



LE MEILLEUR DU GOÛT OU COMMENT LES GOÛTS SONT-ILS PERÇUS ?

Zaventem 15 décembre 2010 – Comme les couleurs, les goûts ne se discutent pas. Pourtant, le créateur de chips Lay's lance le débat avec son projet «Crée ton Goût». Lay's appelle tous les Belges à imaginer une nouvelle variété de chips. A partir du 10 janvier 2011, ils peuvent envoyer leurs idées sur www.lays.be. Les participants peuvent gagner la somme de 25.000 € et 1% des ventes de la nouvelle variété pendant maximum un an, si le jury choisit leur goût pour être la nouvelle Edition Limitée Lay's. Mais en quoi consiste réellement le goût? Lay's, créateur de goût par excellence, commercialise pas moins de 27 variétés de chips en Belgique et des milliers de goûts en Europe. Le producteur de chips sait combien il est complexe mais aussi passionnant de travailler « sur le goût ». Vous en apprendrez davantage dans ce dossier.

La langue : le centre du goût, grâce à ses centaines de milliers de capteurs gustatifs

La langue d'un adulte est constituée, entre autres, de deux à huit milles papilles gustatives, dans lesquelles se trouvent des bourgeons gustatifs comprenant plusieurs capteurs de goût, soit des centaines de milliers de capteurs au total. Lorsqu'une substance dissoute (sucre, vinaigre, sel, etc.) titille ces capteurs, des influx nerveux sont envoyés au cerveau par les nerfs gustatifs. En d'autres termes, la perception du goût est un processus purement chimique. La plupart des bourgeons gustatifs sont situés sur la langue, mais aussi sur le palais et dans l'arrière-bouche. On en a même découvert dans la trachée et l'intestin.

Où perçoit-on le sucré, l'acidité, le salé et l'amertume ?

Les papilles gustatives et les capteurs gustatifs détectent tous les goûts, mais la sensibilité des capteurs varie selon leur emplacement. On perçoit principalement le goût sucré à l'avant de la langue. L'amertume, quant à elle, se perçoit plutôt à l'arrière, dans le «V» de la langue. Tandis que les côtés de la langue perçoivent davantage l'acidité et le salé. Les bourgeons gustatifs contiennent de petits vaisseaux sanguins et des cellules nerveuses. Lorsqu'ils sont titillés de manière violente, par exemple par du pili-pili, du sambal ou des piments, ils peuvent entraîner une sensation de douleur.

La perception du goût et les sens

Les sens, la vue, l'ouïe et nos sensations buccales complètent notre perception du goût. Dans les fosses nasales, se trouve une zone d'environ 6 cm² recouverte de capteurs olfactifs. Ces capteurs permettent à notre cerveau de reconnaître les goûts. Lorsque nous sommes enrhumés ou que nous avons le nez bouché, notre goût est altéré. Les odeurs, qu'elles soient agréables ou non, contribuent à l'expérience gustative. L'apparence de la nourriture y joue également un rôle. La couleur, par exemple, a un impact indirect sur notre appréciation des plats. Des tests ont montré qu'un yaourt rose ou jaune était beaucoup plus apprécié qu'un yaourt vert ou bleu. Le bruit et la sensation de craquement en mangeant des chips ou des biscuits constituent un exemple de renforcement du goût et de l'expérience gustative.



LE MEILLEUR DU GOÛT OU COMMENT LES GOÛTS SONT-ILS PERÇUS ?

Les autres facteurs de perception du goût

Nos sens ne sont pas les seuls à pouvoir déterminer le goût des aliments, d'autres facteurs contribuent aussi à notre perception du goût, à son intensité et à l'expérience gustative :

- **Les facteurs alimentaires** tels que l'onctuosité ou la nature (ex. la dureté) d'un aliment, ainsi que sa température, influencent son goût. Les fraises entières n'ont pas le même goût que les fraises écrasées ou mixées. La température d'un plat ou d'une boisson influence la perception du goût. Le café ou la bière bus chauds ou froids ont un goût totalement différent. Dans certains cas, la chaleur ou le froid renforcent ou annulent les arômes.
- **Les facteurs physiologiques** déterminent également les préférences pour un plat ou une boisson. Une personne qui est tombée malade juste après avoir mangé un certain plat ne l'appréciera plus. Notre sensation de faim renforce les goûts et notre humeur peut leur donner plus d'intensité.
- **Les facteurs environnementaux** : des tartines avalées en toute hâte devant l'ordinateur n'ont pas le même goût que des tartines mangées tranquillement dans un parc, en agréable compagnie.
- **Le conditionnement** nous apprend à apprécier les goûts. Le tonic, le pamplemousse, le café, le thé, le chocolat ou la bière sont des aliments plutôt amers, et de ce fait moins convoités. Le conditionnement ou le « sentiment d'appartenance », nous permettent d'aimer ces produits malgré tout.
- **Les facteurs familiaux, culturels et sociaux** déterminent également la majorité de nos goûts. La plupart des petits Belges aiment le pain, mais n'envisageraient pas de manger du chien. Les enfants chinois, qui mangent du riz une ou plusieurs fois par jour, le considèrent comme un plat savoureux et évident. Les enfants dont la mère n'aime pas le foie ont rarement tendance à l'aimer.
- **Les facteurs pédagogiques** (récompense ou punition) ont un impact souvent reconnu sur les préférences alimentaires. Les parents ou les éducateurs qui appliquent la règle du « quand tu auras mangé toutes tes pommes de terre (punition), tu recevras un bonbon (récompense) » sont souvent à l'origine d'un dégoût des pommes de terre chez les enfants.

Cinq goûts de base : le sucré, l'acidité, le salé, l'amertume et l'umami

Pour décrire un goût, on se réfère généralement aux quatre goûts de base, à savoir, le sucré, l'acidité, le salé ou l'amertume. L'intensité de ces goûts est principalement déterminée par le goût. On ajoute aujourd'hui un cinquième goût de base à ces quatre classiques, l'umami. Egalement appelé ve-tsin, l'umami signifie « savoureux ». Il donne aux aliments riches en protéines un goût plus « prononcé ». Il a été découvert au début du siècle précédent par le Dr. Ikeda au Japon. Aucune langue du monde ne peut traduire ce mot, c'est pourquoi on parle dans les descriptions de « goût prononcé, comme le parmesan, les champignons ou la viande, ... ».



LE MEILLEUR DU GOÛT OU COMMENT LES GOÛTS SONT-ILS PERÇUS ?

Il y a les goûteurs, les non-goûteurs et les super goûteurs

Le goût d'un aliment détermine son appréciation et influence largement notre comportement alimentaire. La différence de perception des goûts varie en fonction des individus, de manière considérable. Le nombre de papilles gustatives de la langue constitue également un élément déterminant et peut varier énormément d'une personne à l'autre, une caractéristique déterminée, entre autres, par la génétique. Plus l'on possède de papilles gustatives, mieux l'on perçoit les goûts. Le test de l'amertume permet de mesurer la sensibilité de la langue. Environ un quart de la population mondiale est considéré comme «non-goûteur», la moitié comme «goûteur», et un quart comme «super goûteur». Il y a plus de super goûteurs femmes que d'hommes et, par conséquent, les «super goûteurs» apprécient moins les aliments sucrés et gras, sans doute parce qu'ils ressentent ces goûts de manière trop puissante.

Age et préférence de goût

Généralement, les adultes préfèrent les goûts acides et amers, tandis que les enfants préfèrent les goûts sucrés. L'étude scientifique montre clairement que les enfants donnent une meilleure note à une solution sucrée ayant une plus forte concentration de sucre. En revanche, les adultes préféreront nettement une solution moins sucrée. Une étude plus poussée montre également que les jeunes ont une meilleure perception du goût que les personnes plus âgées. Lorsqu'on demande à des personnes de ces deux catégories d'âge de boire cinq tasses de bouillon avec une concentration en goût et en arôme de plus en plus prononcée, la sensibilité au changement de goût des jeunes est deux fois plus grande que celle des personnes plus âgées.

La question du goût passionne même les psychologues et les linguistes!

Les psychologues ont déjà effectué un véritable travail de pionniers dans leur tentative d'expliquer notre comportement alimentaire et nos préférences gustatives. Ils sont parvenus à expliquer plusieurs comportements, ont émis des explications contradictoires pour d'autres, certains même restent sans explication. Le sucré est perçu de manière positive, tandis que l'amertume, l'acidité et le salé sont perçus de manière négative. C'est ce qu'il ressort d'un certain nombre d'expressions de notre langage usuel. On fait souvent référence au goût pour apprécier ou désapprouver une situation ou une personne. Sur le plan linguistique, le goût s'insinue dans nos paroles, nos avis ou nos sentiments. Le petit Robert compte d'ailleurs de nombreux exemples d'expressions aux allusions gustatives : mon petit lapin en sucre, se vendre comme des petits pains, pisse-vinaigre, faire d'amères reproches, être tout sucre tout miel, des larmes amères, un froid piquant, la note est salée... et la liste est longue !



LE MEILLEUR DU GOÛT OU COMMENT LES GOÛTS SONT-ILS PERÇUS ?

A propos de « Crée ton Goût » et de Lay's

Le 10 janvier 2011, Lay's lance la campagne « Crée ton Goût », une action aussi originale que sérieuse. Lay's appelle tous les Belges à inventer le nouveau goût de sa prochaine Edition Limitée. Cette action sera d'intérêt national, avec un jury composé, entre autres, de chefs renommés tels que Wout Bru (Chez Bru, Le Bistrot d'Eygalières) et Lionel Rigolet (Comme Chez Soi). Le gagnant verra non seulement sa création commercialisée à partir de 2012, mais il gagnera également la somme de 25.000 € et 1% des ventes de la nouvelle variété pendant maximum un an ! Pour en savoir plus, surfez sur www.lays.be à partir du 10 janvier 2011 !

Note pour la rédaction (non destinée à la publication) :

Ce dossier a été réalisé en collaboration avec Dirk Lemaître, nutritionniste.

Pour le communiqué de presse, le matériel visuel, les logos, les vidéos, les facts & figures et les toutes dernières informations, rendez-vous sur : www.lays.be/press

Pour toute question spécifique, veuillez contacter :

Bebble PR, Ilse Lambrechts - Tél : 0476/98 11 55 - Adresse e-mail : ilse@bebble.be

A propos de Lay's :

Lay's est l'une des principales marques commercialisées par PepsiCo. PepsiCo possède le plus grand portefeuille au monde de marques alimentaires et de boissons. Les départements Frito-Lay, Quaker, Pepsi-Cola, Tropicana et Gatorade proposent des centaines de délicieux produits aux consommateurs, dans plus de deux cents pays. Les 18 catégories de produits différentes de PepsiCo réalisent chaque année un chiffre d'affaires d'un milliard de dollars dans le commerce de détail. Le chiffre d'affaires annuel de PepsiCo s'élève à près de 60 milliards de dollars.

A travers le monde, quelque 285.000 personnes travaillent chez PepsiCo à la croissance durable, sous le slogan Performance with Purpose. PepsiCo prend sa responsabilité sociale en offrant un large assortiment de produits faciles, sains et délicieux, en réduisant son empreinte environnementale et en offrant un environnement de travail qui respecte la diversité. PepsiCo Belgique emploie un peu moins de 1000 collaborateurs, actifs dans les segments des boissons, des snacks et des céréales de petit-déjeuner. Dans ces segments, PepsiCo propose des marques telles que Pepsi Cola, 7-up, Tropicana, Looza, Lay's, Smiths, Doritos, Cheetos, Duyvis et Quaker. Pour plus d'informations, surfez sur www.pepsico.com et www.pepsico.be.