CHOISIT-ON VRAIMENT CE QUE L'ON MANGE ?

Docteur Patrick Etiévant
Chef du département "Alimentation humaine", INRA

Grenoble, le 27 mai 2011

Physiologie, appartenance sociale, environnement du mangeur... Les facteurs influant le comportement alimentaire sont nombreux. C'est ce qui ressort de l'étude réalisée par une trentaine d'experts qui a analysé près de 1 800 articles scientifiques[1]. Les prises alimentaires sont ainsi réglées par l'alternance de la faim et de la satiété grâce à un réseau de signaux chimiques, hormonaux et nerveux, émanant de l'aliment et de l'appareil digestif et intégrés par le cerveau. Cette régulation automatique compense les déficits et, dans une moindre mesure, les excès ponctuels. Cependant, plusieurs facteurs peuvent en affecter la précision. La composition des aliments par exemple : les boissons sucrées, dont la consommation s'accroît chez les jeunes, échappent à la régulation physiologique. L'environnement : manger devant la télévision ou dans le bruit induit aussi une surconsommation.

Des travaux récents en marketing et en neurosciences soulignent d'autres biais qui naissent d'une appréciation floue de l'apport nutritionnel des aliments : l'ajout, par exemple, d'une portion de brocolis à un hamburger va, par sa connotation d'aliment sain, minimiser l'estimation des calories ingérées.

A une échelle de temps plus longue, l'histoire sociale et culturelle régule aussi les comportements alimentaires autour de menus, d'horaires et de règles de convivialité. En France, le repas convivial à trois plats, pris en famille, à la maison, reste massivement la norme. Les préférences alimentaires s'acquièrent jeune et sont difficiles à changer, d'où l'importance de l'éducation alimentaire des enfants et d'une sensibilisation préventive des jeunes mères, en cas d'obésité infantile. L'expertise souligne sans surprise l'inégalité de l'alimentation entre catégories sociales : les populations défavorisées lui consacrent jusqu'à 50% de leur budget contre 17% en moyenne nationale. Elles ont en outre des choix alimentaires moins conformes aux

recommandations santé et présentent, de plus, des facteurs de risque d'obésité plus élevés comme la sédentarité ou une moindre estime de soi.

Ces différents éléments amènent les experts à mettre en avant l'efficacité d'actions ciblées en complément des campagnes d'informations. Celles-ci améliorent le niveau de connaissance du consommateur mais ont peu d'impact sur son comportement. Ainsi, des interventions ciblées portant sur l'environnement social ou jouant sur la composition des produits -teneur en gras, sucre, sel, vitamines...- et sur leur accessibilité -proposer une corbeille de fruits plutôt qu'un distributeur de snacks à l'école- donnent des résultats probants. Ceux-ci battent en brèche l'image du consommateur souverain en soulignant l'importance de l'environnement de consommation dans l'arbitrage des choix.

L'expertise souligne le besoin d'aborder les relations entre pratiques alimentaires et santé de manière globale, au-delà de l'impact des nutriments et micronutriments, à l'échelle des régimes alimentaires en situation « réelle ».

RÉFÉRENCES

[1]*Expertise scientifique collective « Les comportements alimentaires, quels en sont les déterminants ?, quelles actions pour quels effets ? » juillet 2010. Patrick Etiévant (Inra), France Bellisle (Inra), Jean Dallongeville (Institut Pasteur de Lille), Fabrice Etilé (Inra), Elisabeth Guichard (Inra-ANR), Martine Padilla (IAMM), Monique Romon- Rousseaux (CHU Lille), éditeurs.*
www.inra.fr/l_institut/expertise/expertises_realisees/expertise_comportements_alimentaires