



« Notre lien à l'alimentation est complexe et cache des phénomènes où s'expriment notamment notre identité sociale, notre lien aux autres ou encore – et c'est l'angle ici choisi – notre relation au plaisir.

Or nous sommes au cœur d'une étonnante contradiction : d'une part, nous sommes environnés de messages publicitaires vantant les produits alimentaires, d'autre part, l'obésité et le surpoids devenant un problème majeur, nous sommes incités à manger « moins gras, moins sucré, moins salé... ».

« Nourrir de plaisir » propose une réflexion autour de l'idée qu'il est possible d'allier santé et plaisir de manger. Les échanges et réflexions vont permettre à la fois d'acquérir des notions essentielles sur la nutrition mais aussi de mieux décrypter les publicités des produits alimentaires, pour parfois mieux y résister.

L'objectif étant que les jeunes (et les autres) puissent faire le choix, par eux-mêmes, d'une alimentation équilibrée, alliant santé et plaisirs. »

Marie-Pierre Fourquet-Courbet,
Professeure des Universités et
Chercheur en Sciences de l'Information
et de la Communication et

Didier Courbet, Professeur et Chercheur idem,
expert pour l'INSERM (Santé Publique-
messages nutritionnels de prévention du
surpoids) ont assuré l'expertise de cet outil.



Une approche positive et globale

“Nourrir de plaisir”

Le plaisir est trop souvent associé à la malbouffe.
La prévention a tendance à rejeter sans nuances les modèles alimentaires qu'affectionnent les jeunes, au risque d'un « désenchantement ».

Cet outil d'animation s'appuie justement sur la notion de plaisir pour instiller les données de prévention.

Il ne fait pas un choix entre plaisir et santé, mais concilie les deux.

Ayant su entourer les aliments d'une aura et d'un « fun » propres à leur culture, les publicités alimentaires influencent beaucoup les jeunes ; aussi sont-elles utilisées, tout au long de l'animation, comme support de débats.



Les participants analysent les messages puis imaginent quelle « déconstruction » pratiquer pour que chaque publicité se mette au service du « bien manger ».

LE PLAISIR DE MANGER À SA FAIM

LE PLAISIR DES SAVEURS

LE PLAISIR D'AGIR SUR SON CORPS

LE PLAISIR DE PARTAGER AVEC SES POTES

LE PLAISIR DE LA TRANSMISSION

LE PLAISIR DE « CRAQUER »

LE PLAISIR DES FÊTES ET RITUELS

LE PLAISIR DE TRANSGRESSER

LE PLAISIR D'AFFIRMER UNE IDENTITÉ