

Christophe
Marchand

MANGER, BOUFFER,
SE NOURRIR...

Ils en penseraient quoi les Néandertaliens ?

Notre vie quotidienne, nouvelle définition



L'ECONOVIE POUR TOUS

★ éditions ★

Un trésor à protéger

Tous les organismes vivants consacrent l'essentiel de leur temps et de leur énergie à deux préoccupations : se nourrir et se reproduire. Concernant la reproduction, la plupart d'entre eux se débrouillent plutôt bien ; pour la nourriture, c'est une autre histoire, notamment pour nous, les humains. Car les aliments ne se contentent plus de répondre à nos seuls besoins physiologiques : ils sont devenus des enjeux à la fois économiques (un phénomène amplifié par les crises écologiques, démographiques ou géopolitiques), relationnels (au sein de la famille comme dans le rapport à soi-même), spatio-temporels (une offre alimentaire pléthorique et des emballages toujours plus innovants ont encouragé le « manger en toutes circonstances »).

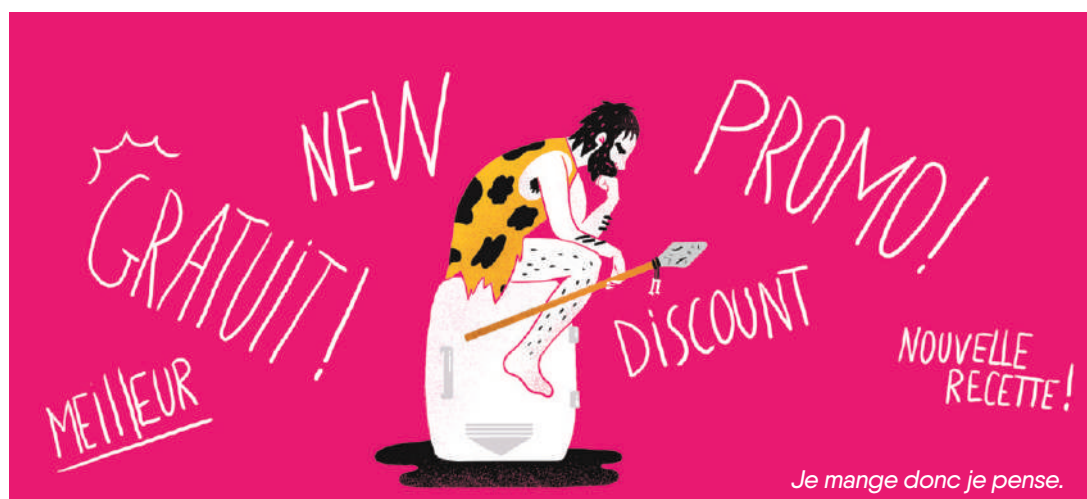
Au-delà des questions classiques – parfois ennuyeuses et un peu moralistes – autour du « bien manger », du « mieux manger », du bio, des lipides, des glucides et des calories, ce livret propose d'aborder l'alimentation sous l'angle d'un Néandertalien. C'est-à-dire ? Découvrez-le dans les pages qui suivent...

★ SOMMAIRE ★

Une nécessité absolue	3
Partir sur de nouvelles bases.....	4
24 heures chrono	5
Le repas qui... ..	6
Mythologie de l'Éconovie	7
De l'argent transformé	8
L'Alimentalité	9
La check-list	10
Et maintenant... ..	11

UNE NÉCESSITÉ ABSOLUE

Il est loin le temps où nos ancêtres chasseurs-cueilleurs avançaient prudemment dans un environnement hostile, tous leurs sens en éveil, en quête d'une pitance qui représentait alors le couronnement d'une somme d'efforts dont l'enjeu était la survie.



Aujourd'hui, la nourriture est partout : dans les cinémas, les bureaux de tabac, les magasins de sport, de bricolage, de jardinage, les stations-service, les distributeurs automatiques et, accessoirement, dans les supermarchés. Nous sommes devenus les champions du gaspillage alimentaire, adeptes de la street-food (manger en marchant), écartelés entre aficionados du snacking, inconditionnels de la junk-food, partisans du bio, militants du véganisme et pros du végétalisme.

Au-delà du besoin organique, manger est aussi devenu un marqueur politique et social associé à des habitudes et des fonctionnements inhérents à nos modes de vie et à notre classe sociale. Que ce soit en regardant la télévision, en surfant sur Internet ou dans le vestiaire de son club de yoga, toute une kyrielle d'aliments liquides et solides nous accompagnent au rythme de nos occupations et de nos humeurs, comme autant de témoins du fil de notre vie.

Dire que se nourrir est une nécessité relève du truisme. En revanche, comprendre que nourrir le genre humain est devenu un enjeu économique tellement colossal que les mécanismes déployés pour nous convaincre de consommer sont d'une sophistication redoutable relève de l'instinct de survie. Plus les stratégies de présentation des aliments sont élaborées, plus nous devons savoir leur opposer notre bon sens néandertalien, que d'autres nommeront « bon sens paysan ».

Pantir sur de nouvelles bases

“ Si vous n’êtes pas capable d’un peu de sorcellerie, ce n’est pas la peine de vous mêler de cuisine. ”

Colette

L’auteure des aventures de Claudine ne pensait pas si bien dire, même si elle était loin d’imaginer, en écrivant ces mots, le sens que prendrait près d’un siècle plus tard le terme « sorcellerie » en matière d’alimentation. De la magie résultant du mariage des saveurs, nous sommes passés à des « protocoles de goût » mêlant méthode scientifique, production industrielle et neuromarketing.

Viande, poisson, œufs, légumes, fruits, féculents, lait, fromage, farine, sucre, sel, café, huile, pain, eau... : voici les produits que nous appelons communément « produits de base » (ou « de première nécessité »). Ce sont eux qui nous servent de repère pour évaluer l’évolution des prix de notre nourriture. S’ils furent pendant longtemps la base de notre alimentation, aujourd’hui les choses ont bien changé. De nouveaux produits ont peu à peu colonisé nos réfrigérateurs et nos placards à provisions, et ont participé à modifier nos habitudes alimentaires.



Cela nous oblige à reconsidérer la notion de produit de base en la définissant comme étant l’ensemble des produits faisant l’objet d’un renouvellement automatique dès qu’ils sont consommés : de l’alcool au soda en passant par les gâteaux apéritifs, gâteaux sucrés, pâtes à tartiner, confiseries, viennoiseries, plats préparés industriels... Une « base » qui s’élargit toujours davantage...

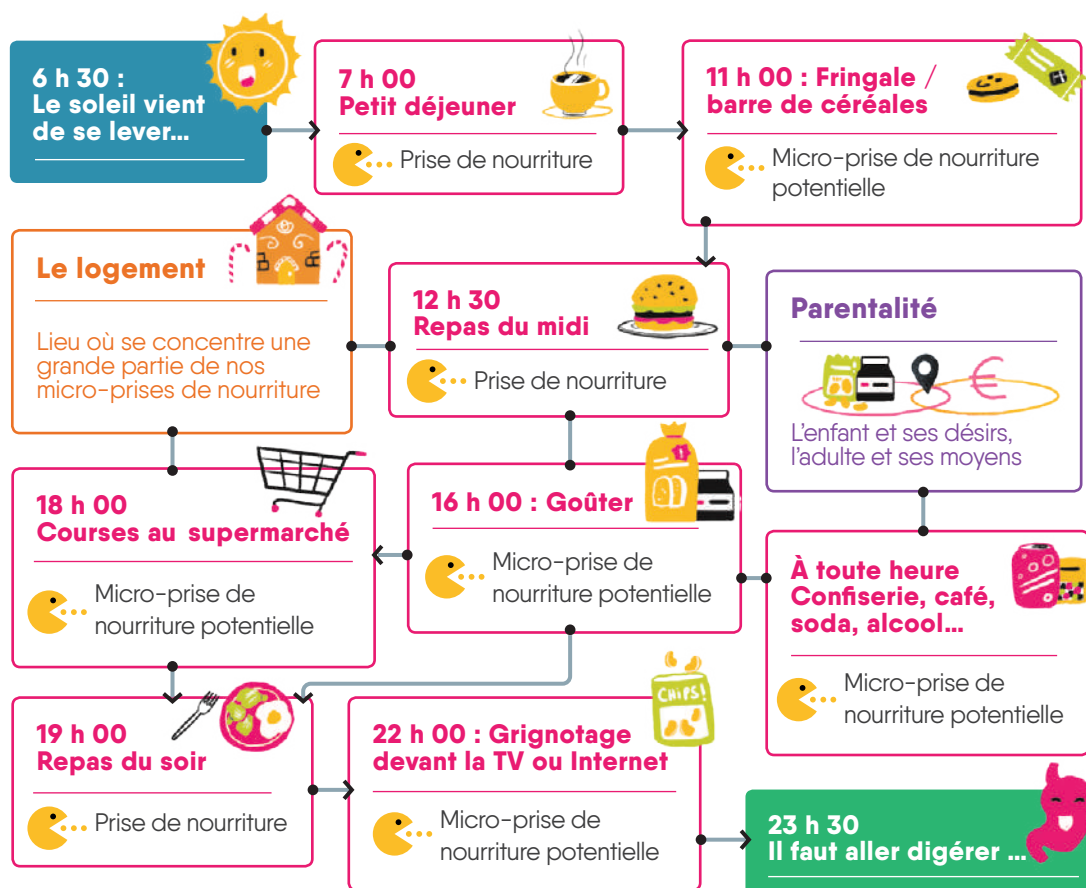


De chasseurs, nous sommes devenus proies. Des proies traquées par des produits n’ayant de cesse de nous inviter, telles les sirènes chantant à Ulysse “viens Ulysse, viens, arrête ici ton bateau et prête l’oreille à nos accents”, non pas à les manger, mais à les avaler frénétiquement. À chacun son odyssée : la nôtre n’est pas moins épique que celle du roi d’Ithaque et elle n’est pas moins passionnante non plus...

24 HEURES CHRONO

Du nombre idéal de repas au nombre d'apports caloriques à ne pas dépasser, les repères alimentaires sont toujours calibrés sur une journée. C'est dire si chaque journée mérite toute notre attention !

La remise à plat de nos habitudes alimentaires ne doit pas uniquement prendre en compte la composition de nos repas mais également toutes les micro-prises de nourriture potentielles. Démonstration :



La nourriture étant le produit de consommation le plus répandu dans notre environnement quotidien, il est également celui qui nous sollicite le plus tout au long de la journée. La fréquence de nos micro-prises de nourriture, si elle peut varier sensiblement d'un individu à l'autre, est un élément révélateur de nos comportements alimentaires, qui amène à nous interroger sur nos motivations réelles dans le choix de nos produits.

Le repas QUI...

—X—



Que veux-tu manger ce soir ? Cette question induit déjà l'expression d'un désir... Par quoi est conditionné ce désir, c'est là le nœud du problème. Souvent focalisés sur la meilleure façon de faire nos courses (Internet, Drive, livraison à domicile...), et pensant ainsi contourner la corvée, nous pouvons facilement oublier que, quel que soit le mode d'achat, ce qui compte, c'est la motivation d'achat.

Derrière nos choix de produits alimentaires se cachent des enjeux relationnels et affectifs liés à la satisfaction de ceux qui vont les consommer.

Si cette recherche de contentement devient trop systématique, les critères nutritionnels, éducatifs ou économiques sont alors relégués au second plan, au profit d'un objectif non avoué mais bien réel : acheter la paix sociale.

L'approche polysensorielle du produit (arôme, goût, texture, aspect visuel...) associée à des stratégies de présentation toujours plus rassurante et pratique (packaging vendant de la parentalité, de la santé, de la simplicité d'utilisation) sont le cœur de la méthode des géants de l'agroalimentaire pour vendre

toujours plus. Ce qui implique une vigilance redoublée de la part des consommateurs que nous sommes.

Se nourrir est une préoccupation ancestrale et centrale qui mérite toute notre attention et doit concentrer toute notre capacité de réflexion.



MYTHOLOGIE DE L'€CONOVIE



Les esprits aiguisés et les âmes curieuses prétendent que les légendes trouvent leur origine dans les temps anciens. L'histoire qui est contée ici témoigne d'événements qui, bien que remontant au-delà de la mémoire des hommes, résonnent encore dans chacun des instants qui ponctuent notre vie d'aujourd'hui.

LES GOÛTS & LES ALIMENTEURS

Populus arpente la ville tandis que son estomac crie famine...



Accompagné de l'inquiétant Corpio, un animal aussi beau que dangereux, Régimus s'active...



Populus ne se doute pas qu'il vient de s'arrêter devant l'étal du maître de l'excès...



Régimus en profite pour attirer l'attention de Populus sur ses produits...



L'eau monte à la bouche de Populus, il a envie de tout goûter...



La veille, dans son sommeil, Natoros, dieu de l'alimentalité, lui était pourtant apparu...



Tour Marmaros, dans la cité d'Argos, repaire de Darkgevel, dieu maléfisant des apparences...

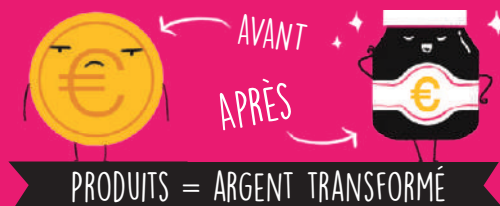
Régimus, tout s'est passé comme prévu ?

Oui monseigneur, exactement comme vous l'aviez prédit.



De l'argent transformé

Consommer se réduit trop souvent au seul acte d'achat alors que celui-ci n'est qu'une partie du processus. Acheter revient à prendre possession d'un produit en transformant de l'argent, notre argent, en ce même produit. Les magasins ou Internet ne sont que des lieux de transformation de l'argent. Une fois le produit acquis, c'est la façon dont nous allons le gérer ensuite qui constitue l'acte de consommation véritable. Que ce soit chez nous, dans la rue ou au travail, c'est au moment où nous « détruisons » le produit en l'utilisant que nous consommons réellement.



Et de notre vitesse d'utilisation du produit dépendra sa vitesse de renouvellement. D'où l'intérêt de savoir identifier tous les signes susceptibles d'influencer notre vitesse d'utilisation

d'un produit alimentaire : emballage pratique, format familial, produit addictif sur le plan du goût ou associé à une image festive... Nous devons aussi être attentifs aux stimulations commerciales

(promotion, produit gratuit, vente par lot...) dont le but est uniquement de déclencher l'acte d'achat, pour finalement décider à notre place quand et pourquoi transformer notre argent en produit. Celui qui s'appuie aveuglement sur ces mécanismes dans son fonctionnement quotidien se retrouve dépossédé de son libre arbitre sans même s'en rendre compte.



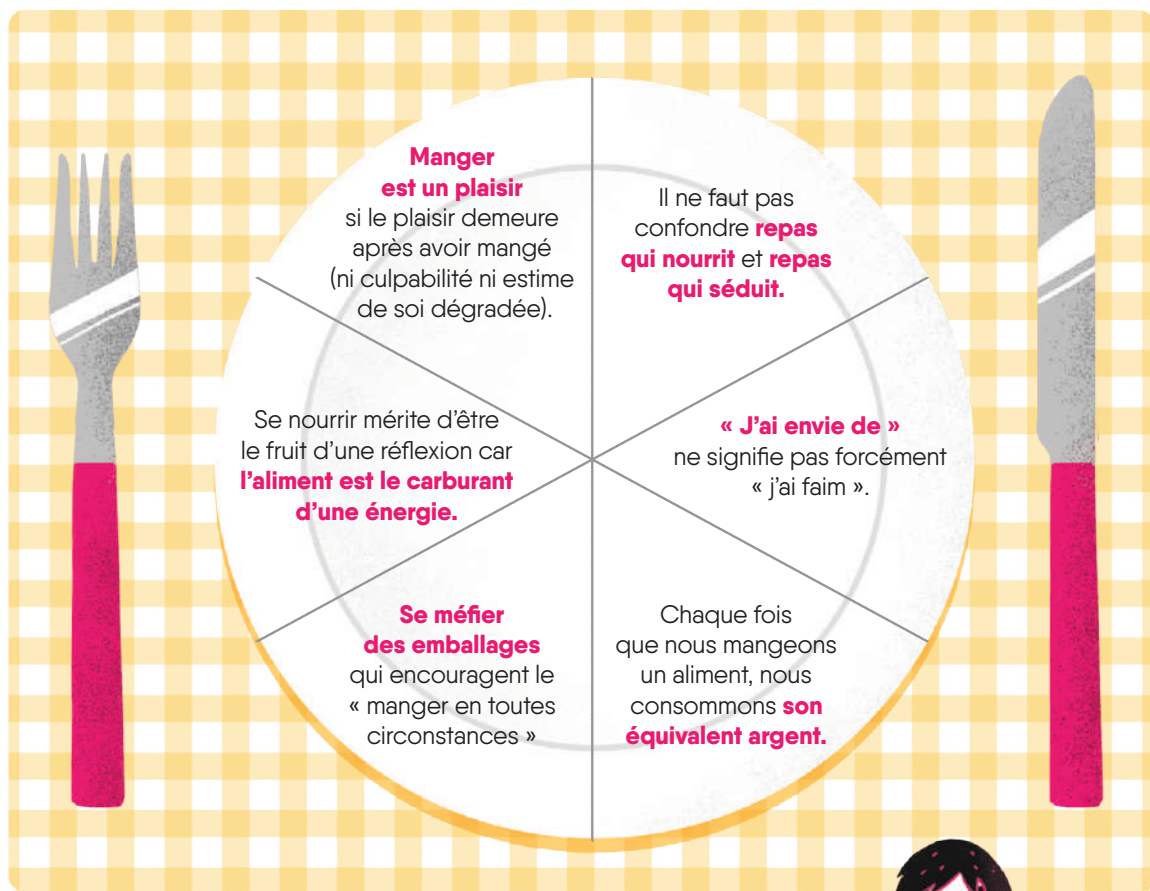
Protéger et gérer notre stock de provisions est une préoccupation multiséculaire, qui est à l'origine de l'invention des techniques de salaison, de fumage, puis d'agriculture. Qui a accès à quoi et à quelle fréquence pose les bases de la logistique domestique. Si nos produits alimentaires sont de l'argent transformé, savoir les gérer revient à savoir gérer notre argent.

L'ALIMENTALITÉ



L'Alimentalité (contraction des mots « aliment, mentalité, parentalité ») suggère que les aliments cachent des croyances que nous devons savoir décrypter, et qui jouent sur l'ambiguïté entre intention de bien faire et action de satisfaire.

Pour être bien dans notre assiette, rappelons-nous que :



Notre alimentation représente un poste budgétaire recelant des leviers stratégiques, mais témoigne aussi, si nous lui accordons notre attention, d'une réelle volonté de s'occuper de soi et de reprendre en main l'organisation de notre vie quotidienne.



MA CHECK-LIST ALIMENTATION

— x —

Voici une liste des principaux engagements à prendre envers soi-même si l'on souhaite réinterroger la place de la nourriture dans son quotidien :

« UNE DEMI-VÉRITÉ EST UN MENSONGE COMPLET »

- JE SUIS PRÊT(E) À CONSACRER DU TEMPS, DE LA RÉFLEXION ET DE L'ÉNERGIE À MON ALIMENTATION.
- JE CONSIDÈRE QUE SAVOIR SE NOURRIR EST UN SAVOIR DE BASE.
- JE NE ME PRÉSENTE PAS MES HABITUDES ALIMENTAIRES QUOTIDIENNES COMME DES FONCTIONNEMENTS « OCCASIONNELS ».
- JE ME MÉFIE DU « J'AIME, J'AIME PAS », DE LA TRIADE SUCRE-SEL-GRAS, ET JE SAIS QUE RIEN NE SE MANIPULE MIEUX QUE LE GOÛT.
- JE SAIS QUE LES ÉCONOMIES DE TEMPS OU DE PRÉPARATION SONT AUSSI DES ÉCONOMIES DE QUESTIONS (PRÊT-À-CONSOMMER SIGNIFIE PARFOIS PRÊT-À-PENSER).
- QUAND JE FAIS MES COURSES, JE ME SOUVIENS QUE LES EMBALLAGES NE SE MANGENT PAS.
- JE MANGE CE QUE JE VEUX TANT QUE JE NE ME PLAINS PAS DES CONSÉQUENCES.
- JE N'OUBLIE PAS QUE MANGER PEUT ÊTRE UN DES PLUS GRANDS PLAISIRS QUI SOIT.

Et maintenant...



C'est un trésor à protéger... car elle est consubstantielle à notre survie. Que nous la nommions bouffe, bouffetance, boustifaille, becquetance, aliment, vivres, pâtée, pâture, pitance, elle mérite que nous lui consacrons un minimum d'efforts car, sans elle, pour l'Homo Sapiens, ça coince ! Mais attention : si nous parlons souvent de nourriture dans les grandes largeurs, seules les actions concrètes et durables produiront les effets attendus.



Pour ma vie, c'est moi qui choisis !

LA PENSÉE PHILO **DE POP !**

“

L'homme est comme une horloge. Il se remonte par la nourriture deux ou trois fois par jour.

Alphonse Karr ”



★ Connaître pour savoir | Savoir pour comprendre | Comprendre pour agir ★

★ L'ÉCONOVIE POUR TOUS ★



Prix : 3,50€

ISBN : 979-10-96781-05-8



L'ÉCONOVIE POUR TOUS
★ éditions ★

15 boulevard Béranger
37000 Tours

CONTINUEZ L'AVENTURE SUR :
WWW.NOTREVIEQUOTIDIENNE.COM

Acheter un livre numérique, c'est acheter un droit de lecture. Ce droit est personnel et non transmissible.