

## CORPUS

**Document 1** - Victor Malzac, Créatine, 2024.

**Document 2** - Marine Delcambre, « L'assiette a-t-elle un genre ? », interview de Nora Bouazzouni parue dans le Magazine GQ n° 147, 3 mars 2021.

**Document 3** - Campagne publicitaire pour la marque Charal « Charal, une histoire publicitaire qui a du mordant » [http://www.elvisparis.com/portfolio\\_page/charal/](http://www.elvisparis.com/portfolio_page/charal/)

### **Document 1 - Victor Malzac, Créatine, 2024.**

*Le titre du roman, Créatine, désigne une protéine naturellement présente dans les muscles, qui intervient dans la production d'énergie. Le récit est le long monologue à la première personne d'un jeune homme complexé, battu par son père, qui a une révélation après avoir vu le film Conan le barbare, avec Arnold Schwarzenegger : il va devenir un « vrai homme ». Il se met à la musculation et modifie son alimentation.*

1 Au bout d'un moment dans mes réflexions ça m'a fait un déclic, ouais carrément, tu sais quand j'ai compris,  
2 je me suis dit voilà, voilà j'ai la réponse, je sais pourquoi je mange toute cette viande, je sais. Au fond tout  
3 ça, les femmes, elles ne savent pas. Elles subissent, elles sont perdues, les pauvres femmes sont  
4 absolument toutes perdues et sans repères, elles n'ont pas d'homme je veux dire de vrai, elles sont  
5 désespérées parce qu'il n'y a pas d'homme de valeur je veux dire, sur le marché de l'homme il n'y avait que  
6 des faibles, des fragiles, des brindilles de mecs tout maigres, des gros flemmards qui ne bossent jamais, des  
7 gens maigres avec un gros ventre comme moi petit avant. La conclusion de cette catastrophe c'est la  
8 viande, c'est le progrès la viande, il faut manger de la viande, c'est la valeur, la vraie chose. Donc ce n'était  
9 pas juste pour les femmes mais c'était en fait pour les hommes, ou plutôt contre les hommes que je  
10 mangeais et que je faisais du sport. Je devenais géant pour les femmes et contre les hommes, je voulais  
11 être le meilleur produit du mercato des hommes, sur le marché devenir le meilleur produit génétique de la  
12 nature masculine. Voilà je dois manger de la viande contre les hommes faibles, contre les gringalets, les  
13 brindilles cassées déjà, je dois manger pour grossir, pour les tuer et prendre leur place, fumer leur cigarette  
14 électronique et mettre ma main sur la cuisse des femmes comme pour les rassurer. Alors les femmes vont  
15 m'aimer moi, moi tout seul, que moi, je vais les sauver de la déperdition du genre humain, de l'homme  
16 dépravé, faible, du gros fragile, de celui qui ne mange plus. L'objectif d'origine avait laissé place à un  
17 objectif plus grand, c'était de rendre jaloux tous les hommes, surtout les hommes qui venaient dans ce bar  
18 avec une ou deux femmes et qui riaient fort aux blagues. L'objectif c'était donc de faire en sorte d'être  
19 tellement beau et attirant, tellement musclé que les femmes viendraient directement à moi sans que j'aie  
20 besoin d'aller leur parler, que les hommes meurent dans l'apocalypse, dans la fin du monde des fragiles,  
21 des tout-maigres, des hommes qui ne sont pas des hommes, loin derrière au marathon des vrais hommes,  
22 que je les encule, enfin, non pas dans le sens premier, mais laissons les hommes de côté tu veux bien, ils  
23 sont comme les asperges qui vont mourir de sécheresse. Les femmes comprendront, elles ont le sens inné  
24 des phéromones, elles reniflent. Alors elles se poseront à ma table et m'offriront à boire gratuit, comme ma  
25 mère qui me donne neuf cent cinquante euros par semaine finalement, voilà, elles me donneront ce que je  
26 mérite, oui c'était ça que je voulais. Et à la fin je serais tellement beau et j'aurais un physique tellement  
27 attirant que je pourrais dire des insultes à tout le monde et que les hommes me regarderaient d'en bas, de  
28 leur tas d'ordures par terre, du fond de leur poubelle vitale et de leur petit corps fragile qui meurt sous les  
29 sécheresses de l'apocalypse, alors là le jour où je serai comme ça j'aurai vraiment réussi ma vie vraiment,  
30 plus fort, plus fort que tout, que moi, rien que moi, plus que moi, et les femmes sur mes genoux, je leur  
31 touche la cuisse aux femmes alors les autres hommes auront perdu et seront jaloux de moi tout le temps,  
32 je serai grand et fort à la vue de tous et je pourrai faire l'amour à plein de femmes.

**Document 2 – Marine Delcambre, « L'assiette a-t-elle un genre ? », interview de Nora Bouazzouni, GQ, n° 147, 3 mars 2021.**

*Nora Bouazzouni est journaliste, et auteure de l'essai Steaksisme, En finir avec le mythe de la végé et du viandard (éditions Nouriturfu, 2021).*

1 **Marine Delcambre - Donc, beaucoup manger serait viril et masculin et faire attention à la valeur nutritive**  
2 **et restreindre les portions serait féminin ?**

3 **Nora Bouazzouni** - Quand les femmes sont invitées à manger en petites portions et à être discrètes, la  
4 surconsommation d'alcool ou de viande chez les hommes est une performance pour prouver qu'on fait  
5 partie du genre masculin et qu'on est hétérosexuel - les deux vont souvent de pair. C'est le rite initiatique  
6 pour montrer son appartenance. Le genre masculin se construit en opposition au féminin : ce qui est  
7 valorisant pour l'un ne l'est pas pour l'autre. On ne remet pas en cause la féminité ou la sexualité d'une  
8 végétarienne. Si un homme l'est, on doute de sa masculinité, de sa virilité et de son hétérosexualité, car les  
9 homosexuels sont comme les femmes, dévalorisés.

10

11 **MD - Ça signifie que ces régimes sont encore très sexués et genrés ?**

12 **NB** - Ils sont adoptés par plus de femmes parce que l'idée de ne pas manger de viande lorsqu'on est un  
13 homme est encore assez inconcevable dans l'imaginaire collectif. Des études montrent qu'on perçoit les  
14 végétariens comme des personnes plus douces, plus empathiques et notamment envers les animaux - des  
15 caractéristiques jugées féminines. Il y a aussi cette idée farfelue que les régimes alimentaires des femmes  
16 et des hommes devraient être différents. Les recommandations nutritionnelles sont identiques, seul le  
17 nombre de calories doit être plus grand chez l'homme. La femme a besoin de fer quand elle a ses règles ou  
18 qu'elle est enceinte, et de calcium lorsqu'elle est ménopausée pour prévenir l'ostéoporose.

19

20 **MD - Pourtant, il existe des aliments genrés, non ?**

21 **NB** - Certains aliments l'ont toujours été. Il existe beaucoup de stéréotypes sexués, confirmés par les études  
22 de consommation. La viande est, à travers les âges et les sociétés, un symbole de force et de virilité  
23 masculine. C'est le côté sanguinolent, la démonstration que l'homme est le prédateur ultime. Le poisson a  
24 un côté inoffensif, il est délicat, difficile à manger. Dans l'imaginaire genré, les hommes sont associés aux  
25 notions de simplicité et d'hédonisme, et les femmes, qu'on dit complexes, mangent de la nourriture  
26 compliquée. Les études montrent que lorsqu'elles vivent seules, 10% de leurs dépenses alimentaires sont  
27 des légumes, contre 7% pour les hommes. Même chose pour les fruits, le lait et les œufs. Il faut aussi  
28 prendre en compte le niveau d'âge, de diplôme et de vie.

29

30 **MD - D'après une étude Ipsos, « la contrainte pondérale pèse plus sur les femmes que sur les hommes et**  
31 **ceci indépendamment de l'évolution récente ou du niveau réel de leur corpulence ». Les hommes**  
32 **subissent-ils moins de pression ?**

33 **NB** - Les femmes sont soumises à une injonction de minceur permanente. Elles envisagent la nourriture  
34 d'un point de vue diététique et nutritionnel, et souffrent de lipophobie, une peur phobique du gras, parce  
35 que c'est ce qui fait grossir. Les hommes envisagent la nourriture d'un point de vue plus roboratif et  
36 pensent moins aux recommandations nutritives et à leur poids.

37

38 **MD - Ils sont moins atteints par la diet culture ?**

39 **NB** - Les hommes font des régimes, à des âges plus avancés. Ils sont rattrapés par les diktats de minceur et  
40 de beauté. Il y a le complexe d'Adonis (un trouble similaire à l'anorexie mais où la préoccupation est d'être  
41 insuffisamment musclé, ndlr). Cela a commencé dans les années 1970-1980, avec l'avènement des sociétés

42 de services. Les années fitness aux icônes bodybuildées : Sylvester Stallone, Arnold Schwarzenegger... des  
43 hommes forts, violents, virils. On parle de masculinité hégémonique, autrement dit la plus acceptée dans  
44 une société. En Occident, elle regroupe les caractéristiques évoquées plus tôt: la force, le pouvoir, le savoir,  
45 le contrôle de soi... Les hommes ont donc subi une première pression de réussite sociale qui passait par un  
46 corps en bonne santé et, dans l'imaginaire collectif, ça signifie être mince et musclé. La société dit aux  
47 femmes qu'être mince c'est être désirable, sexuellement, pour les hommes, tandis qu'on dit à ces derniers  
48 qu'être musclé est un symbole de réussite sociale. (...)

49

50 **MD - Le marketing renforce-t-il l'idée que l'assiette est genrée ?**

51 **NB -** On est perméable aux idéologies et aux rôles genrés que la publicité et les médias nous donnent à voir.  
52 Un homme mange de la viande, une femme doit être mince, en bonne santé et ingurgiter des yaourts  
53 allégés. Il y a la contamination genrée : quand un produit est tellement associé à un genre que l'autre ne  
54 veut plus l'acheter. Les Américains ont inventé le « bregurt », un « yaourt de bonhomme ». Il y a aussi le  
55 « manwich ». Dans les produits codés, les femmes mangent « sans » tandis qu'on ajoute des éléments pour  
56 les hommes. Dans les publicités pour le chocolat, ils dévorent des barres chocolatées qui leur procurent de  
57 l'énergie. Quand on s'adresse aux femmes, il y a un côté masturbatoire. Les publicités Charal, virilistes par  
58 excellence, sont un bon exemple : l'homme mange de la viande, est « le plus grand des prédateurs »,  
59 Récemment, la marque se focalise sur le rôle reproducteur de la femme. Le sous-texte, c'est que le seul  
60 moment de ta vie de femme où tu as le droit de dévorer un steak, c'est pour nourrir l'autre. Mais ça évolue,  
61 on voit désormais des publicités où des papas donnent des steaks végétaux à leurs enfants.

### **Document 3 - Campagne publicitaire pour la marque Charal « Charal, une histoire publicitaire qui a du mordant »**

*Née en 1986, la marque de viande s'est nourrie de films publicitaires détonants qui lui ont permis de doper sa notoriété et sa croissance.*



## **PREMIÈRE PARTIE : QUESTIONS (10 points)**

Une réponse développée et argumentée, qui s'appuiera sur des éléments précis des textes et documents, est attendue pour chacune des trois questions.

**1) Document 2** : Relevez les spécificités de l'alimentation selon les genres.

**2) Documents 2 et 3** : Quel rôle tient le marketing dans la représentation genrée de la nourriture ?

**3) Documents 1, 2 et 3** : Comment la viande est-elle présentée comme un symbole de virilité ?

## **DEUXIÈME PARTIE : ESSAI (10 points)**

Vous traiterez, au choix, l'un des deux sujets d'essai :

**Sujet 1 : En quoi nos choix alimentaires peuvent-ils être significatifs de notre identité socio-culturelle ?**

Vous traiterez le sujet de façon personnelle et argumentée en vous appuyant notamment sur vos lectures, sur le travail de l'année, sur le corpus et sur votre culture personnelle.

**Sujet 2 : Dans quelle mesure le repas peut-il être un marqueur des inégalités ?**

Vous traiterez le sujet de façon personnelle et argumentée en vous appuyant notamment sur vos lectures, sur le travail de l'année, sur le corpus et sur votre culture personnelle.