



Bonbons & Confiseries :

Une culture secrète du partage

Le point de vue sociologique sur la place des bonbons et confiseries dans notre quotidien.

Par Jean-Baptiste Loubeyre, pédopsychiatre et ethnologue.

A la simple évocation du mot «bonbon», les papilles s'emballent. Les bonbons font saliver toutes les générations et génèrent des souvenirs communs : on recherche des bonbons disparus, des noms, des goûts, des moments et des lieux...

Le bonbon vu par l'adulte

Bonbon «réconfort», bonbon «objet de don», bonbon «récompense»,... le bonbon est précieux, il humanise les relations entre les individus... Ces valeurs traditionnelles du bonbon sont partagées par tous dans notre culture.

En plus de ces valeurs traditionnelles, de nouvelles tendances culturelles émergent chez l'adulte : **les bonbons et confiseries sont synonymes de régression et d'expériences gustatives**. D'ailleurs, les moins de 30 ans se définissent volontiers comme la «génération bonbons».

Régression : La simple odeur des bonbons et des confiseries replonge les adultes au cœur de leur enfance. En effet, les bonbons et confiseries représentent le lien toujours vivant avec le monde de l'enfance. On peut ainsi les qualifier comme «*une nostalgie qui n'est jamais triste*».

Expériences gustatives : Les bonbons et confiseries sont considérés comme un nouveau champ d'expériences gustatives. Le goût des bonbons et confiseries se répand dans les consommations d'adultes. Il émerge notamment de plus en plus dans la cuisine et la pâtisserie.

Le bonbon vu par l'enfant

Pour l'enfant, le bonbon est avant tout une **sensation**. Une **sensation de goût** tout d'abord, mais aussi une **sensation de force**. En mangeant certains bonbons, particulièrement piquants, les enfants se sentent plus forts. Les bonbons et les confiseries sont aussi **partage, transgression, secret, liberté, pouvoir, consolation et culture**.

Partage : Le bonbon solitaire est triste. Le bonbon est synonyme de convivialité. Il se partage et est unificateur.



Transgression : Pour les parents, les bonbons et les confiseries sont de l'ordre de l'exception (leur consommation est liée à des occasions particulières), alors que pour les enfants, ils habitent le quotidien.

Secret : Les bonbons et les confiseries sont secrets quand ils constituent un enjeu intergénérationnel entre grands-parents et petits-enfants. C'est souvent en cachette que les grands-parents distribuent des bonbons à leurs petits-enfants.

Liberté : Acheter des bonbons est l'une des premières choses que l'on peut faire seul. C'est un acte fort d'autonomie financière.

Pouvoir : Le bonbon donne du pouvoir, du poids, à ceux qui peuvent les distribuer. Les rapports humains sont toujours médiatisés que ce soit par des gestes, des pratiques ou des bonbons. Avoir des bonbons peut permettre de s'imposer ou de gagner des amitiés.

Consolation : La consommation de bonbons et confiseries apaise, tranquillise, réconforte et rassure comme le suçotement du pouce.

Culture : Le bonbon est sensation, culture, construction culturelle et identité collective. Le bonbon est à la fois le support des expériences et le vecteur de l'échange, le mode de transmission de certaines connaissances. Le bonbon accompagne la vie de l'enfant à tous les moments et pourra devenir, quand il sera adulte, l'image des secrets perdus de l'enfance.

Au centre de la relation : le partage

Le sachet de bonbons incite au partage...

Partage des souvenirs,
Partage des goûts et des sensations,
Partage des plaisirs,
Partage de la pensée.

Les bonbons et confiseries remémorent des souvenirs communs et provoquent plaisirs et excitation.
Les valeurs des bonbons et confiseries : partage, récompense, réconfort et don sont partagés par tous.

Les bonbons et les confiseries sont partage de la pensée, vecteurs d'échange et conduisent à la construction d'une communauté de classe d'âge.

Intemporels et intergénérationnels, les bonbons et confiseries font partie intégrante de notre culture, de notre patrimoine et nous accompagnent à chaque étape de notre vie.

