut-être plus « sains ». Deuxièmement, les repas en famille sont propices aux échanges et contribuent peut-être au sentiment de soutien et de sécurité de l'adolescent, ce qui retentirait sur son comportement alimentaire. Troisièmement, le repas en famille serait un moment de transmission du modèle alimentaire des parents à l'adolescent.

Cette étude plaide clairement en faveur de la préservation du repas familial à table et donc d'un modèle alimentaire que l'on pourrait qualifier de « traditionnel » proche du modèle alimentaire français. De nombreuses études* menées en France ont, en effet, démontré que notre modèle alimentaire : 3 repas par jour, variés, pris à heure régulière et partagés souvent en famille, contribuent à limiter le risque d'obésité. La concentration des apports énergétiques lors des repas, contrairement aux Américains qui privilégient l'alimentation hors repas, en serait une des raisons.

Source : Berje J.M. (2014) The Protective Role of Family Meals for Youth Obesity : 10-Year Longitudinal Associations. The Journal of Pediatrics.
* Sources : Ocha : Observatoire Cniel des habitudes alimentaires - CRÉDOC : Centre de recherche par l'étude et l'observation des conditions de vie.



Les pains font le tour du monde !



*Découvrez l'ensemble
des documents,
brochures, dépliants,
affiches, cartes
postales, DVD, etc...
sur : www.espace-pain-info.com*

[Sur les cinq continents

L'Espace Pain Information (EPI), centre d'information et de documentation de la filière blé-farine-pain, propose au grand public de découvrir la diversité des pains du monde au travers d'une brochure (12 pages) et d'une affiche (60 x 40 cm).

Ces deux documents proposent un voyage sur les 5 continents. Selon les pays, la recette varie en fonction des différentes céréales et farines, du temps de fermentation, de la durée de cuisson et de la forme du pain.

L'Espace Pain information, c'est également une documentation riche et variée, destinée à faire découvrir, au plus grand nombre, la filière blé, farine, pain au travers de ses hommes, ses métiers et ses produits.

Partenariat « Tous à table avec le pain »



Interview de
Flavio Nervegna, Président
de l'Association « Tous à table ».

L'Observatoire du pain soutient l'Association « Tous à table » et offre des repas à de grandes tables. Flavio Nervegna nous en parle.

Flavio Nervegna, pouvez-vous nous présenter votre action, vos objectifs ?

« Tous à table » est une association que j'ai créée en 2011 afin de fédérer les grands chefs autour d'actions concrètes de solidarité : l'idée est de donner accès à des tables de qualité à des personnes « en panne » et qui veulent redémarrer.

« Tous à table » milite ainsi pour l'accès au « bien manger » pour tous : nous agissons en faveur de repas de qualité à la fois nutritionnelle et gustative, pris à table ; ce qui favorise la convivialité. Les restaurateurs partenaires, souvent de très grands chefs, ouvrent leurs portes aux bénéficiaires (4 000 à ce jour) au cours d'un service classique. Tous les clients sont sur un pied d'égalité : les bénéficiaires paient l'addition comme tout le monde, mais celle-ci, en tout anonymat, est réduite à 10% de sa valeur réelle. Le pari est que le ravissement du moment, la qualité du repas et la convivialité entre personnes d'horizons différents aident chacun à reprendre confiance en soi et à rebondir. Dans cette optique, nous organisons des opérations spéciales, notamment à l'occasion de Noël.

Le 30 août dernier, nous avons innové avec le 1^{er} Festival solidaire alliant gastronomie et musique, au Carreau du Temple, à Paris. Un grand moment de partage articulé autour d'un brunch, d'un apéritif et d'un grand diner des chefs qui a réuni plus de 1 200 personnes, dont plus de 300 bénéficiaires. Au cours du festival, nous avons également donné le coup d'envoi du partenariat entre « Tous à table » et L'Observatoire du pain.

Pourquoi ce partenariat avec l'Observatoire du pain ?

C'est un choix naturel car le pain véhicule et représente des valeurs culturelles et sociales qui correspondent bien à celles de l'association. A travers ce partenariat, « Tous à table » et l'Observatoire du pain portent ensemble les valeurs de partage, de convivialité et de plaisir.



Le pain est souvent le premier aliment sur la table, celui dont on parle et que l'on partage. Le pain, c'est le lien entre les plats, entre les convives également. Il est indispensable et nous défendons ardemment sa place au centre du repas.

Pour le Festival du 30 août, nous proposons d'ailleurs quatre pains différents offerts par l'Observatoire du pain ! Nous voulions aussi créer un grand élan de solidarité autour de cette initiative : « Tous à table avec le pain ! »

Comment faites-vous vivre ce partenariat ?

La campagne « Coucou ! Le pain » propose une opération « selfies » ouverte à tous pour renforcer le soutien que nous apporte l'Observatoire du pain. Plus les selfies seront nombreux, plus l'Observatoire du pain offrira de repas aux bénéficiaires de l'association.

Soutenir « Tous à table » par une image, c'est aussi partager !

... Depuis le 1^{er} septembre 2014 « Coucou ! Le pain » invite le grand public à participer à un programme « selfies ».

- Munis de leur smartphone ou de leur appareil photo, les internautes peuvent rivaliser d'inspiration et de créativité pour prendre leur plus beau selfie avec du pain, et le poster sur la page Facebook « Tu as pris le pain ». www.facebook.com/tuasprislepain.
- Plus les selfies seront nombreux, plus l'Observatoire du pain offrira du pain et des repas aux bénéficiaires de l'association. L'objectif est de permettre aux chefs avec lesquels travaille l'association de mitonner de nombreux repas supplémentaires et autant de bons moments passés à table.



TOUS À TABLE AVEC LE PAIN
#COUCOULEPAIN



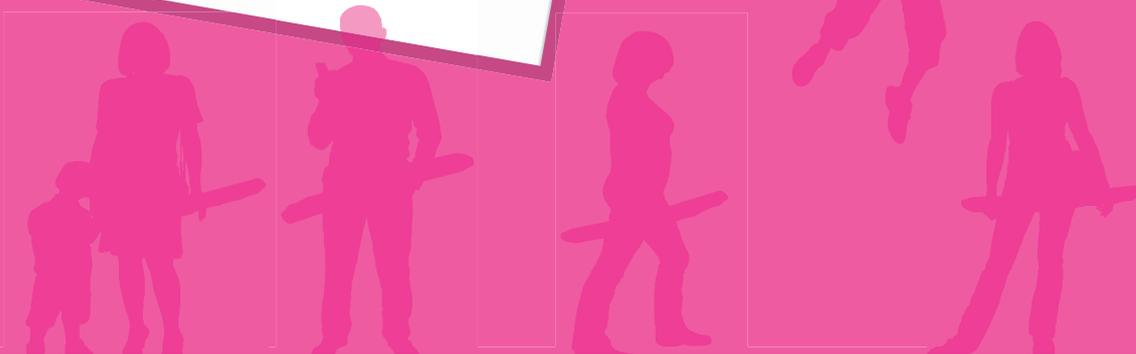
TOUS À TABLE AVEC LE PAIN
#COUCOULEPAIN



TOUS À TABLE AVEC LE PAIN
#COUCOULEPAIN



Opération "Selfies"
depuis septembre 2014



COUCOU ? TU AS PRIS LE PAIN



www.tuasprislepain.fr

Observatoire du pain

le pain

Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière. www.mangerbouger.fr