

LA REVOLUTION DU PLAISIR

Retour de l'instinct animal, processus naturel par lequel le corps se procure du plaisir à la dégustation de mets recherchés pour leur teneur nutritionnelle particulière.

Ainsi, le mangeur a meilleur compte de suivre son instinct plutôt que les préceptes théoriques des nutritionnistes ou pire, des diététiciens. Si vous avez envie de carotte, de fromage ou de viande : allez-y !

A l'orée de cette nouvelle année, voici 15 choses qui vont bouleverser votre façon de manger d'ici 2028 :

1. La base de l'alimentation, ce sera les fruits, de toutes sortes, les légumes, les légumineuses, et les céréales. Tout le reste sera douteux. (« elle ne mangeait que des tranches de jambon sous plastique, alors elle est morte jeune, à 105 ans ! Quel drame ! »)



Pyramide du régime méditerranéen - George Middleton - DR

2. Le gras sera devenu essentiel et ne fera plus jamais grossir. (« A la cantine, le lundi, c'est « une belle assiette de haricots assaisonnés de graines de tournesol, de pignons, de noix et d'une bonne huile de colza »).

3. Les aliments seront classés en 4 camps : les aliments bruts non transformés (une pomme de terre), les aliments peu transformés (carotte râpée nature), les aliments préparés simplement (du fromage, un yaourt, un pur jus d'orange, une pâte à pain avec des tomates, du fromage et des champignons prêts à cuire), et tous les aliments très transformés (des croquettes de petit déjeuner, une barre de céréales, des chips aromatisées, des sodas...) : cette théorie établie en 2009 par Carlos Monteiro, chercheur en épidémiologie pour la nutrition et la santé à l'Université de Sao Paulo, sera LA référence mondiale et guidera les mangeurs dans leurs choix alimentaires sains.

La classification NOVA



Asma El Mabchour - Université de Montréal - DR

4. On ne vous dira plus « 5 fruits et légumes par jour » mais « choisissez au moins 3 super fruits et légumes chaque jour, sans résidus ». Il y a 10 fois plus d'antioxydants dans certaines variétés de pomme que dans la golden... alors mieux vaut choisir ses variétés plus soigneusement qu'en rester au genre « pomme ». Et bientôt, on précisera les sous-variétés ou les hybrides brevetés. (« je voudrais un kilo de Chasselas bordonicus F2 H2.b1 »...). Les Superfoods prennent le pouvoir : ils sont puissants et aptes à nous sublimer, pour nous surpasser.



Le Chat - Philippe Geluck - 2014 - DR

5. Vous ne lirez plus la liste des ingrédients, mais la liste des indésirables pour vérifier qu'ils sont bien absents : sans OGM, sans dioxine, sans bisphénol A, sans, sans, ... La stratégie d'évitement à son comble.

6. Vous ne finirez plus votre viande... mais vous finirez vos légumes (« Tu n'as plus faim mon chéri ? Finis au moins tes haricots ! »).

7. Au restau, le plat principal sera le plus souvent sans viande ni poisson, mais avec des céréales, des légumineuses, des protéines bactériennes issues des biotech (« je voudrais une belle tranche de Quorn s'il vous plaît »).

8. Vous ne priverez plus vos enfants de desserts et vous ne les récompenserez plus non plus d'un bigMac'hin (« si tu as une bonne note, tu auras droit à une heure au parc »).

9. Vous suivrez les saisons. Mais celles de qui ? (« Tiens, j'ai acheté des fraises d'Islande : elles ont la saveur « geyser », c'est super sain ! »). Le Locavorisme, c'est bien sur le papier... parce que les fraises qui poussent sur les toits de Paris, c'est super, mais qui en veut ?

10. Quand vous serez invité chez des amis, vous offrirez une bouteille d'eau (« tu peux y aller, celle-là, elle est « hors d'âge », tirée des profondeurs des Vosges : elle n'a encore jamais vu un homme ! Elle a juste un petit goût de pisse de mammoth » ! Pure quoi !).

CONSULTATION NUTRITION

11. Les problèmes d'allergies alimentaires seront résolus en cessant de tout stériliser, et en mettant les jeunes organismes plus souvent en contact avec le vrai monde microbien. Fini le principe de précaution.

12. Les effets visibles du réchauffement climatique seront d'avoir sur les étals des bananes de Grande-Bretagne, et plus jamais de tulipes ni d'Edam de Hollande, qui aura disparu sous les eaux. Mais là, il sera trop tard.

13. La cuisine sera « 0 déchet ».



La Famille Zéro déchets - Dessin de Bloutouf - DR

14. Le compagnonnage est de retour. Le Compagnon est celui qui partage son pain. On partage de nouveau, notamment les excédents. On partage pour ne pas gâcher, mais aussi avec ceux qui ont moins. On partage pour acheter moins cher à plusieurs ou pour rentabiliser une livraison.

15. Les mangeurs vont cesser de croire ce qu'ils lisent sur la toile ou au kiosque presse (« Perdez 3 kilos en une semaine » ou « les aliments à éviter! » ... Drôle, mais idiot!)



Mais aussi : l'internationalisation des assiettes et des goûts alimentaires, l'ubérisation des aliments, l'éthicisation des aliments (Bio, environnement, ethnique et éthique...), le low cost alimentaire, une alimentation bi-face : l'alimentation utile quand je travaille, le loisir créatif quand je cuisine, et peut-être (?) pas à l'abri d'un coup de chance (?), le retour à la conversation avec des vrais gens (et non plus avec un écran).

Le plaisir : le meilleur des guides nutritionnels

Des chercheurs¹ ont travaillé sur les différentes dimensions du plaisir de manger apprises pendant l'enfance.

La première est la dimension sensorielle, qui est le plaisir des sensations pendant la consommation.

Les nourrissons ont une attirance innée pour le goût sucré : normal, cette attirance est leur guide de sauvetage nutritionnel. Si peu doté en réserves, le sucre permet de leur fournir très vite et sans effort physiologique ou enzymatique de l'énergie, avec très peu de résidu : de l'eau et du gaz carbonique. L'attirance et le plaisir qu'ils ressentent au goût sucré sont donc indispensables à leur survie. Puis, le plaisir sensoriel de manger est appris lors des premières années de la vie. L'exposition à certains saveurs in utero, la consommation de lait maternel ou la répétition de la présentation d'un aliment ont par exemple un effet sur l'appréciation. Le bébé est un caméléon qui passe du stade mono aliment (le lait maternel) à l'omnivore qu'il va acquérir à force d'imitation.

Mais il y a aussi la dimension interpersonnelle, c'est-à-dire le plaisir dû au contexte social de la consommation.

Les interactions sociales pendant les repas sont indispensables au développement du comportement alimentaire de l'enfant. Les enfants vont par exemple plus facilement goûter un aliment partagé. Les dimensions psychosociale, culturelle et familiale, regroupent toutes les facettes de plaisir lié aux représentations cognitives de l'alimentation.

Les aliments sont entourés de « croyances », dues par exemple à la religion, aux habitudes, mais aussi à l'apparence et à l'imaginaire véhiculé par la marque, l'emballage, le marketing ou un label. Cette dimension du plaisir est basée sur l'hypothèse que notre réaction hédonique à un aliment résulte en partie des représentations que l'on en a, et qui créent une attente sur le plaisir. Chez les enfants,

la publicité et le marketing jouent sur ces croyances.



The Gabriel Method - healthy Family Eating - DR

Jusqu'à présent, les interventions pour favoriser des choix alimentaires plus sains chez les enfants se sont essentiellement basées sur des informations nutritionnelles, indiquant quels types de produits sont « bons » ou « mauvais » pour la santé. Ces stratégies basées sur une approche cognitive ont montré un effet limité voire contre-productif sur le choix d'aliments sains. L'attirance innée pour les aliments à forte valeur énergétique peut être contrebalancée en apprenant à tirer du plaisir d'un régime varié et équilibré via les 3 dimensions citées : améliorer la familiarité en variant les aliments dans les premières années, partager les repas de l'enfant en famille, ou utiliser une stratégie de communication favorisant les aliments sains pour augmenter leur attractivité.

¹Learned pleasure from eating: An opportunity to promote healthy eating in children? Marty L, Chambaron S, Nicklaus S, Monney-Patris S. Appetite. 2018 Jan 1;120:265-274.

CONSULTATION NUTRITION

Dans un contexte d'obésité infantile grandissante, cette revue propose de nouvelles directions pour développer des interventions mettant l'accent sur le plaisir de manger et tester leur efficacité sur l'adoption d'une alimentation équilibrée à long terme.

Obsession pour la long life

Les Français sont bons côté longévité, mais pas pour la qualité de celle-ci. 20 % de la vie (donc vers la fin) est jugée pénible, souffrante, indésirable. Mieux vaut vivre moins longtemps, mais mieux. L'objectif du futur sera donc de rester en très bonne santé, et même en top forme le plus longtemps possible.

Bien sûr, il faudra mettre au point des aliments adaptés pour les sujets qui ont des besoins nutritionnels particuliers... donc pour tout le monde et à tous âges.

Le souhait de gérer sa santé de façon préventive avec une alimentation adaptée, « que l'aliment soit ta première médecine », sera le précepte n°1 pour guider les choix.

D'autant que le temps consacré aux loisirs personnels a brutalement enflé, ne laissant qu'une place de plus en plus réduite aux activités liées à l'alimentation : moins de temps pour les courses, les préparations, la consommation, et le nettoyage. La gestion sous tension du temps a et aura de plus en plus d'impact sur les choix.

Retour aux cuisines

Plutôt que de vous saigner pour leur payer des hautes études et un super diplôme, vous aurez bien meilleur compte de leur apprendre le B-A Ba de la cuisine, les règles de l'équilibre alimentaire, l'art de choisir ses aliments et de les associer.

L'ère de l'apparence dans laquelle nous vivons fait de la silhouette et de l'état de la peau et des phanères, le principal atout pour décrocher un job et avoir une place sociale.

Retour de la cuisine chez la génération Z et ensuite ?

Food-trust

La crise de confiance qui touche le secteur alimentaire doit trouver une solution et un aboutissement. Nutrition-trust : une nouvelle façon de considérer l'aliment à traçabilité augmentée. Contre l'agriculture et l'élevage intensifs, contre la distribution

massive et la consommation de masse, contre l'industrialisation alimentaire : voici la Révolution MY-FOOD. Je veux un aliment préparé rien que pour moi : naturel, Nature (sans transformation), frais. (il sera alors forcément goûteux, sain, nutritif).

L'agriculture & l'élevage arrivent en ville : potagers et ruchers sur les toits, les terrasses, les balcons... L'agriculture s'ubérise : les espaces verts, la moindre parcelle de terre est plantée de tomates, d'herbes, de fraisiers, de laitues... le quartier s'organise. L'agriculteur me livre ses produits directement chez moi. Mais c'est incompatible avec le niveau de pollution. Manger des salades aromatisées « gaz d'échappements » ? Qui en voudrait ?

Revolution Foods
Meal Kits are
making a
revelation in the
way Moms pack
healthy ready to
go foods!



Mom 2 54321



Revolution Foods Meal Kits - Kits de déjeuner sains pour apporter à l'école - DR

Conclusion

« L'agilité » étant le mot à la mode, je ne peux commencer cette année sans le prononcer. Il sera utile dans cette conclusion car il exprime la réactivité naturelle de nos corps à s'adapter à l'environnement alimentaire et nutritionnel. L'agilité nutritionnelle retrouvée : voici ce que je vous souhaite en ce début d'année... ainsi qu'un bon appétit, cela va de soi.

SOURCES

Household availability of ultra-processed foods and obesity in nineteen European countries. - Monteiro CA, Moubarac JC, Levy RB, Canella DS, Louzada MLDC, Cannon G - Public Health Nutr. 2018 Jan;21(1):18-26

Learned pleasure from eating: An opportunity to promote healthy eating in children? Marty L, Chamberon S, Nicklaus S, Monneray-Patris S. Appetite. 2018 Jan 1;120:265-274

Ultra-processing. An odd 'appraisal'. - Monteiro CA, Cannon G2, Moubarac JC, Levy RB, Louzada ML, Jaime PC - Public Health Nutr. 2017 Nov 10:1-5

DEPARTEMENT NUTRITION NUTRIMARKETING

Rédaction : Béatrice de Reynal Conception graphique : Douchane Momcilovic Mise en page : Alix de Reynal
contact@nutrimarketing.eu www.utrimarketing.eu T : 01 47 6 3 06 37

Crédit photographique : Bloutouf - www.cuisine-emois.fr - Philippe Geluck - Innovadatabase - NutriMarketing - Asma El Mabchour
The Gabriel Method - George Middleton - Revolution Foods Leals Kits - Unesco - DR

Média d'information pour les professionnels de santé - N°77 - Janvier 2018 - Tous droits réservés

NutriMarketing - RCS Paris 412 053 621