

Messages nutritionnels : quelle efficacité ?

Le premier plan national nutrition santé (PNNS) lancé en 2001 a mis en place des messages nutritionnels tels que «Pour votre santé, mangez au moins 5 fruits et légumes par jour» ou «pratiquez une activité physique régulière». Si ces messages semblent avoir été globalement bien retenus par la population qu'en est-il de leur mise en pratique ? Certaines études laissent penser que ces messages pourraient être contre-productifs.

Ainsi, une étude (Carolina Werle, IREGE Université de Savoie-Mont Blanc)

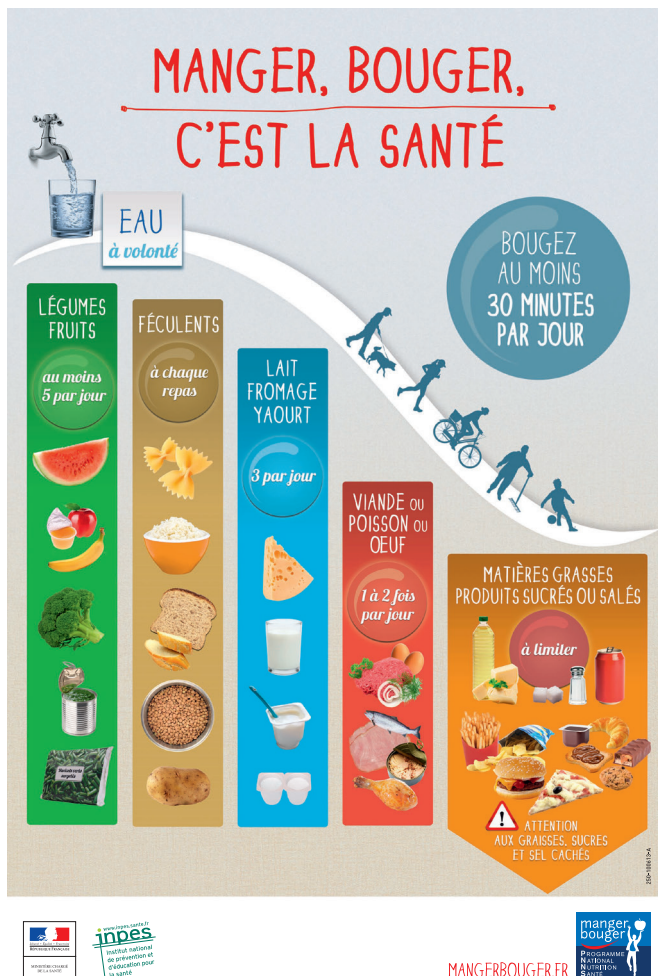
menée sur 130 étudiants, a consisté à les exposer pendant 1 sec à une photo de hamburger qui était aléatoirement associée à un **message nutritionnel**. Ensuite, les sujets étaient soumis à différentes tâches telles qu'association sémantique et évaluation du nombre de calories. Enfin, un bon d'achat était proposé pour un fruit prêt à consommer ou une glace. Les résultats montrent que la présence d'un message sanitaire diminuait le choix du dessert « sain » tout comme le nombre de calories estimé. L'hypothèse proposée pour expli-

quer cet effet contraire à celui attendu serait qu'un message nutritionnel serait perçu comme une **justification pour une consommation hédonique**, c'est-à-dire qu'il y aurait un **effet de compensation** entre l'image d'un aliment hédonique et d'un message qui apparaît comme une solution potentielle contre la prise de poids.

D'autres travaux (Sandrine Monneroy-Patris, INRA Centre des Sciences du Gout et de l'Alimentation, Dijon) ont consisté à proposer de choisir 5 produits parmi 10 pour un goûter à de jeunes enfants, de 6 à 11 ans. Les attitudes des 63 enfants du panel ont été évaluées par des tests d'association. Les résultats montrent que les enfants dont les attitudes sont orientées vers le **plaisir alimentaire** choisissent spontanément le plus d'aliments sains alors que les enfants dont les attitudes favorisent la santé/nutrition préfèrent les aliments palatables.

En fait, la réponse à un stimulus comprend 2 phases : une première, qui ne prend que quelques millisecondes est automatique, ou implicite, alors que la seconde intervient ensuite et est dite explicite. En ce qui concerne les messages nutritionnels, leur compréhension améliorerait la réponse explicite mais conduirait à un **effet de compensation sur la réponse implicite**.

Pour autant des pistes intéressantes se dégagent avec la dimension sensorielle de l'acte alimentaire : au lieu d'opposer santé et plaisir, des études montrent par exemple qu'une **exposition répétée** à un aliment améliore sensiblement son **score hédonique**.



Cette fiche a été réalisée à partir des 17^{ème} ateliers de nutrition de l'Institut Pasteur de Lille le 13 décembre 2018.

Réalisé avec le soutien de



Magazine AGRO JONCTION - ADRIANOR - ZI Est Arras, rue Jacquart, 62 217 Tilloy les Mofflaines - 03 21 24 81 03 - fax. 03 21 48 10 94 - www.adrianor.com
 rédaction : ADRIANOR - mise en page : service communication de la Chambre d'Agriculture du Nord-Pas de Calais - CF avril 2019 - impression 1 200 exemplaires