

MANGER SANS FAIM

Notre « instinct » ne suffit plus aujourd'hui pour nous indiquer quoi manger, ni en quelle quantité. Cet instinct est dérégulé par des signaux dont notre environnement social est saturé : publicités, logos et marques de produits qui, ancrés dans notre mémoire et nos représentations mentales, font naître à tout moment l'envie de manger (d'autant qu'il est aisé d'assouvir immédiatement ces besoins si l'envie nous en prend). L'extrême visibilité de la nourriture, mise en avant sous tous ses formats, emballages, vitrines, devantures de magasins, aux caisses de supermarchés ou à la télévision, est aussi un facteur déclencheur : des expériences ont montré que des bonbons placés dans des bocaux transparents sont mangés 46 % plus vite que dans des bocaux opaques...

Par ailleurs, trente années de recherches ont montré que des portions plus larges conduisent à ingérer davantage de nourriture, même lorsque celle-ci est de

mauvaise qualité et peu savoureuse. Or, la taille des portions alimentaires est une des caractéristiques de nos sociétés qui ont constamment augmenté depuis le Moyen Âge. En 2010, une étude a montré que la taille des portions dans les représentations du dernier repas du Christ a pratiquement doublé entre le ^{xii}e et le ^{xviii}e siècle, avant même la révolution industrielle qui a elle-même augmenté la production alimentaire.

Tout au long de la journée, notre appétit est mis en branle par des horaires, des habitudes et aussi... par les autres. Des expériences ont ainsi révélé que des étudiants mangent d'autant plus qu'ils voient d'autres étudiants faire de même. Le plus étonnant est qu'ils attribuent leur appétence à la faim, signe que cette sensation est malléable et influençable par l'environnement. Pour revenir à une satiété plus conforme à nos besoins, prendre conscience de ces influences est crucial.

- nous affranchit du déterminisme de nos humeurs et des incitations alimentaires délivrées sans interruption par notre environnement.

Les changements obtenus dans les premières semaines se maintiennent-ils par la suite ?

Christophe André : Au cours des premières séances de pleine conscience, cette nouvelle façon de manger procède d'une démarche volontaire qui demande des efforts de concentration et de contrôle de soi. Mais peu à peu, elle devient pour ainsi dire naturelle. Nous avons des retours de suivi de certains patients, qui reviennent deux fois par mois pour faire le point. Chez une partie d'entre eux – un tiers, environ – le rapport à la nourriture a été modifié de façon profonde, sans qu'ils aient dû se faire violence. Au cours d'un repas en famille, ou d'un déjeuner d'affaires, alors qu'ils pourraient se laisser aller à enchaîner les coups de fourchette, ils éprouvent de temps à autre le besoin de s'arrêter de manger, de ressentir ce qui se passe en eux. Ils constatent aussi qu'à l'occasion de moments de stress ou de fatigue, leur ancien rapport à la nourriture refait

surface, enclenchant une alimentation plus compulsive. C'est alors le moment de produire un autre acte de conscience : se rendre compte que l'on mange en réaction à des tensions intérieures...

Bon nombre d'entre nous mangent parfois devant un écran. Quel est l'impact de cette habitude ?

Christophe André : Les images capturent notre attention, laquelle ne peut plus alors être dirigée vers l'acte de manger. Vous pouvez croire partager votre attention entre ces deux actions, mais ce n'est pas le cas. Nous ne pouvons pas focaliser notre attention sur deux choses à la fois. Cet effet est particulièrement préoccupant parce que 20% du temps passé par les Français à manger l'est devant la télévision, selon un rapport de l'Insee en 2010. Pendant toutes ces heures passées à regarder défiler des images ou des sons, nous sommes dans un état d'absence relative où ce qui entre dans notre estomac est pour ainsi dire « perdu » pour notre conscience. Le résultat est très net : en 2013, une étude britannique montrait que nous ingérons 25 % de nourriture en plus lorsque nous prenons un repas devant le petit écran.

La télévision n'est pas le seul facteur de distraction qui fait obstacle aux moments de pleine conscience. Le même effet se produit lorsque nous mangeons devant notre smartphone pendant la pause de midi, ce qui est le cas de nombreux salariés aujourd'hui. Il s'agit le plus souvent de se distraire en mangeant, or la conscience peut difficilement se développer dans la distraction.

Pourquoi est-ce si difficile d'être concentré sur ce que l'on fait ?

Christophe André : Ce problème ne se pose pas seulement pour notre rapport à l'alimentation. J'entendais récemment des parents me dire que lorsqu'ils lisaient des histoires à leurs enfants le soir, ils avaient déjà hâte que ce soit terminé, qu'ils étaient préoccupés par ce qui leur restait à faire, que ce soit le programme télé du soir ou un fil d'info à suivre. Je pense aussi aux promeneurs du dimanche que l'on voit parfois avec leurs téléphones portables dans la forêt, entourés de leurs proches, mais sans être véritablement à ce qu'ils font, détournés de l'instant par un fil invisible qui les relie à autre chose, ailleurs, sans véritable attention à ce qui se passe ici et maintenant. Beaucoup de nos activités sont polluées par ces valeurs de vitesse, de réactivité, d'accélération, de rentabilisation du temps. Il y a vingt ans, un journaliste a créé un terme pour désigner cette surenchère informationnelle. Il parle d'« infobésité ». ■

PROPOS RECUEILLIS
PAR SÉBASTIEN BOHLER

BIBLIOGRAPHIE

J. QUOIDBACH ET AL., *Money Giveth, Money Taketh Away: The Dual Effect of Wealth on Happiness, Psychological Science*, vol. 21, pp. 759-763, 2010.

B. WANSINK, *Environmental factors that increase the food intake and consumption volume of unknowing consumers, Annu. Rev. Nutr.* vol. 24, pp. 455-479, 2004.

Le site de Ch. André :
<http://christopheandre.com>

1 AN

2 FORMULES AU CHOIX

79€

Au lieu de ~~114,40~~ €

99 €

Au lieu de ~~174,40 €~~

31 %

de réduction *

43 %

de réduction *

À renvoyer accompagné de votre règlement à :

Service Abonnement Pour La Science - 56 rue du Rocher - 75008 Paris - serviceclients@groupepourlascience.fr

PAG21STDOS



OUI, je m'abonne
pour 1 an à POUR LA **SCIENCE**

2 / J'indique mes coordonnées

☐ M. ☐ Mme

Nom: Prénom:

Adresse:

Code postal Ville:

Téléphone

Email : (indispensable pour la formule intégrale)

.....@.....

J'accepte de recevoir les offres de Pour la Science

☐ OUI ☐ NON

3 / Je choisis mon mode de règlement

☐ **Par chèque** à l'ordre de *Pour la Science* en nous retournant ce bulletin d'abonnement complété



**Pour un paiement par carte bancaire,
rendez-vous sur boutique.groupepourlascience.fr**

* **Réduction par rapport au prix de vente en kiosque et l'accès aux archives numériques.** Durée d'abonnement : 1 an. Délai de livraison : dans le mois suivant l'enregistrement de votre règlement. Offre valable jusqu'au 31/03/2022 en France métropolitaine uniquement. Pour un abonnement à l'étranger, merci de consulter notre site boutique.groupepourlascience.fr. Photos non contractuelles. Vous pouvez acheter séparément les numéros de *Pour la Science* pour 6,90 € et les hors-séries pour 7,90 €.

Les informations que nous collectons dans ce bulletin d'abonnement nous aident à personnaliser et à améliorer les services que nous vous proposons. Nous les utiliserons pour gérer votre accès à l'intégralité de nos services, traiter vos commandes et paiements, et vous faire part notamment par newsletters de nos offres commerciales moyennant le respect de vos choix en la matière. Le responsable du traitement est la société *Pour la Science*. Vos données personnelles ne seront pas conservées au-delà de la durée nécessaire à la finalité de leur traitement. *Pour la Science* ne commercialise ni ne loue vos données à caractère personnel à des tiers. Les données collectées sont exclusivement destinées à *Pour la Science*. Nous vous invitons à prendre connaissance de notre charte de protection des données personnelles à l'adresse suivante : <https://lebrand.fr/charte-donnees-pls>. Conformément à la réglementation applicable (et notamment au Règlement 2016/679/UE dit « RGPD ») vous disposez des droits d'accès, de rectification, d'opposition, d'effacement, à la portabilité et à la limitation de vos données personnelles. Pour exercer ces droits (ou nous poser toute question concernant le traitement de vos données personnelles), vous pouvez nous contacter par courriel à l'adresse protection-donnees@pourlascience.fr.