

2019

LES CAHIERS DES RENCONTRES FRANÇOIS RABELAIS

## QUELLE ÉDUCATION AU GOÛT POUR LA JEUNESSE ?

Quelle éducation au goût  
pour la jeunesse ?



Sous la présidence de Jacques Puisais

**iehca**  
INSTITUT EUROPÉEN  
D'HISTOIRE ET DES CULTURES  
DE L'ALIMENTATION

# iehca

INSTITUT EUROPÉEN  
D'HISTOIRE ET DES CULTURES  
DE L'ALIMENTATION

[www.iehca.eu](http://www.iehca.eu)

# SOMMAIRE

Les Rencontres François Rabelais sont un événement labellisé “Manifestation de culture humaniste” dans le cadre du Plan National de Formation du Ministère de l’Éducation nationale.

Direction de publication : Francis Chevrier, directeur de l’IEHCA  
Kilien Stengel, coordinateur des Rencontres François Rabelais

A contribué à ce numéro Laurent Geneix, journaliste

Toute reproduction ou représentation intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, des pages ou images publiées dans la présente publication, faite sans l’autorisation écrite de l’éditeur est illicite et constitue une contrefaçon (loi du 11 mars 1957, art.40 & 41 et code pénal art.425).

Édito .....	page 5
Éducation au goût, pour quoi faire ? .....	pages 6-7
« L’éducation au goût » : toute une histoire .....	pages 8-9
L’éducation au goût de l’enfant contribue-t-elle à la bonne santé de l’adulte ? .....	pages 10-11-12
Comment l’enfant exprime-t-il ses goûts ? .....	pages 13-14
Le rôle essentiel des cantines scolaires .....	pages 15-16-17
Comment l’agroalimentaire se saisit du patrimoine culinaire européen ? .....	pages 16-17
La cuisine, une éducation à la diversité culturelle .....	pages 18-19
À l’école des marques .....	pages 20-21

Quelle éducation au goût pour la jeunesse ? Comment transmettre aux plus jeunes, qu'ils soient dans le primaire, le secondaire ou à l'université, qu'ils soient dans le cercle familial ou en dehors de celui-ci, les principes qui fondent une alimentation bonne pour la santé et bonne pour la planète ? Comment faire prendre conscience à nos enfants et nos ados que la cuisine est aussi un territoire culturel où se resserrent les liens sociaux et qui permet l'ouverture aux autres ? Ce ne sont pas d'anodines questions qui agiteront les 15e Rencontres François Rabelais placées sous le haut patronage du Ministre de l'Éducation nationale, Monsieur Jean-Michel Blanquer. Sa présence parmi nous témoigne de son vif intérêt pour ces sujets si essentiels à la bonne éducation de notre jeunesse. Encore une fois, l'IEHCA a mobilisé les meilleurs spécialistes qui prendront le chemin de l'université de Tours pour nous faire partager leurs connaissances et leurs savoirs. Nous sommes tous très heureux que Jacques Puisais, le père des Classes du goût, le chantre du bien manger et du bien boire, préside nos travaux. C'est un grand honneur de l'accueillir.

Les Rencontres François Rabelais sont ouvertes à tous. Il s'agit d'une grande université populaire, d'un haut lieu de la diffusion de la culture scientifique et technique dont l'accès est totalement gratuit. Venez nombreux, que vous soyez parents, grands-parents, enseignants, simples curieux, étudiants, élus, employés de cantine scolaire, médecins, restaurateurs, l'alimentation des plus jeunes nous concerne tous !

**Philippe Vendrix**

Président de l'université de Tours



# ÉDUCATION AU GOÛT, POUR QUOI FAIRE ?

*Qu'est-ce que l'éducation au goût ? Est-ce un apprentissage comme les autres et à quoi sert-elle ? Quel rôle l'institution scolaire peut-elle jouer dans cette dynamique ? Telles sont les questions auxquelles cherchera à répondre cette table ronde, en s'intéressant notamment aux inégalités sociales entre enfants et entre jeunes.*

## Modération

**Thibaut DE SAINT POL**, sociologue, école normale supérieure Paris-Saclay, directeur de l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire

## Intervenants

**Sébastien BRUN**, chef cuisinier, collège le Réflésoir, *Bléré*

**Sylvie DELAROCHE-HOUOT**, chargée de projets, association nationale pour l'éducation au goût des jeunes, *Chaville*

**Natacha POLONY**, présidente de l'Institut du Goût, *Chantilly*

**Richard RAMOS**, député du Loiret, *Assemblée nationale*

## Le monde a changé

Il y a quelques décennies, la majorité des enfants avaient un lien avec la ruralité et certaines réalités simples : une poule pond un œuf, une vache donne du lait, des légumes et des fruits poussent dans le jardin, on les cueille, on les cuisine et on les mange. Ces enfants sont minoritaires aujourd'hui. Or, rien dans les programmes de l'Education Nationale n'a été modifié pour tenir compte de cette évolution.

Le développement de l'agro-alimentaire et l'avènement de la grande distribution ont par ailleurs éloigné un nombre croissant de gens des fourneaux en proposant toujours plus de prêt à manger à des prix abordables. Génération après génération, on s'est inexorablement éloigné du contrôle de notre alimentation.

L'éducation au goût, concept flou qui pouvait poser question il y a cinquante ans, s'avère aujourd'hui indispensable à bien des égards, d'où le fait que de nombreux experts militent pour sa mise en place à l'école, mais aussi dans le périscolaire, l'aide sociale, l'animation et l'éducation populaire en général. L'éducation au goût doit tout d'abord se distinguer très clairement de l'éducation nutritionnelle et à la santé, dans le cadre d'un tout qu'on nomme l'éducation à l'alimentation.

## Devenir une citoyenne ou un citoyen libre

Pouvoir faire des choix alimentaires en pleine conscience et en connaissance de cause participe de la construction de son identité, de sa liberté,

de son émancipation individuelle et au final de sa citoyenneté. L'aliénation de cet acte intime primordial qu'est l'alimentation par le marketing et la publicité puissants et omniprésents des industriels doit pousser les citoyens à une forme de résistance. Or celle-ci ne peut prendre source que dans une éducation alimentaire au sens large, qui intègre la notion de goût. C'est pourquoi l'éducation au goût est une sorte de combat pour faire en sorte que chaque futur citoyen ne dépende pas d'autrui pour son jugement.

*« L'éducation au goût s'avère aujourd'hui indispensable à bien des égards »*

Il faut que chaque jeune s'approprie ou se réapproprie sa manière de se nourrir, en luttant contre la société consumériste qui cherche à uniformiser le goût en imposant des produits souvent superflus par le biais du neuromarketing qui joue sur les pulsions et non sur la raison.

L'autonomie est au centre des enjeux. L'alimentation est d'abord une expérience sensorielle qui s'inscrit dans la durée et permet en grandissant de faire des choix qui influent sur la société dans laquelle on vit et de s'y intégrer au mieux, d'autant plus si on arrive d'un autre pays. L'Education Nationale doit contribuer largement à la construction d'individus libres qui, suffisamment nombreux dans la société permettront de faire passer les intérêts collectifs au-dessus des intérêts privés, des industriels notamment. Dans différents domaines liés à la consommation, on dit souvent que la carte bleue est plus efficace que le bulletin de vote : mais pour que ces adultes modifient les choses, il faut que lorsqu'ils étaient encore enfants on leur ait donné les clés. Acculés face à un changement de demande massif, les industriels n'auront pas d'autre choix que de s'adapter pour continuer à prospérer. On observe déjà quelques évolutions encourageantes vers des pratiques plus vertueuses.

Déterminer la société dans laquelle on veut vivre, bâtir un vivre ensemble et se construire en tant qu'individu : nos choix alimentaires ne sont pas un confort de la pensée, encore moins un luxe réservé à une élite, mais ils jouent un rôle clé dans ces domaines tout au long de notre vie. Aussi peut-on s'étonner et regretter l'absence de l'éducation au goût dans les Etats généraux de l'alimentation.

## Alimentation, connaissance et plaisir

Afin de dépasser la simple notion de nourriture, le goût doit intégrer la dimension de plaisir. Il convient cependant de dépasser le plaisir immédiat provoqué par une prise rapide de sucre, de sel et/ou de gras qui fait le succès des fast-foods et de nombreux plats préparés. L'expérience gustative doit être totale (le corps, le cœur et l'esprit sont touchés) et procurer un autre type de plaisir, un plaisir plus complexe qui intègre une dimension intellectuelle liée au souvenir, à une forme d'intimité durable, à la connaissance des aliments et des recettes, à la capacité de cuisiner soi-même, à une meilleure appréhension de son corps et à la construction de soi.

Associer la nourriture au plaisir, c'est aussi donner une dimension temporelle à l'acte de manger, prendre le temps de découvrir, de se renseigner, de cuisiner, de s'installer pour déguster tranquillement : ce temps de partage passé à table, seul ou avec d'autres, est un acte social fort qui ne peut se perpétuer que si on l'a soi-même connu en tant qu'enfant.

## Goût de la langue et soif de connaissances

Mettre des mots à soi sur ce que l'on ressent quand on mange est essentiel. Beaucoup de jeunes en restent au j'aime/j'aime pas et ne savent tout simplement pas quoi dire sur ce qu'ils avalent (plus qu'ils ne mangent ou dégustent) tous les jours; d'autres empruntent des termes aux publicités sans forcément les ressentir. Cette verbalisation des différentes sensations autour des aliments (texture, arôme, couleur, saveur, forme...) est au cœur de l'enjeu éducatif.

Au-delà de la description de sensations, les mots servent aussi à développer un sens critique et à raconter des histoires. Il faut raconter des histoires aux enfants, aux jeunes et aux parents, qui pourront par la suite être transmises, un patrimoine commun qui nous enrichit tous. Des histoires sur les produits, les producteurs, les recettes, les métiers liés à la

culture, la récolte et la transformation des aliments, des histoires sur la géographie, les terroirs... Tous ces éléments qui, mis bout à bout, nous disent d'où nous venons, qui nous sommes et où nous allons. Des histoires qui pourront tour à tour être racontées par les cuisiniers, le personnel de cantine, les enseignants qui, par cette verbalisation montrent en plus aux jeunes qu'on s'intéresse à eux, qu'il y a un lien. On nourrit ainsi l'affect et l'esprit autant que le corps.

## Une éducation multiple

Ecole, activités périscolaires, famille... L'éducation au goût - et pas seulement à l'alimentation - doit intégrer toutes les sphères de la vie de l'enfant, de l'adolescent et du jeune adulte. Cela commence chez le tout-petit avec les arômes qui passent dans le liquide amniotique, dans le lait maternel puis par la diversification alimentaire. Par la suite, c'est le rôle de l'Education Nationale de prendre le relais, à travers notamment des classes de goût, des classes vertes de goût, des Erasmus du goût, des sorties au restaurant avec l'école. Pour mettre l'individu au centre de ce processus global, il est primordial d'impliquer la famille autant que possible : invitation à certaines animations scolaires, à la cantine et à visiter la cuisine de la cantine, sensibilisation à la cuisine, informations dans les carnets de correspondance et lors de réunions. L'enfant peut devenir une sorte de cheval de Troie dans les familles en y important des choses apprises dans un cadre institutionnel : fiches recettes simples à reproduire chez soi, connaissances sur les recettes, les aliments, les cultures alimentaires, anecdotes sympathiques... Le jeune peut par ce biais se valoriser aussi au sein de sa famille, en y apportant ses propres savoirs.

La première action pour éduquer au goût se passe dans la restauration collective des jeunes : il faut une proposition variée et de qualité, doublée d'une sensibilisation aux produits. Le cuisinier et ses collègues peuvent communiquer à différentes étapes : menus affichés à l'avance, produits bruts présentés avant transformation dans le hall de l'établissement, passage des cuisiniers dans le réfectoire pour demander aux jeunes si tout se passe bien et si c'est bon ou pas.

Pour modifier la relation au goût des jeunes, il faut notamment donner le goût de cuisiner - plus particulièrement de celles et ceux qui ont ou auront (lorsqu'ils seront étudiants et jeunes travailleurs notamment) un budget restreint pour se nourrir. ●



# L'ÉDUCATION AU GOÛT DE L'ENFANT CONTRIBUE-T-ELLE À LA BONNE SANTÉ DE L'ADULTE ?

*La vie fœtale et la petite enfance sont des moments clés qui contribuent à notre comportement alimentaire et à notre état de santé à l'âge adulte.*

## Modération

Régis HANKARD, professeur de pédiatrie, université de Tours

## Intervenants

Daniel MARCELLI, professeur de psychiatrie de l'enfant et de l'adolescent, faculté de médecine de Poitiers

Sophie NICKLAUS, directrice de recherche, Inra, centre des sciences du Goût et de l'alimentation, Dijon

## La théorie des 1000 jours

Neuf mois dans le ventre de la mère et les deux premières années de vie correspondent à environ 1000 jours. Cette période périnatale serait à divers égards fondamentale dans ce qu'on peut nommer la «programmation alimentaire» de notre organisme. Une programmation qui perdurerait toute la vie, même si on peut déborder du cadre de ces 1000 jours : en amont avec la qualité des gamètes du père et l'état nutritionnel de la maman avant même qu'elle soit enceinte, en aval car l'identité de l'enfant puis de l'adolescent va aussi se construire notamment par ses choix (et ses refus) alimentaires.

L'environnement nutritionnel de l'enfant va s'élargir après la naissance car d'autres sens vont être en jeu, comme l'odorat, la vue et le toucher qui donnent une plus grande dimension à l'alimentation, avec la diversification bien entendu, mais même avec le lait maternel. Certains arômes sont métabolisés lors de la digestion de la mère et passent dans le liquide amniotique ou le lait, d'où l'importance d'une grande diversité alimentaire et d'un bon état nutritionnel général chez la femme enceinte, puis chez la mère allaitante. Ce processus va avoir un effet d'imprégnation chez l'enfant et va influencer ses préférences alimentaires entre le début de la diversification et le début de la néophobie alimentaire.

Les deux premières années de vie est une période où la multiplication cellulaire est très importante, où la croissance est extrêmement rapide, mais où en même temps, l'estomac de l'enfant est très petit, ce que l'on peut avoir tendance à oublier : la satiété arrive très rapidement.

Même si on ne peut pas agir sur l'ensemble des éléments (il est notamment compliqué d'obliger les mères à allaiter même s'il est universellement reconnu que le lait maternel reste la panacée de l'alimentation

infantile, en France le taux d'allaitement maternel reste très bas), cette période des 1000 jours est une fenêtre d'intervention précieuse pendant laquelle on peut, grâce à des actions préventives, limiter les facteurs de risque et optimiser l'état de santé futur, parfois pour plusieurs générations car certains éléments se transmettent.

## Identité et histoire personnelle

La santé de l'adulte liée à son alimentation repose principalement sur des habitudes alimentaires durables qui peuvent remonter à l'enfance, voire à la petite enfance. Cette définition de l'identité alimentaire individuelle aura une incidence sur la socialisation toute la vie durant. L'enfant doit non seulement comprendre ce qu'il mange, mais aussi comprendre la notion de quantité, le moment des prises alimentaires, qui s'assoit à table pour faire comme lui, les lieux où on mange...

Le passage à la table familiale constitue la première étape de cette socialisation alimentaire : l'enfant mange comme les grands avec le reste de sa famille. Cette dimension communautaire et culturelle est indissociable de la dimension nutritionnelle : l'oralité de l'alimentation et les plaisirs qui y sont liés n'attendent pas le nombre des années.

La néophobie alimentaire quant à elle apparaît souvent à la fin de la deuxième année de vie, c'est pourquoi plus on aura proposé de variété avant, mieux ce sera, avec des limites bien sûr car quelques aliments ne sont pas recommandés avant un certain âge.

Les habitudes alimentaires acquises à l'enfance peuvent par la suite être bousculées par une recherche de soi à l'adolescence qui peut passer par un rejet des parents et donc de leur modèle alimentaire, puis lors de la vie étudiante et le début de la vie active qui sont souvent des périodes où une situation

économique délicate influera nécessairement sur les choix alimentaires. Malgré tout, la programmation initiale restera dominante et une grande partie de ses caractéristiques resurgissent par la suite.

Enfin, il convient de rappeler que, contrairement à ce que promeuvent certains courants parfois militants, l'enfant est trop petit à deux ou trois ans pour mieux savoir que l'adulte ce dont il a besoin, en terme de type d'aliment comme en quantité.

## Introduction au plaisir de manger

Du sein de la mère au pouce, du doudou à la tétine, l'oralité est essentielle dans les premières années de l'enfant, et elle génère du plaisir, elle a une dimension libidinale. Celle-ci passe par différentes parties de la bouche : les lèvres, la langue, le palais, la muqueuse buccale. L'alimentation avec toutes ses composantes (goût, forme, température, texture, dureté ou mollesse) participe à cet ensemble. L'oralité dite «agressive» (en résumé la découpe avec les dents puis la mastication) permet quant à elle de transformer une bouchée en quelque chose de plus agréable, de plus moelleux. Elle constitue une étape essentielle car c'est une forme de maîtrise de l'environnement par l'enfant.

Il arrive souvent que la phobie de l'étouffement chez certains parents retarde cette étape pourtant importante dans l'éducation alimentaire du tout petit : si on attend l'âge de deux ans pour commencer à donner des petits morceaux, l'apprentissage de la mastication risque d'être plus compliqué.

## Injonction à manger «assez» : le stress des parents

La fameuse courbe de croissance est gérée de différente manière selon les pédiatres et les parents. La malnutrition voire la famine, principalement dans le non-dit, demeure une crainte, voire génère un stress majeur qui peut faire rimer quantité d'alimentation avec obsession.

Or, associer l'alimentation à des souvenirs négatifs peut perdurer très longtemps, voire jusqu'à l'âge adulte : forcer un enfant à manger quelque chose ou à terminer un plat à tout prix est globalement contre-productif. Il faut respecter sa satiété, c'est un élément culturel fondamental : il a le droit de ne plus avoir faim. Il faut aussi lutter pour que l'enfant varie son alimentation car si on l'écoute, l'enfant mangerait toujours la même chose, il est par nature «conservateur» et aime retrouver les mêmes goûts et textures. C'est la base de la sécurité narcissique : certains être humains n'aiment pas être surpris et préfèrent que les choses se passent comme ils les ont prévues...

L'expression de certaines protéines selon les individus

agit sur les réactions face à la prise alimentaire, entraînant par exemple une obésité. On peut influencer sur cette programmation métabolique. La période de croissance est une période particulière car le corps réagit différemment à l'alimentation. Ces modulations protéiniques liées aux différents environnements périnataux vont programmer notre état de santé à l'âge adulte.

## Le casse-tête des légumes

Quatre problèmes reviennent avec les légumes : le goût de certains peut être dur à accepter par l'enfant, le légume apportant peu de calories il est «conurrencé» par des aliments plus riches, il n'est pas mis en avant dans le paysage commercial et publicitaire de nos sociétés (on peut parler de «compétition déloyale» face à un steak-frites par exemple) et enfin les parents insistent souvent beaucoup trop pour que l'enfant en mange, créant ainsi des tensions éducatives parfois très fortes.

Il est notamment conseillé de les rendre présents à la maison, de les présenter aux enfants avant et pendant la transformation : au marché, dans le bac à légumes, les faire toucher, sentir, en parler, lire des histoires qui

mettent en scène des légumes (la littérature jeunesse en regorge), l'expliquer un peu, les faire participer à la découpe, la cuisson. Ensuite, on tâche de les présenter sous différentes textures, selon l'âge de l'enfant : la diversification alimentaire est n'est pas qu'une diversification aromatique, mais aussi de textures, de formes, de couleurs, de présentation, de combinaisons et de températures. Il faut aussi penser à présenter les légumes souvent en début de repas, lorsque l'enfant a faim, et en dissimulant le plat suivant qui pourrait être plus attractif.

Enfin, il faut laisser le temps à l'enfant d'accepter certains goûts et persévérer : il faut proposer régulièrement des choses qui ont déjà été refusées, et proposer beaucoup de choses tout le temps car la variabilité fait partie intégrante de l'apprentissage. Si par exemple au final, l'enfant aime les courgettes, mais mange des haricots verts sans problème, il faut savoir savourer cette petite victoire et s'en contenter ! Ne pas respecter les aversions risque de faire diminuer les préférences.

En bref, les éléments facilitateurs sont nombreux, il ne faut pas s'en priver.

## L'importance du langage

La verbalisation est essentielle dans les premières années d'éducation au goût, notamment car elle participe de la socialisation : on parle des expériences de chacun, des sensations, des préférences. Et en parlant de préférences, on fait naître chez l'enfant la notion de préférence.

*suite page suivante*

## L'ÉDUCATION AU GOÛT DE L'ENFANT CONTRIBUE-T-ELLE À LA BONNE SANTÉ DE L'ADULTE ? (suite)

Le langage est aussi dans le comportement des autres membres de la famille : il est toujours plus simple de faire apprécier des mets très variés si les parents en consomment devant l'enfant. «Les enfants vont suivre votre exemple, pas vos conseils.»

### L'alimentation : une expérience totale ?

Au-delà de la verbalisation autour des aliments, de la participation aux préparatifs et de la variation de la forme proposée, on peut aussi faire intervenir le toucher pendant l'alimentation. Sans forcément adopter la DME (diversification menée par l'enfant), on peut faire intervenir ce sens dans la découverte des aliments car, parallèlement à sa découverte de la nourriture, l'enfant découvre ses cinq sens. Or il peut paraître étrange de déconnecter le toucher de l'alimentation tout en faisant entrer dans la bouche ce corps étranger dur et non comestible qu'est une

cuillère. L'utilisation d'un instrument pour porter les aliments à sa bouche est culturel et reste encore relativement récent dans l'histoire de l'Homme, voire encore inexistant ou rare dans certaines cultures. La commensalité fait aussi partie intégrante de l'expérience, elle a un rôle très précoce à jouer : dans les cultures où on mange seul dans son coin, il y a plus d'obèses que dans les cultures où on mange à table, où on discute, où on rigole. Comme la sensation de satiété met une vingtaine de minutes à arriver, quand on mange plus vite souvent on mange plus car au bout de 15 minutes on a encore faim. Il est important aussi que cette commensalité soit apaisée : pas trop de bruit, pas de disputes, ni de discussions trop compliquées. Les adolescents ont généralement plus de mal à continuer à faire tous leurs repas à heure fixe avec le reste de la famille : un bon compromis peut par exemple consister à imposer trois ou quatre repas communs par semaine, pour maintenir ce lien socio-alimentaire. ●

## COMMENT L'ENFANT EXPRIME-T-IL SES GOÛTS ?

*C'est l'expression personnelle des enfants qui sera évoquée dans cette table ronde. Comment l'enfant parle-t-il des goûts qu'il ressent ? Comment interagit-il avec ses proches ? Quels effets d'imitation ? Quels rapports d'autorité ou de normativité ? Comment confronte-t-il son expérience personnelle à des normes collectives ? Autant de sujets qui souligneront la notion de « sensible » comme de sensoriel, dans la verbalisation.*

### Modération

**Nathalie POLITZER**, ingénieur agronome, directrice de l'Institut du Goût, Chantilly

### Intervenants

**Danièle DUBOIS**, psychologue et linguiste, CNRS, université Pierre-et-Marie-Curie, Paris

**Roseline LÉVY-BASSE**, psychanalyste et thérapeute familiale, université Paris-Dauphine

### Le choix des mots

Le langage a toujours fait partie intégrante du projet d'éducation au goût de Jacques Puisais, la recherche de mots pour décrire les sensations gustatives étant même au départ du projet. La vue est le sens pour lequel on dispose dès le plus jeune âge du plus large lexique et le langage est un objet partagé par tous, alors que l'expérience du goût est difficile d'accès et disposant d'un vocabulaire de base assez restreint. La rencontre entre les deux est un défi de taille, qui passe par une meilleure maîtrise de la langue.

Il faut dépasser l'habituelle application de mots convenus fournis en amont à l'enfant et partir à la recherche d'un vocabulaire personnel, authentique, qui peut parfois prendre bien des détours. Il faut donc beaucoup d'ouverture d'esprit, de laisser faire (ou laisser dire) et aussi du temps : l'enfant doit se sentir en confiance pour s'ouvrir et laisser tout plein de mots s'échapper de sa bouche pour décrire ses sensations.

Sans occulter le riche lexique d'une langue familière, voire proche de l'argot, l'adulte en charge de l'éducation au goût doit pouvoir, par toute une série de questions ouvertes et de temps d'écoute, collecter par étape le corpus proposé par l'enfant puis le valoriser auprès de lui, tout en cherchant à objectiver le discours afin de le rendre audible à tous.

### L'importance des souvenirs et de la métaphore

Les mots pouvant vite manquer pour décrire des sensations liées à l'odorat et au goût, il faut inviter l'enfant à dire tout ce qui lui passe par la tête, car dans ces paroles libres il y aura forcément des choses intéressantes sur lesquelles s'appuyer. Cela pourra être une anecdote, un souvenir, une référence culturelle, une description visuelle, l'utilisation de

termes n'ayant pas de lien habituel avec le goût. On s'appuie sur une «expérience sensible» pour donner un contexte et sortir du vocabulaire restreint auquel l'enfant a été plus ou moins habitué. Il faut en quelque sorte briser le champ lexical du goût pour apprendre à bien parler du goût.

Chez les enfants souffrant de troubles alimentaires, on observe souvent des allusions à un bien-être antérieur perdu, au souvenir de dégoûts liés à des situations, à des images. S'exprimer sur le goût, ce serait donc d'abord s'exprimer sur soi. Si pour certains cette faculté est naturelle, elle peut être complexe pour d'autres.

Le recours à du vocabulaire non lié au goût ouvre la porte à plus de spontanéité et d'authenticité : l'enfant ne récite pas sa leçon, mais écoute son corps et transmet un message totalement subjectif, il construit son expérience avec des mots (linguistique cognitive). Il s'approprie ainsi peu à peu la notion de goût et participe d'une certaine manière à la construction de sa personnalité, de son identité, à travers un affinage progressif de sa discrimination sensorielle se traduisant par un élargissement des dénominations employées. C'est un véritable exercice de liberté.

### Le goût et la relation à l'adulte

Côté familial, il y a parfois un espace de dialogue autour de l'expression de ses sentiments et de ses sensations gustatives - qu'elles soient liées à des activités scolaires ou pas - et parfois non, il y aura un rejet de ce qui se dit et se fait à l'école, ou juste un désintérêt général. Dans les deux cas, on voit bien l'intérêt de l'éducation au goût proposée à l'école : la construction d'une mise en confiance sur plusieurs séances avec l'adulte enseignant va peu à peu libérer le langage et faire apparaître de nouvelles expressions

*suite page suivante*



Les enseignants et certains membres du personnel non enseignant peuvent aussi manger avec les élèves, ce qui crée des échanges sur le moment, ou en cours ou dans les couloirs par la suite. La commensalité et la convivialité peuvent dépasser la simple relation entre élèves. On peut ainsi créer autour d'une table une communauté et peut-être développer une sorte de citoyenneté et d'égalité devant un plat.

La cantine ne devrait jamais être synonyme de corvée, d'activité purement fonctionnelle, ni de moment pas très agréable à passer, où les enfants engloutissent des plats dans le bruit en 20 minutes, poussés à repartir au plus vite par une mauvaise organisation de l'établissement. Les jeunes devraient être pleinement investis dans l'acte de manger.

## Le rôle des politiques

Les cantines scolaires dépendent des collectivités territoriales, or la grande majorité d'entre elles sont globalement bien gérées et disposent de budgets de fonctionnement importants. Pourtant le budget qui est alloué à l'alimentation des enfants et adolescents n'est globalement pas à la hauteur des enjeux qui y sont liés : leur fournir une alimentation de qualité principalement locale et écologiquement acceptable, organiser de bonnes conditions pour mieux s'alimenter, mettre en œuvre une sensibilisation auprès des élèves, sans parler d'une véritable éducation au goût impliquant toute l'équipe pédagogique.

Les intendants jouent un rôle clé et cherchent à réduire les coûts, or une cuisine centrale le permet mécaniquement presque toujours, donc si on est uniquement dans une logique comptable, on risque à terme de supprimer toutes les cuisines dans les écoles.

De plus en plus d'élus s'emparent du sujet de la production locale (par conviction personnelle et/ou pressés par leurs électeurs) et l'approvisionnement est souvent au cœur de la problématique. La loi Egalim montre bien que lorsque les politiciens veulent agir, il se passe des choses. Reste en revanche à s'assurer que les lois soient bien appliquées et que les directives pleines de bonnes intentions se transforment en actes concrets sur le terrain.

Des subventions complémentaires existent, mais les cuisiniers n'ont ni le temps ni les compétences pour aller les chercher : il revient donc aux élus locaux et aux citoyens motivés de faire cette partie du travail.

## Le coût des cantines scolaires

Le coût d'un repas en collectivité scolaire peut varier (notamment selon des critères géographiques), mais lorsque l'on intègre tous les coûts annexes, on arrive

à une moyenne de 15 euros. La moitié étant dédiée à la masse salariale, partie incompressible à moins de privilégier les grandes cuisines centrales ou l'appel à des prestataires externes en délégation de service public.

Une optimisation de l'approvisionnement et des quantités préparées (lutte contre le gaspillage) peut aussi faire baisser les coûts sans nécessairement réduire la qualité.

On peut par ailleurs s'interroger sur la rémunération des cuisiniers qui, trop faible, peut expliquer un manque de vocations et peut-être moins d'implication de certains. Des entreprises de restauration collective pratiquent par ailleurs un système de primes qui peut fausser le choix des matières premières et la valorisation de certains plats par les cuisiniers.

En somme, vouloir économiser à tout prix sur quelque chose d'aussi important que l'alimentation - et donc l'éducation alimentaire - des jeunes et calquer dessus des modèles de gestion traditionnels est une prise de position sociétale très discutable.

## L'importance de la formation

La cantinière peut faire la cuisine pour 120 élèves comme une maman le fait à ses 2 ou 3 enfants, à condition d'avoir au moins deux cordes à son arc : de l'amour à donner et une formation solide et spécifique.

Garants d'une forme particulière de service public, les cuisiniers de collectivité doivent maîtriser certains éléments pas forcément nécessaires dans la restauration traditionnelle : aspect nutritionnel, gestion de grandes quantités, approvisionnement conséquent, normes d'hygiène plus drastiques, activités répétitives comme l'épluchage...).

Or, il y a non seulement des lacunes dans la formation initiale, mais de plus, les personnels en place semblent avoir du mal à obtenir des formations au cours de leur carrière.

Enfin, une pénurie de vocations est constatée dans la restauration collective, où les perspectives d'emploi sont pourtant intéressantes.

## L'influence de la société et des parents

Comme on cuisine de moins en moins à la maison et qu'il paraît compliqué de «former les parents», l'école aurait un nouveau rôle à jouer : celui d'éduquer les enfants à apprécier la bonne cuisine en les impliquant dans le choix des menus, la recherche de matières premières locales, voire la confection de certains plats. Absente des programmes, la cuisine pourrait refaire son apparition par le biais de la cantine, sujet

quotidien beaucoup plus concret que la traditionnelle pâte à crêpe annuelle dans un cours d'éducation manuelle et technique.

Non seulement, cette éducation au goût et au goût de cuisiner peut être immédiatement bénéfique à l'enfant ou à l'adolescent, mais de plus, elle contribue à l'instruction du citoyen de demain, voire à celle d'aujourd'hui car on observe qu'il n'est pas rare que l'enfant devienne prescripteur auprès de ses parents,

via l'un des classiques : «on veut des fiches cuisine pour refaire cette recette chez nous !».

Evidemment, si l'on confie à la grande distribution des «repas sociaux» totalement externalisés, ce processus éducatif disparaît. Reste à savoir de quel côté pencheront les parents d'élèves, les législateurs et les décideurs politiques locaux. ●

# LA CUISINE, UNE ÉDUCATION À LA DIVERSITÉ CULTURELLE

*Nos interdits, nos préférences, l'originalité de nos parcours alimentaires et la complexité de notre plaisir gustatif nous inscrivent dans de multiples appartenances et identités. Notre éducation alimentaire affirme une spécificité sociale tout en faisant émerger l'altérité. Comment, alors, imaginer un sens « gustatif commun » respectueux de nos singularités ? Quels critères et quelles pédagogies, dans la restauration collective comme dans les autres lieux de consommation, pourraient participer à la construction d'un tel modèle ?*

## Modération

**Jean-Pierre CORBEAU**, professeur émérite de sociologie, université de Tours

## Intervenants

**Silvy AUBOIRON**, déléguée générale, Institut Danone France, Saint-Ouen

**Laurence TIBÈRE**, maître de conférences en sociologie, université de Toulouse II

**Margaux DENIS**, ingénieure en alimentation & santé, responsable de concertations et de la communication du Conseil National de l'Alimentation

## Un mangeur singulier et pluriel à la fois

Il existe une vision triangulaire de l'expérience gustative : la mangeur, la situation et l'aliment. Cette rencontre à trois résonne souvent dans l'histoire personnelle de chacun d'une part, mais aussi dans la possibilité d'un moment collectif, de partage et de convivialité car manger est un acte social et culturel. «Chacun ses goûts» dit l'adage, mais d'une part il existe bien sûr des consensus et des références communes et d'autre part nos propres goûts individuels peuvent changer à tout moment.

Les expériences gustatives créent des souvenirs, des anecdotes. Des choses à partager donc, mais aussi à revivre intérieurement ou là encore dans le partage avec d'autres. Tout ceci participe à notre construction individuelle et collective, et donc à notre culture.

## Une éducation à part

Contrairement à la quasi-totalité des matières scolaires, l'éducation à l'alimentation doit pouvoir reposer sur une forme de bienveillance particulière et l'absence d'injonctions, car l'expérience alimentaire de chacun repose par essence sur la subjectivité et l'empirisme, et non sur de simples connaissances. C'est pourquoi il semble important que les enseignants doivent être formés spécifiquement ou que les personnes en charge de l'éducation alimentaire ne soient pas des enseignants. Ce second choix est souvent présenté comme étant le meilleur, car comme le statut de cet enseignant est à part, la confiance de l'élève est sur un autre registre et le rapport qui s'ensuit également.

Malgré tout, les enseignants de toutes les matières

doivent aussi pouvoir être impliqués - et commencer par aller manger un peu à la cantine avec leurs élèves par exemple - dans une sorte de continuum éducatif interdisciplinaire visant à faire prendre conscience à tous des enjeux de l'alimentation.

La dimension culturelle de cette sensibilisation de l'enfant à l'alimentation et à l'expression de cette expérience paraît indissociable de la partie purement gustative : il faut prendre le temps d'apprendre à décrire ce lien immatériel à l'aliment, ce lien qui se construit pas à pas, année après année dans la vie de l'enfant, de l'adolescent, puis de l'adulte. Chacun a sa ou ses madeleines de Proust, à différents niveaux, chacun se construit en partie par le biais de souvenirs - bons ou mauvais - de dégustation, d'odeurs de plats, de confection de recettes. Et cette confrontation de son paysage personnel avec celui d'autres individus participe d'une appréhension collective de l'expérience gustative, qu'elle soit partagée dans le désaccord ou dans l'accord.

## Une approche « ludique »

Sans forcément intégrer une dimension festive et très amusante, on peut «jouer» avec l'alimentation, par exemple en faisant deviner des goûts, en expérimentant des mélanges, des recettes. Ce jeu nécessite une complicité avec l'adulte et la mise en perspective de certaines connaissances, d'un répertoire de références et donc, d'une «culture» partagée.

Apprendre à connaître tel ou tel aliment en détail, telle ou telle manière de le préparer, telle ou telle tradition dans la manière de le récolter, de le consommer, de le présenter : voilà une forme de jeu qui certes

nécessite du temps, mais permet de graviter autour de l'alimentation et lui donne une dimension éminemment culturelle.

Dans cette approche un peu ludique, il existe un grand classique de ce que l'on nomme parfois un peu vite l'éducation au goût : les repas à thème, souvent autour d'un pays en particulier. Ils véhiculent le plus souvent des stéréotypes, voire des erreurs et peuvent revêtir un aspect folklorique pas forcément des plus heureux. On peut s'interroger sur la responsabilité des adultes en charge de ce type d'animation : il s'agit quoi qu'on en dise d'un acte pédagogique qui peut avoir des répercussions durables chez certains élèves, donc de quelque chose à prendre au sérieux.

## Des plats emblématiques qui rassemblent

L'alimentation peut engendrer des enjeux culturels, mais l'inverse est vrai aussi : on peut partir de considérations ou de problématiques culturelles pour aller vers l'alimentation. Elle est alors une occasion d'une découverte de l'altérité, découverte pendant laquelle chacun peut rester camper sur ses positions sans qu'il y ait conflit (on mange ensemble, mais pas la même chose, ou pas de la même manière), ou pendant laquelle on peut se laisser tenter par une découverte, voire changer de point de vue.

La notion «d'en-commun» peut s'appuyer par exemple sur des plats emblématiques qui représentent le collectif, qui sont situés au-dessus des différences et des spécificités culturelles, ethniques, religieuses, sociales des individus ; une espèce de culture alimentaire qui transcenderait tout le reste. Certains plats remportent la quasi-unanimité chez les jeunes par exemple : frites, hamburger, kebab, tacos, pizza... Ce peut être un point de départ pour une certaine forme de verbalisation, d'échanges qui peuvent permettre de débattre et d'ouvrir les esprits, réaliser tout simplement que l'on partage quelque chose, qu'on a des biens communs qui se co-construisent à partir de l'alimentation, tout en prenant conscience de sa propre singularité au sein d'une communauté.

Le fast-food et la culture qui lui est propre ne doivent pas être dénigrés, l'éducation alimentaire doit être tout sauf élitiste : il faut écouter les jeunes et les accompagner dans l'expression de leurs choix, de leurs préférences. Ils ont des choses à dire sur leurs goûts et les partagent beaucoup entre eux.

Cette interaction autour de sensations, d'émotions, de catégorisations gustatives permet une (re) connaissance de l'autre particulière. L'alimentation devient ainsi une forme d'interculturalité naturelle.

Cette dimension culturelle peut prendre place dans différentes sphères de la vie d'un individu : à la maison, à la cantine, au fast-food avec les copains, dans des soirées entre copains sans adultes, dans de grandes réunions familiales, etc. Chaque sphère peut avoir ses spécificités ou il peut y avoir des traits communs et des passerelles. Un jeune peut par exemple vouloir faire découvrir à sa famille un plat découvert en collectivité et inversement.

## Préserver la diversité

Comme la biodiversité, la diversité alimentaire doit être protégée. La standardisation et la limitation des choix réduit la richesse des différences. Alors que l'on peut comprendre la logique commerciale des restaurants qui choisissent de servir ce que tout le monde aime, il paraît intéressant que la restauration collective puisse proposer ces plats, mais beaucoup d'autres aussi.

Cette diversité concerne tous les aspects de l'alimentation, elle nécessite donc des présentations et des explications de chaque aliment (même les plus connus), de chaque recette, de chaque mode de présentation et de dégustation.

Enfin, cette diversité réside aussi dans les termes employés par chaque élève, c'est pourquoi la dimension linguistique ne doit pas être contrôlée et orientée par l'adulte, mais au contraire encouragée et valorisée. ●

# À L'ÉCOLE DES MARQUES

*La communication alimentaire est un espace à la fois créatif et stratégique pour les marques. Avec de gros budgets et avec une grande culture marketing et communicationnelle pour conquérir des marchés, les marques savent combien il est important de produire du contenu et d'occuper une place dans la culture des consommateurs. Peut-on croire qu'elles servent réellement l'éducation au goût pour les jeunes publics ? Est-ce bien leur rôle ? Permettent-elles de construire ou déconstruire l'imaginaire alimentaire ?*

## Modération

Jean-Jacques BOUTAUD, professeur en sciences de l'information et de la communication, université de Bourgogne

## Intervenants

Joël BRÉE, professeur à l'ESSCA et à l'IAE Caen

Olivier CHAPUT, responsable de #Bon, le salon gastronomique pour les enfants, Villejuif

Valérie-Inés DE LA VILLE, professeur des universités, centre Européen des produits de l'enfant, université de Poitiers

Benoît HEILBRUNN, professeur de Marketing ESCP Europe, Paris

## Qu'est-ce qu'une marque ?

Comme son nom l'indique, elle marque. Les esprits, les habitudes, les gens donc. Les marques sont des signes, des repères et sont devenues populaires à partir des années 1950, à un moment où la production industrielle posait de nombreuses questions : pas de sécurité d'approvisionnement à grande échelle, sécurité et hygiène aléatoires, pas de suivi à moyen et long terme. Une marque, c'est donc rassurant. Rassurant pour les parents, donc souvent transmise les yeux fermés aux enfants. Cette réaction des consommateurs commence actuellement à s'inverser : l'industrie a plutôt tendance à inquiéter et les petites marques ou petits producteurs inspirent aujourd'hui davantage confiance auprès d'un nombre croissant de «consomm'acteurs».

Pour se développer et pour s'installer dans l'univers de référence du consommateur, parfois sur plusieurs générations, les marques usent de différents outils pour donner du sens à notre alimentation : éléments de langage, slogans, produits originaux, emballages séduisants, événements... Le tout jouant souvent sur la gourmandise, pilier du marketing alimentaire.

Grâce à des spécialistes de la jeunesse et des relations commerciales avec les jeunes, les marques créent un attachement, un rapport particulier à l'alimentation où on intègre une notion de style qui peut caractériser les individus (je mange telle marque de gâteau plutôt que telle autre pour me différencier). Depuis quelques années, l'éducation à l'alimentation étant devenu un sujet à la mode, c'est tout naturellement que les marques s'intéressent au sujet. Beaucoup de marques alimentaires utilisent notamment le co-branding afin de gagner des années de travail de marketing, en mettant sur leurs emballages des personnages de dessins animés ou de bandes dessinées populaires auprès des jeunes.

Une marque peut aussi être plus modeste et/ou reposer sur une personnalité, comme certains chefs par exemple

dont le nom «fait vendre» car ils sont des références. Ils font vendre bien plus que des repas dans leurs restaurants : émissions de télévisions, ustensiles de cuisine, produits labellisés et... interventions en milieu scolaire ou périscolaire. Ils ont évidemment la responsabilité éthique d'un minimum de contrôle de la qualité et des bienfaits de ces produits, car leur nom inspire la confiance des consommateurs. Mais comment savoir s'ils y font vraiment attention ?

Enfin, un territoire, et plus précisément un terroir, peut devenir une marque en alimentation. On consomme local parce que c'est identifié et rassurant, alors que dans l'absolu, comme pour les grandes marques commerciales très connues, ce n'est jamais un gage de qualité, contrairement à certains labels.

## L'attachement aux marques

Il est d'abord lié à un automatisme qui se met en place : ce produit me plaît, je sais ce que je vais trouver, il n'y a pas de surprise, donc je continue à l'acheter, année après année. Ensuite, la marque véhiculant toujours une image, j'achète cette image. Dans une société de plus en plus individualiste, beaucoup de marques réussissent le périlleux équilibre entre besoin d'identification individuelle (elle doit toucher l'individu qui a envie de se «démarrer» - ironie du terme) et grande diffusion (elle est générique et intéresse tout le monde). En mangeant tel produit, j'adhère à un style de vie - à une «communauté» pour reprendre un terme à la mode - même s'il est partagé par des millions d'autres adeptes de ce produit !

Pour attacher l'enfant à des marques, la grande distribution a notamment lancé les caddies pour enfants dès l'émergence des grandes surfaces, pour fabriquer des petits consommateurs. Ensuite, les animations, les concours, les gadgets offerts et le co-branding font le reste du travail. L'enfant est influençable et n'a pas encore tous les outils pour distinguer l'intention persuasive de

la publicité et tous les enfants n'auront pas forcément d'adultes dans leur entourage pour les mettre en garde contre cette contrefaçon du réel.

L'enfant fonctionne le plus souvent avec des objets totémiques qui proviennent de différents supports (jeux, films, livres...) et si ces objets sont associés à des produits alimentaires, l'attractivité puis l'attachement envers cet aliment peuvent être rapides, forts et durables. En règle générale, qui dit co-branding, dit «co-responsabilité». Certaines marques de produits non alimentaires, avant de vendre l'autorisation d'utilisation de leur licence, font alors appel à des nutritionnistes et autres experts pour valider ou non le partenariat. La préservation d'une bonne image doit évidemment faire partie de leur stratégie globale.

## L'éducation à l'alimentation : un domaine ouvert à tous

Beaucoup de marques s'engouffrent dans ce domaine pour prendre une nouvelle place dans la société et acquérir une certaine forme de légitimité, notamment car c'est une porte d'entrée vers de jeunes consommateurs (qui eux-mêmes sont souvent prescripteurs auprès de leurs parents), mais aussi parce qu'elles jouent un rôle social important. Par conséquent, les marques prennent une place qui est libre : celle d'une éducation «populaire» à grande échelle. Le budget marketing et communication d'une marque pouvant atteindre des sommes très importantes, elle peut être présente partout et durablement, par exemple à travers des vidéos, des jeux, des posters, toutes sortes de supports éducatifs fournis aux écoles ou diffusés en magasins, ce que l'on appelle le «brand content» (contenu informatif fourni gratuitement par des marques).

C'est l'occasion pour les marques de dire qu'elle ne font pas que vendre un maximum de produits pour s'enrichir, mais qu'elles peuvent aussi avoir une conscience éthique, qu'elles peuvent s'engager et user de leur réputation pour exercer une influence positive sur le grand public, et notamment les enfants, par exemple en créant des produits séduisants intégrant des légumes, pour réussir à faire manger des légumes aux enfants. Dans cette perspective, les marques devraient pouvoir transmettre des savoirs et des savoir-faire en toute transparence, d'une certaine manière débarrassées d'un marketing trop lourdement persuasif.

## Ni tout noir, ni tout blanc

Il est difficile de rejeter en bloc le rôle que de grandes et moins grandes marques s'approprient dans l'éducation alimentaire. L'engagement de certaines dans la sensibilisation des jeunes aux problématiques d'alimentation, de santé, d'environnement, même s'il n'est jamais sans arrière-pensée mercantile, reste indéniablement intéressant. Surtout lorsque ces interventions adviennent sur des terrains non occupés par les institutions publiques : cette substitution peut être difficilement critiquée et les marques s'en servent

pour se valoriser.

Leur ambiguïté repose notamment sur le fait que ces marques disent : achetez mes bons produits gourmands, mais attention à votre santé car il faut manger sainement. Or on sait bien que, de manière générale, les produits transformés industriellement sont moins bons pour la santé que les produits bruts, préparés à la maison ou par un artisan quelques heures ou quelques jours avant consommation.

Il arrive par ailleurs que certaines marques fassent des efforts considérables sur certains aspects de leur production (produits bio, traçabilité, saisonnalité, diminution ou élimination des conservateurs, des additifs) et aient des pratiques répréhensibles dans d'autres domaines. Difficile alors pour les personnes et institutions sollicitées pour différentes opérations de se positionner, même si on remarque de manière un peu systématique un rejet de l'ingérence des marques a priori de beaucoup d'élus, particulièrement lorsque cela touche les jeunes et l'éducation. Alors qu'à l'inverse, il paraît pourtant délicat de délivrer un blanc-seing à des producteurs locaux qui, contrairement aux marques, feraient obligatoirement de bons produits, car produits au bout de la rue et pas ou peu transformés.

De manière plus insidieuse, le problème avec les marques reste ce côté addictif et cette difficulté qu'ont les personnes à se débarrasser de leurs automatismes. Beaucoup de personnes restent attachées à des marques pendant des années, voire pendant toute leur vie. Difficile dans ce cas d'imaginer que ce type de consommateur est vraiment maître de son alimentation et véritablement autonome et libre.

Dans des cas de co-branding, l'intérêt des marques est évidemment d'attirer les enfants vers de l'éducation alimentaire : si on propose un cours de cuisine marketé par exemple avec la marque Lego, on va attirer l'enfant vers une activité vertueuse en utilisant son attachement à une marque plus ou moins totémique qui n'a rien à voir avec la finalité du produit proposé.

Enfin, certaines marques vont très loin dans l'engagement envers l'éducation alimentaire, en créant de véritables fondations qui permettent aux entreprises de défiscaliser et peuvent apparaître comme se substituant d'une certaine manière à l'Education Nationale. Quelque part, cette défiscalisation et ce statut particulier de «fondation» engage d'une certaine manière la marque vers une responsabilité sociétale éthique, ce que certaines font très bien. On peut prendre l'exemple de Danone et son programme Clémentine : un projet concret, intéressant et difficilement attaquable en tant que tel, qui protège d'une certaine manière la marque d'éventuelles critiques par ailleurs. Dans la mesure où l'objectif final est atteint, à savoir contribuer à la sensibilisation et à l'éducation de l'enfant à son alimentation, l'opposition privé/public, vertueux/pas vertueux n'est peut-être pas toujours pertinente et constructive. Ce sont plutôt les croisements entre les différentes sources qui seraient enrichissants et bénéfiques à tous. ●

# iehca

INSTITUT EUROPÉEN  
D'HISTOIRE ET DES CULTURES  
DE L'ALIMENTATION

Les cahiers des Rencontres François Rabelais sont publiés par l'Institut européen d'histoire et des cultures de l'alimentation avec les soutiens de :



Centre-  
Val de Loire

[www.regioncentre-valde Loire.fr](http://www.regioncentre-valde Loire.fr)

université  
de TOURS

VILLE DE  
TOURS

Tours  
métropole  
Val de Loire



Liberté - Égalité - Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Missions  
Culture

Direction régionale  
des affaires culturelles  
Centre-Val de Loire



MINISTÈRE  
DE L'ÉDUCATION  
NATIONALE ET  
DE LA JEUNESSE

[www.iehca.eu](http://www.iehca.eu)