

«On ne goûte pas qu'avec la langue, mais aussi avec le nez»

La neuroscientifique Rachel Herz signe un livre ludique et passionnant expliquant notre relation aux aliments par la science. De passage à Lausanne, elle parle d'émotions et de sensations

Thérèse Courvoisier

En matière d'habitudes alimentaires, nous restait-il quelque chose que nous aurions hérité de nos ancêtres?

Oui. L'être humain adore le sucre de manière innée. Une attirance pour les glucides dont notre corps a besoin pour les transformer en énergie. Même chose avec le salé, qui souvent va de pair avec les protéines. Et de manière générale, nous avons une aversion pour ce qui est amer et qui est synonyme de danger dans la nature. Ces goûts nous ont été donnés à la base pour nous maintenir en vie.

Mais ce ne sont pas seulement les papilles gustatives qui les reconnaissent, n'est-ce pas?

Non! On ne goûte pas qu'avec la langue, mais aussi avec le nez. Ou plutôt grâce à la flaveur, c'est-à-dire l'air qui remonte vers le nez à l'intérieur de notre bouche quand nous mâchons. Faites le test: prenez un Sugus en vous bouchant le nez. Votre langue reconnaîtra le sucré, mais ce n'est qu'au moment de relâcher la pression sur vos narines que vous pourrez déterminer la saveur du bonbon que vous avez en bouche. Regardez les enfants, quand ils n'aiment pas quelque chose, ils ont le réflexe de se boucher le nez!

En lisant votre livre truffé d'anecdotes, on apprend mille choses, mais surtout que vous êtes une fervente défenseuse d'un sens un peu méprisé: l'odorat.

Et comment! On pense toujours qu'il n'est pas important, mais la perte de l'odorat même souvent à la boulimie, voire à une dépression. Il se pourrait même que ce soit la raison qui ait poussé le chanteur du groupe australien INXS, Michael Hutchence, au suicide. L'odorat amène des émotions au cerveau et nos souvenirs sont très souvent associés à des odeurs. Selon moi, l'être humain a trois cerveaux: celui dans le crâne, le nez et l'intestin.

Pourtant, au lieu de suivre notre nez, on le plonge dans des étiquettes parfois trompeuses...

On se laisse influencer malgré nous par toutes sortes de choses. Une étude montre que les anglophones associent police d'écriture arrondie avec une idée de sucré et anguleuse avec du salé. Mais cela va plus loin, comme je l'explique avec l'expérience du milk-shake. Deux bouteilles avec le même contenu: un frappé vanille de 340 calories. Le groupe qui a dégusté la bouteille portant l'étiquette «indulgence», le slogan «la décadence que vous méritez»



Les saveurs se développent en atteignant le nez depuis l'intérieur de la bouche. Mais l'odorat participe à l'expérience bien avant déjà. GETTY

Rachel Herz
Neuroscientifique
et auteure



et les qualités «onctueux, riche et délicieux» a évalué sa teneur calorifique à 620. Le groupe qui a goûté au contenu de «Sensi-Shake», étiqueté «satisfaction sans culpabilité» et promu comme contenant «zéro» de matières grasses et zéro sucre ajouté, a estimé son nombre de calories à 140. Leur perception était donc totalement tronquée. Mais cela va plus loin: ces informations influencent la sécrétion par l'intestin d'une hormone appelée ghréline, qui indique que l'estomac est vide et dont la présence peut ralentir le métabo-

lisme. En résumé, le simple fait de croire que l'on a consommé peu de calories ralentit notre métabolisme, on brûle moins de calories et donc on se sent affamé.

Plus étonnant, vous dites que notre ouïe influence, elle aussi, notre manière de consommer?

C'est exact. Quand elle est perturbée, comme dans un avion par exemple, notre perception du salé et du sucré diminue, cela n'influence pas l'amertume, mais augmente l'«umami» (ndlr: la moins connue des cinq saveurs de base, que l'on qualifie généralement de savoureux), que l'on retrouve par exemple dans la tomate. C'est pour cela qu'autant de personnes demandent un jus de tomate ou un Bloody Mary à l'hôtesse! On est aussi sensibles au craquement produit par l'ouverture d'un sachet de chips (que l'on traduit par «mummm, c'est frais et croquant») et

évidemment au rythme de la musique diffusée dans un établissement. On y adaptera notre vitesse de consommation!

Vous sous-entendez aussi que ce que l'on consomme influe notre personnalité...

C'est exact. Mangez du sucré et vous deviendrez plus aimable. Mais ce qui m'amuse le plus, c'est d'étudier le comportement des clients des supermarchés bios. Comme ils ont l'impression d'être déjà vertueux en œuvrant pour la planète, ils se récompensent en achetant plein de gâteaux et bonbons!

Forte de toutes ces connaissances, vous devriez vous lancer dans l'industrie de l'amaigrissement...

(Rires) Je me demande toujours pourquoi cette industrie ne s'intéresse pas plus à l'odorat. Plus sérieusement, mes conseils

sont simples: il faut si possible rester les sens en éveil, être conscient de tout ce que l'on ressent et simplement respecter cette équation: il faut que le plaisir ressenti soit supérieur ou égal au nombre de calories consommées.

Vous arrivez à manger sans analyser? Bien sûr! Et je sais que j'ai un faible pour le vin rouge et pour... le gras. Il est incroyablement plus satisfaisant que quoi que ce soit d'autre. Le beurre, c'est bien meilleur que le pain, non?



«Pourquoi nous mangeons ce que nous mangeons»

Rachel Herz

Ed. Quanto, 380 p.