

EQUATION NUTRITION

**LE POIDS DES CROYANCES ALIMENTAIRES
DANS LES COMPORTEMENTS DE
CONSOMMATION DES FRUITS ET LÉGUMES**



N°263 - **Octobre 2025**

Transformer les comportements alimentaires est une tâche complexe qui mobilise de multiples leviers : modifier l'**environnement alimentaire**, agir sur les **connaissances**, ou encore la **motivation individuelle** (Pollard et al., 2002). Ces facteurs comptent indéniablement. Pourtant, un aspect plus discret, mais tout aussi **décisif**, oriente **profondément** nos choix quotidiens (Shepherd, & Raats, 1996) : les **croyances alimentaires**, c'est à dire, nos représentations des aliments, de ce qu'ils sont, ce qu'ils font à notre santé et à l'environnement, ce qu'ils disent de nous ou de notre appartenance sociale (Monterrosa et al., 2020 ; Siegrist et al., 2022).

Ces croyances alimentaires **ne sont pas figées** : elles peuvent **évoluer**. Certaines campagnes de communication ou stratégies marketing parviennent à **transformer l'image d'un produit**, qu'il s'agisse de valoriser le caractère « naturel » d'un aliment ou d'associer un choix alimentaire à un style de vie désirable (Radaelli et al., 2025 ; Mills et al., 2013). Mais ces croyances sont aussi souvent **ancrées** dans des **cadres plus durables** – culturels, religieux, familiaux – et constituent alors des **repères identitaires aussi solides que difficiles à déplacer** (Rozin, 2006 ; Zaman et al., 2025). Elles peuvent donc agir à la fois comme un **levier puissant de changement** et comme un **frein redoutable**.

C'est précisément cette **double dimension** – malléabilité et résistance – qui rend les croyances alimentaires si **centrales et complexes** dans la compréhension des comportements. Les examiner, c'est comprendre non seulement ce que les individus mangent, mais aussi pourquoi ils mangent ainsi, et dans quelle mesure ces représentations peuvent être transformées pour **accompagner la transition vers des régimes plus sains et plus durables** (Story et al., 2008).

Le premier article de ce numéro (Hartwell et al., 2024) illustre l'importance des **croyances alimentaires** chez les **jeunes adultes**. En mobilisant le Health Belief Model, les auteurs montrent que la **consommation de légumes** est **encouragée** lorsque les individus croient en leurs **bénéfices pour la santé** et leur **naturalité**. Ces résultats rappellent que, pour **favoriser une alimentation plus végétale**, il ne suffit pas de rendre les légumes disponibles : il faut aussi **agir sur les représentations positives** que les jeunes se construisent à leur sujet.

Le deuxième article (Egele et Stark, 2023) met en lumière le **rôle central des croyances** dans la **construction des comportements alimentaires**. Les auteurs montrent que les représentations de ce qui constitue une « quantité adaptée » d'aliments expliquent en partie les **différences de comportements alimentaires observées entre hommes et femmes**. Ainsi, les femmes considèrent plus souvent que la consommation de fruits et de légumes en plus grande quantité est bénéfique pour la santé, ce qui contribue à une consommation accrue de ces aliments. À l'inverse, les hommes valorisent davantage la viande et le poisson. Autrement dit, les **écarts de consommation** ne reflètent pas seulement des préférences, mais proviennent aussi de **croyances spécifiques** sur ce qui est bon pour la santé.

Enfin, le troisième article (Gomez et al., 2024) s'intéresse au rejet des **fruits et légumes difformes**. Les auteurs montrent que ce phénomène repose sur des **croyances « essentialistes »**, c'est-à-dire, l'idée que la forme d'un produit reflète son essence profonde. Lorsque les consommateurs considèrent la forme comme une **frontière stricte et immuable**, ils sont **moins enclins à accepter les produits irréguliers**. À l'inverse, percevoir cette variabilité comme naturelle favorise leur valorisation. Cette recherche souligne qu'**agir sur les croyances liées à l'apparence** des aliments peut constituer un **levier puissant** pour **réduire le gaspillage alimentaire**.

En somme, ces trois études rappellent que si l'on veut **promouvoir des comportements alimentaires plus favorables à la santé** et à la **durabilité**, il ne suffit pas de modifier l'environnement alimentaire ni de rappeler les recommandations (Sheeran & Webb, 2021). Il faut également **comprendre, interroger et transformer les barrières cognitives** qui façonnent nos décisions – parmi lesquelles les croyances occupent une place centrale. En s'appuyant sur ce levier, les politiques publiques et les interventions nutritionnelles pourront dépasser les freins invisibles qui limitent leur efficacité.



Nicolas Darcel
Maître de conférences en nutrition humaine

AGROPARISTECH

A PROPOS DE L'AUTEUR

Nicolas Darcel est maître de conférence en Nutrition Humaine à AgroParisTech. Ses travaux en éthologie humaine et sciences cognitives explorent les comportements alimentaires, en mettant particulièrement l'accent sur l'influence des dynamiques sociales dans l'adoption ou le frein aux évolutions des pratiques alimentaires.

✓ Note de l'équipe d'Aprifel - Egalement à découvrir dans ce numéro d'Equation Nutrition

- Notre infographie - Les croyances alimentaires : quand expériences personnelles, culture, socialisation et environnement médiatique façonnent nos choix
- L'avis d'expert : Alimentation, obésité et idées reçues : deux questions à Lydie Thiery
- Nos conseils pratiques pour déconstruire les idées reçues autour des fruits et légumes
- 5 articles récents issus de notre veille scientifique sur l'alimentation saine et durable

CONSOMMATION DE LÉGUMES : LES CROYANCES ALIMENTAIRES ET LES COMPÉTENCES CULINAIRES, DES LEVIERS CLÉS CHEZ LES JEUNES ADULTES



La consommation de légumes chez les jeunes adultes reste insuffisante malgré leurs bénéfices bien établis pour la santé. Une étude récente s'est intéressée à l'influence des croyances individuelles dans ce comportement alimentaire. Ce travail montre que percevoir les légumes comme « bénéfiques pour la santé », « naturels » ou avoir confiance en ses propres compétences culinaires, favoriserait leur intégration dans l'alimentation. En revanche, les motivations éthiques ou environnementales semblent avoir peu d'influence sur la consommation de légumes des jeunes adultes. Enfin, le goût des légumes et la familiarité avec ces aliments demeurent des freins à leur consommation. Ces résultats suggèrent que les stratégies visant à augmenter durablement la consommation de légumes devraient combiner la valorisation des bénéfices personnels et le renforcement des compétences culinaires.

Les **légumes** constituent un **pilier essentiel** de l'alimentation saine et de la **prévention des maladies chroniques** (Slavin and Lloyd, 2012). Pourtant, leur **consommation** reste **insuffisante**, notamment chez les **jeunes adultes**. Cette situation est d'autant plus préoccupante que cette période de vie est **décisive** pour **ancrer des habitudes alimentaires dans la durée** (Howse et al., 2018).

Comprendre les facteurs qui influencent la consommation de légumes est donc crucial pour concevoir des interventions efficaces. Dans ce contexte, l'étude de **Hartwell et al., 2024** a mobilisé le **Health Belief Model**, un cadre théorique largement utilisé en santé publique (voir méthodologie). Ce modèle permet d'examiner comment les **croyances** sur l'alimentation, ainsi que les **bénéfices** et **barrières perçus** influencent les **comportements alimentaires** (Champion & Skinner, 2008).

Santé et naturalité : des croyances structurantes pour la consommation de légumes par les jeunes adultes

L'étude montre que les jeunes adultes qui **perçoivent les légumes** comme des aliments « bons pour la santé », « riches en vitamines et minéraux » ou « naturels et sans additifs » en **consomment davantage**. Ces représentations contribuent à faire des légumes **non seulement des aliments fonctionnels**, mais aussi des **symboles d'un mode de vie sain**. Ces croyances **renforcent l'intention de consommer des légumes** et

facilitent le passage à l'action, ce qui favorise leur **intégration** dans l'**alimentation quotidienne**.

Ces observations confirment que les légumes occupent une **place centrale** dans l'imaginaire collectif en tant **qu'aliments « sains » et « authentiques »**. Renforcer ce lien chez les jeunes adultes pourrait donc constituer un **levier efficace** pour les encourager à intégrer davantage de légumes dans leur alimentation.

L'auto-efficacité culinaire : un levier concret et mobilisable

Un autre facteur clé identifié par ce travail est **l'auto-efficacité culinaire**, c'est-à-dire la croyance en ses propres compétences pratiques. Les jeunes adultes qui estiment posséder ces **compétences** déclarent **consommer des légumes plus régulièrement**. Ce constat suggère que **la barrière** à la consommation de légumes ne réside **pas seulement dans le coût, la disponibilité ou l'information**, mais aussi dans la propre **confiance** des jeunes adultes **à agir**.

D'un point de vue comportemental, l'auto-efficacité joue un **rôle central** dans les **modèles de changement** car elle influence à la fois l'initiation et le maintien des comportements (Brug & Kok, 1997). L'étude confirme également que l'auto-efficacité **ne fonctionne pas de manière isolée**, mais en **synergie** avec **d'autres croyances positives**, telles que celles liées à la santé ou à la naturalité des légumes. La confiance culinaire peut ainsi **activer ou amplifier l'impact** de ces représentations favorables (Rodrigues et al., 2019).

Dans cette perspective, une **stratégie éducative efficace** pour encourager la consommation de légumes par les jeunes adultes devrait **combiner** une **information claire sur les bénéfices des légumes** avec des dispositifs concrets pour **développer les compétences culinaires**, comme des ateliers pratiques, des tutoriels simples ou encore des recettes accessibles.

Pas d'effet notable des croyances sur l'environnement et le bien-être animal sur la consommation de légumes

Si les croyances liées à la santé, à la naturalité ou aux compétences culinaires apparaissent comme de véritables moteurs à la consommation de légumes, **d'autres dimensions** apparaissent **moins influentes**. C'est le cas des **croyances éthiques et environnementales**. Ainsi, dans cette étude, accorder de l'importance au respect de l'environnement ou au bien-être animal **n'est pas associé** à une **consommation accrue de légumes**.

L'argument « manger pour sa santé » semble, ici, plus convaincant que « manger pour sauver la planète ». Cette observation va dans le sens de travaux antérieurs montrant notamment que les **motivations personnelles et immédiates** — santé, vitalité, naturalité — **pèsent davantage** dans les **choix alimentaires** des jeunes adultes que des considérations plus abstraites comme l'éthique ou l'environnement (Smith et al., 2019; Roman et al., 2017).

Goût et familiarité : des freins persistants à la consommation de légumes

Au-delà de ce constat, certains **freins sensoriels et expérientiels** à la consommation de légumes par les jeunes adultes persistent. Le **goût** apparaît comme un **obstacle majeur**, en particulier l'amertume et l'acidité de certains légumes, qui contrastent avec la préférence innée pour le sucré. Ce **déterminant universel** du **plaisir alimentaire**, largement documenté, contribue à expliquer pourquoi les **légumes** restent parfois **perçus comme peu attractifs** (Appleton et al., 2019).

La question de la **familiarité avec les légumes** s'ajoute à ce frein gustatif. Alors que l'on considère souvent que « les consommateurs aiment ce qu'ils connaissent et mangent ce qu'ils aiment » (Aldridge et al., 2009), les résultats indiquent ici une **association inverse**. Des **expériences passées négatives**, comme un plat jugé fade ou une texture peu agréable, peuvent générer des souvenirs persistants qui se transforment ensuite en **freins** à la **consommation des légumes**.

Ces résultats rappellent que les interventions visant à améliorer les consommations **de légumes ne peut pas se limiter à renforcer les croyances positives**. Il est également nécessaire de **lever les barrières sensorielles et expérientielles**. Les auteurs suggèrent, ainsi, que les campagnes de santé publique gagneraient à **valoriser le profil nutritionnel** et le **caractère authentique** des légumes, tout en rendant leur consommation **plus**

attractive. Ils soulignent notamment l'intérêt de **soutenir les jeunes** dans **l'acquisition de compétences culinaires simples** permettant de **préparer les légumes**, mais aussi de travailler sur **la dimension plaisir** (Saulais et al., 2019).

Basé sur : Hartwell, H., Bray, J., Lavrushkina, N., Lacey, J., Rodrigues, V. M., Fernandes, A. C., Bernardo, G. L., Martinelli, S. S., Cavalli, S. B., & Proença, R. P. d. C. (2024). Identifying key factors that encourage vegetable intake by young adults: using the health belief model. *British Food Journal*, 126(1), 453–470.

Méthodologie

- Etude transversale
- Échantillon : 444 étudiants universitaires brésiliens âgés entre 18 et 30 ans, recrutés via un questionnaire en ligne.
- Mesures :
 - Motifs de choix alimentaires évalués à l'aide d'une version adaptée du Food Choice Questionnaire (Steptoe, Pollard & Wardle, 1995) incluant les dimensions santé, naturalité, éthique/environnement, goût, familiarité.
 - Auto-efficacité culinaire mesurée par des items spécifiques portant sur la confiance à préparer et cuisiner des légumes.
 - Consommation de légumes auto-déclarée, exprimée en fréquence hebdomadaire.
- Analyses : recours à la modélisation par équations structurelles (SEM) afin d'examiner les relations entre croyances (motifs de choix, auto-efficacité) et consommation de légumes, en distinguant les effets directs et indirects.

Messages clés

- Les croyances valorisant la santé et la naturalité des légumes constituent des leviers puissants pour encourager leur consommation.
- L'auto-efficacité culinaire, c'est-à-dire la confiance à savoir préparer et cuisiner des légumes, est positivement associée à des apports plus élevés.
- Des freins sensoriels et expérientiels, comme un goût perçu comme peu attractif ou de mauvaises expériences passées, continuent de limiter leur adoption.

Références

- Aldridge, V., Dovey, T. M., & Halford, J. C. (2009). The role of familiarity in dietary development. *Developmental Review*, 29(1), 32-44.
- Appleton, K. M., Dinnella, C., Spinelli, S., Morizet, D., Saulais, L., Hemingway, A., ... & Hartwell, H. (2019). Liking and consumption of vegetables with more appealing and less appealing sensory properties: Associations with attitudes, food neophobia and food choice motivations in European adolescents. *Food Quality and Preference*, 75, 179-186.
- Champion, V. L., & Skinner, C. S. (2008). The health belief model. *Health behavior and health education: Theory, research, and practice*, 4, 45-65.
- Hartwell, H., Bray, J., Lavrushkina, N., Lacey, J., Rodrigues, V. M., Fernandes, A. C., Bernardo, G. L., Martinelli, S. S., Cavalli, S. B., & Proença, R. P. d. C. (2024). Identifying key factors that encourage vegetable intake by young adults: using the health belief model. *British Food Journal*, 126(1), 453-470.
- Howse, E., Hankey, C., Allman-Farinelli, M., Bauman, A. and Freeman, B. (2018), ““Buying salad is a lot more expensive than going to McDonalds’: young adults’ views about what influences their food choices”, *Nutrients*, Vol. 10 No. 8, p. 996.
- Nielsen’s global health & wellness survey (2025). Nielsen’s global health & wellness survey: We are what we eat. Healthy eating trends around the world.
- Roman, S., Sanchez-Siles, L. and Siegrist, M. (2017), “The importance of food naturalness for consumers: results of a systematic review”, *Trends in Food Science and Technology*, Vol. 67, pp. 44-57
- Saulais, L., Massey, C., Perez-Cueto, F. J., Appleton, K. M., Dinnella, C., Monteleone, E., ... & Giboreau, A. (2019). When are “Dish of the Day” nudges most effective to increase vegetable selection?. *Food policy*, 85, 15-27.
- Smith, K. S., Raney, S. V., Greene, M. W., & Fruge, A. D. (2019). Development and validation of the dietary habits and colon cancer beliefs survey (DHCCBS): an instrument assessing health beliefs related to red meat and green leafy vegetable consumption. *Journal of Oncology*, 2019(1), 2326808.

COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES : LES CROYANCES DE SANTÉ POURRAIENT EXPLIQUER LES DIFFÉRENCES OBSERVÉES ENTRE HOMMES ET FEMMES



Les différences de comportements alimentaire entre hommes et femmes sont largement documentées, mais les facteurs qui les expliquent restent partiellement élucidés. Une étude récente s'est penchée sur le rôle de croyances de santé spécifiques à l'alimentation, notamment sur les représentations personnelles des quantités d'aliments jugées « bonnes pour la santé ». Ce travail montre des croyances distinctes entre hommes et femmes pour certains aliments. Ces différences de croyances contribuent à expliquer en partie les écarts de consommation entre sexes, en particulier pour les fruits, légumes et poissons. Ces résultats invitent à intégrer l'influence des croyances alimentaires dans les interventions de santé publique aux côtés d'autres dimensions telles que le plaisir alimentaire, les normes sociales ou encore la littératie nutritionnelle.

La **progression constante du surpoids et de l'obésité** contribue à l'**augmentation de la prévalence des maladies chroniques** telles que le diabète de type 2, les maladies cardiovasculaires ou certains cancers (Global Burden of Disease, 2017). Parmi les **déterminants** de ces pathologies, les **différences de comportement alimentaire** entre hommes et femmes apparaissent comme un **facteur notable** : les hommes ont généralement des comportements alimentaires moins conformes aux recommandations nutritionnelles (Büning-Fesel et al., 2016 ; Tan et al., 2022) et présentent une **prévalence plus élevée de troubles métaboliques**.

Ces **disparités** ne s'expliquent pas seulement par des préférences individuelles ou des contraintes socio-économiques. Elles résultent également de **facteurs psychologiques** et **culturels**, parmi lesquels les croyances de santé semblent jouer un **rôle déterminant**. Ces croyances appliquées au domaine de l'alimentation reflètent les **représentations personnelles** de ce qui est perçu comme « bon » ou « mauvais » pour la santé, orientant ainsi les choix alimentaires (Grzymisławska et al., 2020). Si les **différences de croyances selon le sexe** ont été observées, leur **contribution** précise aux **écarts de consommation** reste **peu explorée** (Spinelli et al., 2020 ; Ruigrok et al., 2021 ; Dinnella et al., 2023).

Dans ce contexte, l'étude d'**Egele et al., 2023** s'est attachée à déterminer si ces croyances pouvaient expliquer, en tout ou partie, les **différences de comportements alimentaires** entre hommes et femmes, en analysant à la fois les **habitudes de consommation** et les **perceptions des quantités jugées « saines »** pour différents

groupes d'aliments.

Comportements alimentaires : des différences confirmées entre hommes et femmes

Menée auprès de 212 adultes allemands âgés de 18 à 70 ans (voir méthodologie), l'étude confirme des **différences nettes** dans les **pratiques alimentaires entre les sexes**. Les **femmes** déclarent consommer en moyenne 2,1 portions de fruits et 2,8 de légumes par jour, contre respectivement 1,3 et 1,4 chez les hommes. Elles consomment également **plus de céréales et d'œufs**, tandis que les **hommes** consomment davantage de **viande**. Ces résultats, **cohérents** avec la littérature internationale, traduisent une **plus grande adhésion des femmes aux recommandations nutritionnelles** (Lombardo et al., 2019 ; Baker et al., 2003).

En revanche, **aucune différence significative** n'a été observée pour le **poisson** ni les **produits laitiers**, suggérant que **certaines catégories alimentaires échappent** aux **dynamiques de genre** habituellement observées. Ces constats soulignent la complexité des **comportements alimentaires**, façonnés par des **facteurs multiples** : normes sociales, modèles familiaux, représentations culturelles ou encore motivations liées à la santé.

Les croyances de santé sur l'alimentation : une influence genrée pour certains aliments

Les chercheurs ont ensuite exploré l'influence des **croyances de santé** sur les **différences de consommation alimentaire** observées entre les individus. Pour cela, la **perception individuelle** de la **quantité « saine » à consommer** pour 7 groupes d'aliments a été évaluée. L'effet médiateur de ces croyances a ensuite été testé. Les résultats montrent que les **croyances de santé spécifiques à l'alimentation** jouent effectivement un **rôle médiateur** sur les **habitudes alimentaires**, mais de **manière sélective** selon les catégories d'aliments.

Selon les auteurs, ces croyances expliqueraient **partiellement** les **écarts** observés d'un individu à l'autre pour les **fruits et légumes**, et **totalemment** pour le **poisson**. Autrement dit :

“

Si les femmes consomment davantage de fruits et légumes, c'est parce qu'elles estiment qu'il faut en manger plus pour être en bonne santé.

En revanche, **aucune médiation significative** n'a été observée pour la **viande**, les **œufs**, les **céréales** ou les **produits laitiers**. Cela signifie que les **écarts** de consommation alimentaire constatés pour ces catégories d'aliments **ne s'expliquent pas par les croyances étudiées**, mais sans doute par **d'autres déterminants**, comme les préférences gustatives, les habitudes sociales ou les valeurs associées aux aliments.

Les croyances de santé : un levier pour des interventions nutritionnelles spécifiques au genre

Cette étude ouvre des **perspectives concrètes** pour la santé publique. Si les croyances de santé influencent les choix alimentaires, les **modifier pourrait constituer un levier d'action efficace**. Les auteurs suggèrent notamment de **renforcer les messages nutritionnels ciblés**, en particulier à destination des hommes, souvent **moins sensibles aux recommandations**. Par exemple, revaloriser les fruits, légumes et poissons comme aliments associés à la force ou la vitalité pourrait contribuer à réduire les écarts entre sexes.

Cependant, ces croyances ne suffisent pas à elles seules à expliquer toutes les différences observées. Les auteurs appellent ainsi à **intégrer** aux interventions futures **d'autres dimensions** telles que le plaisir alimentaire, les normes sociales ou encore la littérature nutritionnelle. Enfin, ils invitent à mieux comprendre ces interactions afin de concevoir des **programmes de prévention plus personnalisés et équitables**, adaptés à l'ensemble de la population.

Basé sur : Egele VS, Stark R. Specific health beliefs mediate sex differences in food choice. Front Nutr. 2023 Jun 5;10:1159809.

Méthodologie

- Étude transversale menée en ligne à partir d'un questionnaire auto-administré (SoSci Survey)
- Échantillon comprenant 212 adultes allemands âgés de 18 à 70 ans (dont 44 % de femmes)
- Détermination des habitudes alimentaires sur 7 groupes d'aliments selon les recommandations de la Société Allemande de Nutrition
- Evaluation des croyances de santé spécifiques : quantités jugées « saines » à consommer pour les catégories alimentaires étudiées
- Analyses statistiques ANCOVA pour tester les différences selon le sexe (contrôle de l'âge) et modèles de médiation via PROCESS macro pour évaluer le rôle des croyances de santé.

Messages clés

- Des différences marquées de consommation alimentaire persistent entre hommes et femmes : les femmes consommant plus de fruits et légumes tandis que les hommes privilégient davantage la viande.
- Les croyances de santé expliquent tout ou des écarts observés selon le sexe, suggérant qu'elles influencent directement les choix alimentaires.
- Modifier ces croyances pourrait améliorer l'alimentation des hommes, moins alignée avec les recommandations, à condition de tenir compte d'autres déterminants comme les goûts, les normes sociales et l'attitude vis-à-vis de la santé.

Références

GBD 2015 Obesity Collaborators Afshin A, et al. Health effects of overweight and obesity in 195 countries over 25 years. *N Engl J Med.* 2017 ; 377:13–27.

Büning-Fesel M, Rückert-John J. Why do men eat how they eat?: Considerations from a nutritional-and gender-sociological perspective. *Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz.* 2016; 59:950–6.

Tan YWB, et al. Dietary patterns of persons with chronic conditions within a multi-ethnic population: results from the nationwide knowledge, attitudes and practices survey on diabetes in Singapore. *Arch Public Health.* 2022 ; 80:62.

Grzymisławska M, et al. Do nutritional behaviors depend on biological sex and cultural gender? *Adv Clin Exp Med.* 2020;29:165–72.

Ruigrok SR, et al. Adult food choices depend on sex and exposure to early-life stress: underlying brain circuitry, adipose tissue adaptations and metabolic responses. *Neurobiol Stress.* 2021;15:100360.

Dinnella C, et al. Factors affecting stated liking for meat products: focus on demographics, oral responsiveness, personality, and psycho-attitudinal traits. *Meat Sci.* 2023;195:109004.

Spinelli S, et al. Gender differences in fat-rich meat choice: influence of personality and attitudes. *Nutrients.* 2020;12:1374.

Lombardo M, et al. Gender differences in taste and foods habits. *Nutr Food Sci.* 2019; 50:229–39.

Baker AH, Wardle J. Sex differences in fruit and vegetable intake in older adults. *Appetite.* 2003; 40:269–75.

LES CROYANCES RELATIVES À L'APPARENCE DES ALIMENTS : UNE EXPLICATION AU REJET DES FRUITS ET LÉGUMES DIFFORMES



Malgré les initiatives visant à valoriser les fruits et légumes de forme atypique, ces aliments restent majoritairement rejetés par les consommateurs, représentant une source de gaspillage alimentaire. Ce rejet ne se fonde pas uniquement sur l'apparence ou le goût mais reflète des croyances profondes sur la nature et la forme des aliments. Une étude récente révèle que ces croyances influencent directement les comportements d'achat. Les fruits et légumes jugés « atypiques » sont généralement moins choisis. Cependant, leur acceptation augmente dès lors qu'ils sont présentés comme naturellement variés et stables. Pour favoriser leur acceptation, les auteurs suggèrent de sensibiliser le public à cette diversité naturelle et de valoriser l'authenticité de ces produits.

Afin de rendre notre système alimentaire et notre alimentation plus durables, **lutter contre les pertes et le gaspillage alimentaires reste un enjeu majeur**. Concernant les fruits et légumes, le **rejet des produits de forme atypique** constitue une **source de gaspillage**. Malgré les promotions et initiatives visant à valoriser les fruits et légumes difformes, ils continuent d'être **largement dépréciés**. Comprendre ce phénomène est, ainsi, essentiel pour développer des **stratégies efficaces** pour faciliter leur acceptation. Des recherches en **psychologie cognitive** suggèrent notamment que ce rejet ne relève pas uniquement de l'apparence ou du goût, mais de **croyances profondes sur la forme et la nature des aliments** (Gelman & Rhodes, 2012).

Pour explorer ces mécanismes, l'étude de **Gomez et al., 2024** examine les **fondements cognitifs** de ce rejet à travers la théorie de **l'essentialisme psychologique**. Selon cette théorie, chaque produit est perçu comme possédant une « essence » interne et immuable, et toute irrégularité de forme peut être interprétée comme une altération de cette essence (Medin & Ortony, 1989). L'objectif de cette étude était donc **demesurer et analyser ces croyances essentialistes** et de comprendre leur **influence** sur la **préférence ou le rejet** des fruits et légumes difformes.

La forme des fruits et légumes, reflet de leur essence

La **perception de la forme** joue un **rôle déterminant** dans **l'évaluation** des aliments. Pour de nombreux consommateurs, **l'apparence visuelle** d'un fruit ou d'un légume n'est **pas un simple critère esthétique** : elle est perçue comme le reflet de son « **essence** » naturelle. Cette essence, considérée comme une caractéristique **interne, invisible et immuable**, détermine **l'identité** de chaque espèce et se manifeste à travers ses traits

physiques (Gelman, 2019).

Ce raisonnement renvoie à la théorie de l'**essentialisme psychologique** selon laquelle les individus attribuent à chaque catégorie naturelle – plante, animal ou aliment – une **essence commune** partagée par tous ses membres. Transposée à l'**alimentation**, cette croyance conduit à penser que les **aliments d'une même catégorie** devraient présenter une **apparence homogène**. Dès lors, toute **irrégularité** de forme peut être interprétée comme une **altération** de cette **identité naturelle** (Cheon et al., 2024).

A partir de ce cadre conceptuel, les chercheurs ont exploré l'hypothèse selon laquelle les **croyances sur la forme influencent directement les préférences d'achat** des consommateurs concernant les fruits et légumes de forme atypique. L'étude vise ainsi à mesurer ces **croyances** et à analyser leurs **effets cognitifs et comportementaux** sur l'acceptation des **produits difformes**.

Les croyances essentialistes structurent l'acceptation des fruits et légumes difformes

Pour tester leurs hypothèses, les chercheurs ont développé une **échelle spécifique** (voir méthodologie), permettant de mesurer l'**influence** des croyances essentialistes sur la **perception des fruits et légumes**. Deux premières études ont **validé** cette méthode de mesure, structurée autour de **4 dimensions principales** de croyances essentialistes :

- La **dimension absolue** (discreteness) : croyance que les formes appartiennent à des catégories rigides et non graduelles ;
- La **dimension immuable** (immutability) : croyance que la forme est fixe et ne peut être modifiée ;
- La **dimension naturelle** (base biologique) : croyance que la forme découle de facteurs génétiques, possédant une base biologique ;
- La **dimension informative** (informativeness) : croyance que la forme permet d'inférer des caractéristiques du produit.

Cinq études expérimentales ont ensuite exploré l'**impact** de ces **croyances** sur les **comportements d'achat**. Les résultats montrent que les **croyances essentialistes n'agissent pas toutes de la même manière**. La **dimension absolue réduit l'intention d'achat** des fruits et légumes **difformes**. **A l'inverse, la dimension immuable favorise leur acceptation**. Les autres dimensions ne semblent **pas avoir d'effet notable** selon ce travail.

Ces effets s'expliquent par les **jugements de typicité**, c'est-à-dire l'évaluation par le consommateur du **caractère typique** d'un produit au sein de sa catégorie.

“

Plus un individu croit aux catégories rigides, moins il considère un fruit ou légume difforme comme typique et plus il le rejette.

Autrement dit, si un individu croit que « toutes les carottes doivent avoir la même forme », il adopte une vision rigide de la catégorie « carottes ». Inversement, percevoir la **forme** comme **naturelle et immuable** augmente la typicité perçue et **facilite l'acceptation** (Gandolini et al., 2024).

Valoriser la naturalité et informer pour favoriser l'achat des fruits et légumes « atypiques »

À partir de ces observations, les auteurs proposent plusieurs leviers d'action concrets pour améliorer l'acceptation des fruits et légumes difformes :

- **Informer les consommateurs** : à l'aide de messages simples et factuels, en indiquant par exemple que **40 %**

des fruits et légumes poussent naturellement avec une forme atypique, afin d'augmenter la perception de typicité des produits difformes et l'intention d'achat ([Porter, Reay, Bomberg, & Higgins, 2018](#)).

- **Éviter la stigmatisation** : ne pas séparer les fruits et légumes de forme typique et atypiques dans les rayons ou via des étiquettes spécifiques, afin de ne pas accentuer la perception d'anomalie.
- **Valoriser la naturalité** : montrer que les formes variées résultent de la croissance naturelle des fruits et légumes et non d'un défaut, pour corriger les croyances liées à l'essentialisme.
- **Éduquer dès l'enfance** : exposer les enfants à la diversité naturelle des formes et tailles de fruits et légumes pour réduire le rejet futur et favoriser des habitudes d'achat plus inclusives et durables.

Ces stratégies s'appuient directement sur la compréhension des **mécanismes cognitifs** identifiés, en particulier le rôle des **jugements de typicité** et des **dimensions de croyances essentialistes**. Elles offrent des **pistes concrètes** pour augmenter l'acceptation des produits dans les **campagnes de sensibilisation**, le marketing responsable et la **réduction du gaspillage alimentaire**.

Basé sur : Essential shape: The role of essentialist beliefs in preferences for misshapen produce” Pierrick Gomez, Elizabeth Minton, Nathalie Spielmann

Méthodologie

Approche quantitative et expérimentale combinant 7 études :

- Etudes 1a et 1b : conception et validation de l'échelle Essentialist Beliefs about Produce Shape Scale (EBPSS) pour mesurer les croyances essentialistes appliquées à la forme des aliments.
 - o Participants : 135 puis 348 répondants
 - o Questionnaires : 34 items sur l'échelle Likert 7points
 - o 4 dimensions mesurées : base biologique, discreteness, informativeness, immutability
 - Etudes 2a et 2b : expériences comportementales avec test de l'influence des croyances sur les préférences d'achats
 - o Participants : 99 et 139 consommateurs
 - o Scénarios simulant achats en ligne ou en magasin, exposition à des produits normaux et difformes
 - o Mesures de l'intention d'achat, des croyances essentialistes via l'échelle EBPSS, variables sociodémographiques et perceptions sensorielles
 - Etudes 3a, 3b et 3c : identification du rôle des jugements de typicité dans les choix
 - o Participants : 154, 127 et 199 répondants
 - o Estimation de la fréquence de formes atypiques, exposition à images de fruits et légumes, manipulation informative sur la variabilité naturelle.
- Analyses principales : corrélations entre dimensions de croyances, jugements de typicité et comportements d'achat, identification des dimensions influentes

Messages clés

- Les fruits et légumes difformes sont souvent rejetés non pas pour leur goût, mais parce que leur forme semble « dévier de l'essence » attendue.
- Les jugements de typicité expliquent ce rejet : plus un produit difforme est perçu comme atypique, moins il est acheté.
- L'information et la valorisation de la naturalité des formes permettent de modifier ces perceptions et de favoriser l'acceptation des produits atypiques.

Références

Cheon BK, Tan YF, Forde CG. Food essentialism: Implications for expectations and perceptions of the properties of processed foods. *Food Quality and Preference*. 2024 Aug 1;117:105173.

Gandolini M, Borghini A, Lafraire J. Early Conceptual Knowledge About Food. *Review of Philosophy and Psychology*. 2025 Jun;16(2):523-43.

Gelman SA, Rhodes M. Two-thousand years of stasis. *Evolution challenges: Integrating research and practice in teaching and learning about evolution*. 2012 Apr 23:3-21.

Gelman SA. 12 What the Study of Psychological Essentialism May Reveal about the Natural World. *Metaphysics and cognitive science*. 2019 Mar 27:314.

Medin DL, Ortony A. Psychological essentialism. *Similarity and analogical reasoning*. 1989;179:195.

Porter SD, Reay DS, Bomberg E, Higgins P. Avoidable food losses and associated production-phase greenhouse gas emissions arising from application of cosmetic standards to fresh fruit and vegetables in Europe and the UK. *Journal of Cleaner Production*. 2018 Nov 10;201:869-78.

INFOGRAPHIE - LES CROYANCES ALIMENTAIRES : QUAND EXPÉRIENCES PERSONNELLES, CULTURE, SOCIALISATION ET ENVIRONNEMENT MÉDIATIQUE FAÇONNENT NOS CHOIX

Les croyances alimentaires se construisent à l'**intersection de multiples influences**. Elles sont étroitement liées à **l'identité et à la culture**, faisant de chaque choix alimentaire bien plus qu'un simple acte nutritionnel : un véritable **acte social porteur de sens**.

Dès l'enfance, **les normes sociales**, la **famille** et les **traditions** façonnent les comportements alimentaires et structurent des **habitudes** qui perdurent à long terme.

Nos croyances alimentaires sont ainsi le résultat d'un **processus complexe** où s'entrecroisent **facteurs psychologiques, sociaux et culturels**, avec un rôle central de **l'apprentissage**.

Nos **expériences personnelles** viendront aussi façonner nos propres croyances, comme par exemple des expériences sensorielles qui peuvent être associées au plaisir ou au déplaisir, des maladies ou des pathologies qui vont ancrer un dégoût ou un rejet.

En somme, les croyances alimentaires se construisent **à la croisée de l'héritage physiologique et culturel**, des pratiques de **socialisation**, et des contextes symboliques mais aussi des **influences médiatiques** (publicité, réseaux sociaux, influenceurs). Elles confèrent aux aliments une valeur unique, à la fois nutritive et identitaire, **propre à chacun**.



Sources :

- ▶ Enriquez, J. P., & Archila-Godinez, J. C. (2022). Social and cultural influences on food choices: A review. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 62(13), 3698-3704.
- ▶ Rozin, P. (2006). The integration of biological, social, cultural and psychological influences on food choice. *Appetite*, 47(3), 347-353.
- ▶ Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27(2), 275-292.

AVIS D'EXPERT - ALIMENTATION, OBÉSITÉ ET IDÉES REÇUES : 2 QUESTIONS À LYDIE THIERY



Lydie Thiery
Psychologue clinicienne – Psychotraumatologue

ASSOCIATION ENDAT-TCA

A PROPOS DE L'AUTEUR

Lydie Thiery est psychologue spécialisée dans le traitement des psycho-traumatismes depuis plus de 15 ans, et coordonne la direction des soins de l'association ENDAT- TCA de laquelle elle est aussi la présidente. Formatrice pour divers organismes dans le champ des TCA et des liens avec les psycho-traumatismes (le CNAM, l'ISA), elle dirige et coordonne un projet de formation/action financé par l'ARS Ile-De-France autour de la prévention de l'obésité et des TCA à visée de la population générale.



IDÉE REÇUE 1

Les personnes en situation d'obésité ont des comportements alimentaires délétères pour la santé ?

Faux

Il est faux de penser que les personnes en obésité ont **toutes** une alimentation de mauvaise qualité nutritionnelle, mangent en quantité excessive ou qu'elles sont inactives. Ces **croyances** sont **largement répandues** ([Chaput, 2014](#)) et alimentent une **stigmatisation** importante : elles nourrissent l'idée que les personnes en situation d'obésité sont paresseuses, incapables de se contrôler et en mauvaise santé (Inserm, 2023 ; [Carrel, 2009](#)), ce qui peut avoir des **conséquences très concrètes sur leur intégration sociale, professionnelle, leur santé psychique et sur la qualité des soins qu'elles reçoivent**.

En réalité, **les comportements alimentaires des personnes en obésité sont extrêmement variés** ([Souissi, 2020](#)), et l'obésité résulte d'une **interaction complexe entre des facteurs génétiques, psychologiques, sociaux et environnementaux** ([Sapovalova, 2025](#) ; [Dumoulin, 2025](#)). Sa stigmatisation est par ailleurs reconnue comme un facteur de développement et d'aggravation majeur. Toutes les personnes obèses ne présentent pas de troubles du comportement alimentaire. Il est également possible d'être en obésité tout en étant **dénutri** ([Favre, 2025](#)), c'est-à-dire souffrir de carences en protéines, en fer ou en vitamines malgré un excès de poids, notamment à la suite des nombreux régimes qu'ils s'infligent. Ce paradoxe montre bien que le **poids corporel, à lui seul, ne suffit pas à évaluer l'état de santé ou la qualité de l'alimentation d'une personne**.

C'est précisément pour lutter contre ces préjugés qu'avec ENDAT-TCA et ROMDES nous avons mis en place, en partenariat avec l'ARS Île-de-France, la **formation-action Culture commune, destinée à tous publics en contact avec des personnes en obésité** : personnels éducatifs, acteurs associatifs, soignants, travailleurs sociaux... L'objectif est de déconstruire ces fausses croyances sur l'alimentation et les corps.



Pour perdre du poids il suffit de restreindre son alimentation et d'être plus actif

Faux

La perte de poids est un sujet qui fait l'objet de **nombreuses idées reçues et fausses informations**, largement véhiculées par les médias et sur les réseaux sociaux. L'une des idées reçues les plus ancrées est de considérer que pour perdre du poids il faut consommer uniquement certains groupes d'aliments - fruits et légumes, viandes et laitages maigres et limiter voire bannir d'autres groupes d'aliments tels que les féculents et ou les aliments gras et sucrés. Ces régimes sont, non seulement, **inefficaces sur le long terme pour perdre du poids** ([Lecerf, 2013](#)), mais ils exposent également les personnes à des risques : déficits/ excès en certains nutriments, pertes de masse musculaire, conséquences psychologiques et physiologiques (déséquilibre hormonal, statut osseux, fonctions rénales et hépatiques ([Anses, 2010](#))). Plus encore, chez certaines personnes, ces régimes alimentaires peuvent au contraire entraîner des **déséquilibres énergétiques**, favoriser les grignotages et les effets 'yoyo' ou **rigidifier le rapport à l'alimentation** ([Apfeldorfer, 2001](#)), en particulier lorsqu'ils sont répétés dans le temps, favorisant le **développement des troubles des conduites alimentaires comme l'anorexie, la boulimie, l'hyperphagie boulimique ou bien encore les comportements orthorexique**. C'est exactement ce type de fausses croyances que nous abordons dans la formation Culture commune : avec le jeu **#FakeNewsDuGras**, les participants sont invités à déconstruire collectivement ces représentations simplistes pour réfléchir à des pratiques plus nuancées et respectueuses des corps. Le jeu, de type Trivial Pursuit® amène à réfléchir et à débattre sur des croyances étendues sur l'alimentation et le corps, avec des justifications basées sur l'état des connaissances scientifiques ([Hall, 2012](#) ; [Tibère, 2019](#)). Sur la question spécifique des régimes amaigrissants, aujourd'hui, de plus en plus de chercheurs et de cliniciens préconisent une approche d'**alimentation intuitive** (par exemple, le GROS « Groupe de réflexion sur l'obésité et le surpoids » ou ENDAT-TCA propose des formations spécifiques) : écouter ses signaux de faim, de satiété et de rassasiement, plutôt que manger par habitude ou sous contraintes sociales. **Plutôt que la restriction, ce sont la flexibilité, la variété et l'attention portée aux besoins du corps tant physiques que psychologiques** qui constituent les vraies clés d'une alimentation saine et que l'on peut adopter sur la durée. Enfin, il est primordial de rappeler que **l'accompagnement de la perte de poids par des professionnels est crucial** : diététicien-nutritionniste, médecin, psychologue... Cela permet d'objectiver la nécessité ou non de perdre du poids, de comprendre les causes de l'excès de poids et de s'assurer que les mesures et l'accompagnement mis en place sont adaptés et personnalisés.

EN PRATIQUE : 5 CONSEILS POUR DÉCONSTRUIRE LES IDÉES REÇUES AUTOUR DES FRUITS ET LÉGUMES

Modifier ses comportements alimentaires ne dépend pas uniquement de la volonté. Pour faire évoluer durablement ses habitudes, il est nécessaire d'agir sur plusieurs leviers : l'environnement alimentaire, les connaissances ou encore les expériences vécues. Mais un facteur souvent sous-estimé influence lui aussi nos choix : les croyances alimentaires. Ces représentations, plus ou moins ancrées, façonnent la manière dont nous percevons les aliments et orientent nos décisions au quotidien. Les fruits et légumes n'échappent pas à ces idées reçues, parfois éloignées de la réalité scientifique. Qu'il s'agisse de leur teneur en sucre, de leurs différents formats ou de leurs bénéfices santé, on attribue parfois aux fruits et légumes des étiquettes qui ne sont pas toujours justes et qui peuvent freiner leur consommation ou entretenir la confusion autour de leurs véritables atouts. Dans cette édition, découvrez cinq conseils pratiques pour dépasser les idées reçues les plus courantes sur les fruits et légumes, et leur redonner toute leur place dans une alimentation équilibrée — pour de bonnes raisons.



CONSEILS PRATIQUES

1 Les fruits sont trop sucrés, il faut éviter d'en consommer

Même si leur goût peut sembler très sucré, **l'eau** est le **principal constituant** des fruits. Ils apportent également des **vitamines**, des **minéraux**, des **composés antioxydants** et des **fibres**, essentiels au fonctionnement de l'organisme. Ces dernières jouent un rôle important dans la **régulation du taux de glucose sanguin**, en **limitant les pics de glycémie** après les repas. Les fruits ont ainsi toute leur place dans une alimentation **équilibrée**, **variée** et **source de plaisir**.

Cette idée reçue trouve souvent son origine dans la confusion avec certaines recommandations adressées aux personnes atteintes de diabète, à qui l'on conseille parfois, à tort, d'éviter les fruits. Cette généralisation peut constituer un **biais cognitif** fréquent : penser que ce qui s'applique à un groupe spécifique de personnes devrait s'appliquer à toutes. Pourtant, pour la population générale, la **consommation quotidienne de fruits** apporte réellement des **bénéfices pour la santé**. Et en cas de question sur son alimentation ou de pathologie spécifique comme un diabète, il est recommandé de se rapprocher d'un **professionnel de santé** — médecin, diététicien ou endocrinologue — qui saura **adapter les conseils** à chaque situation individuelle.

2 Les fruits et légumes surgelés et en conserve sont sans intérêt nutritionnel

Contrairement à une idée reçue répandue, les fruits et légumes surgelés ou en bocal **gardent tout leur intérêt** dans une **alimentation équilibrée**. Loin d'être de « moins bonne qualité » que les produits frais, ils possèdent de réels atouts nutritionnels et pratiques.

Les fruits et légumes **surgelés**, cueillis à maturité puis rapidement refroidis, conservent leurs **vitamines et minéraux**. Leurs versions **prédécoupées** ou sous forme de **mélanges prêts à l'emploi** permettent de **varier les saveurs** toute l'année et de **gagner en temps de préparation**. Les formats en **conserves ou en bocal** constituent eux aussi une **solution pratique** pour intégrer des fruits et légumes dans les repas : faciles à utiliser, économiques et à longue durée de conservation, ils offrent une **option rapide** pour préparer facilement plats complets ou accompagnements. Complémentaires, ces différents formats peuvent aider à inviter plus facilement les fruits et légumes au quotidien, à condition de les choisir **natures**, sans ajout de sel, de sucre ou de sauce.

3 Manger des fruits et légumes riches en vitamine C le soir empêche de dormir

Consommer des fruits et légumes riches en **vitamine C** le soir n'a **aucun effet négatif** démontré sur le sommeil. La vitamine C aide à lutter contre la fatigue mais n'est pas un excitant comme la caféine ou la nicotine. Le corps humain s'adapte naturellement à l'alternance jour/nuit grâce au **rythme circadien**, qui régule des fonctions comme la température, la vigilance ou l'endormissement. À ce jour, aucune donnée scientifique ne montre que la vitamine C interfère avec ce mécanisme — contrairement à certaines substances comme la caféine. En pratique, il n'y a donc **aucune raison d'écarter les fruits et légumes** riches en vitamine C lors du dîner. Qu'il s'agisse d'un kiwi, d'un agrume ou d'un poivron, ils peuvent tout à fait s'intégrer dans un repas du soir équilibré. En cas de troubles du sommeil persistants, il est toutefois conseillé d'en parler à un professionnel de santé pour en identifier les causes.

4 Certains aliments, les “superaliments”, ont des supers-pouvoirs sur notre santé

Baies de goji, cranberry, açai... Ces fruits ou légumes souvent présentés comme des « **superaliments** » séduisent par leurs promesses de bienfaits exceptionnels. Pourtant, aucune preuve scientifique ne montre qu'ils exercent un **effet “miracle”** sur l'organisme. Les allégations qui y sont associées sont le plus souvent issues d'interprétation exagérée des résultats scientifiques ou d'études utilisant des extraits de ces aliments à des doses non compatibles avec une alimentation équilibrée. Les fruits et légumes apportent des **nutriments essentiels** qui, associés à ceux des autres groupes d'aliments, participent à l'équilibre global de l'alimentation. Ce n'est pas un aliment isolé qui protège la santé, mais la **diversité** et la **complémentarité** de l'alimentation dans son ensemble.

Les discours promettant des effets spectaculaires entretiennent souvent la **désinformation**, amplifiée par les réseaux sociaux ou certaines campagnes de marketing alimentaire. Plutôt que de chercher l'aliment ou le **régime “magique”**, adopter une alimentation **variée, adaptée à ses besoins** et **source de plaisir** reste la stratégie la plus sûre et la plus **durable** pour préserver sa santé.

5

Manger certains aliments permet d'éviter le cancer

Certains fruits et légumes sont parfois présentés comme ayant des **propriétés « anticancer »**. C'est notamment le cas des **légumes crucifères** — [choux](#), [choux-fleurs](#), [brocolis](#) — en raison de leur teneur en **composés bioactifs** tels que les sulforaphanes. Si ces substances ont effectivement montré des **effets prometteurs** en recherche expérimentale, cela ne signifie pas qu'**un aliment ou un groupe d'aliments à lui seul** puisse prévenir l'apparition d'un cancer.

Le cancer est une **pathologie complexe**, influencée par de **multiples facteurs** comme le mode de vie, l'environnement ou la génétique.

Les [recommandations actuelles](#) soulignent ainsi **l'importance d'une approche globale** : sur le plan alimentaire, adopter une alimentation variée et [riche en fruits, légumes](#) et fibres, limiter la consommation de charcuteries, viandes rouges ou transformées et maintenir un poids stable, plus largement, pratiquer une **activité physique régulière** et éviter le tabac.

Il n'existe donc **pas d'aliment « anticancer »** à proprement parler. C'est la **combinaison de ces différents leviers, inscrite dans la durée**, qui contribue à **réduire le risque de cancer** et à préserver, plus largement, la **santé globale**.



Plus d'informations

- Notre revue : [Réseaux sociaux : une influence ambivalente sur les comportements alimentaires](#)

A top-down view of a diverse collection of fresh ingredients arranged on a dark, textured surface. The central focus is a large, cooked salmon fillet resting on a wooden cutting board, garnished with fresh thyme. Surrounding the salmon are various bowls and containers: a bowl of white rice with red spices, a bowl of red lentils, a bowl of cashews, a bowl of almonds, a bowl of chia seeds, a bowl of flax seeds, a bowl of oats, and a mortar and pestle containing ground spices. Fresh vegetables include green peas, broccoli, mushrooms, ginger, asparagus, and a red chili pepper. Fruits include a red apple, a lime, an orange, a grapefruit, and several tomatoes. Other items include an egg, a halved avocado, and various nuts like walnuts and hazelnuts. The overall composition is vibrant and emphasizes a variety of healthy food sources.



Une étude quasi-expérimentale a examiné l'impact du programme SNAP-Ed dans des écoles primaires, avec une analyse différenciée selon qu'il est déployé seul ou en association avec des [transformations de l'environnement scolaire](#). L'analyse a porté sur 3 217 enfants de 4^e-5^e année, issus de 51 écoles « intervention » et 18 écoles témoins. Dans toutes les écoles « intervention », les enfants ont bénéficié de séances d'éducation nutritionnelle. Dans certaines écoles, cette composante éducative a été complétée par des actions sur l'environnement, tels qu'une amélioration de l'offre en restauration scolaire, la mise en place de potagers scolaires ou la mise en place de supports visuels incitatifs. Les résultats montrent que la [combinaison d'interventions](#) éducatives et environnementales est associée à une augmentation de la consommation de fruits et légumes et à une diminution de celle des sodas. À l'inverse, chez les enfants ayant uniquement reçu le volet éducatif, un accroissement de la consommation de jus et de boissons énergétiques a été observé. Les auteurs concluent que la combinaison d'interventions constitue une stratégie plus efficace et pérenne pour [améliorer les comportements alimentaires des enfants](#).

Equation Nutrition - N°263 - Octobre 2025



Famille : les pratiques parentales d'éducation et les habitudes alimentaires sont influencées par le sexe des parents et des enfants

Une étude transversale a examiné l'influence du sexe des parents et des enfants sur les pratiques et comportements alimentaires familiaux. L'échantillon comprenait 784 parents d'enfants âgés de 3 à 5 ans. Les comportements alimentaires des parents, leurs pratiques concernant l'alimentation de leurs enfants, ainsi que les comportements alimentaires des enfants ont été recueillis via des questionnaires standardisés. Concernant les comportements alimentaires des parents, les mères rapportent davantage d'alimentation émotionnelle, de faim, de sensibilité à la satiété et de lenteur à manger que les pères. Les pratiques des parents vis-à-vis de l'alimentation de leurs enfants diffèrent selon le sexe de ces derniers : les parents utilisent davantage la nourriture pour réguler les émotions des filles. Les pères encouragent également davantage la variété et l'équilibre chez les garçons. Ces résultats soulignent l'importance de considérer le sexe, des parents et comme des enfants, pour développer des interventions nutritionnelles adaptées.

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/40902801/>



Satiété chez l'enfant : une étude suggère une différence entre filles et garçons

Un essai contrôlé a évalué l'influence de la forme de consommation des pommes – tranches, purée, ou jus (édulcoré ou non) – sur la satiété et la compensation énergétique chez des enfants de 4 à 6 ans. L'étude a inclus 64 participants. Lors de 5 essais réalisés à environ une semaine d'intervalle, chaque enfant a reçu l'une des quatre précharges alimentaires correspondant aux différentes formes de pommes, ou aucun aliment (condition témoin) avant la prise d'un repas. La satiété et la compensation énergétique ont été mesurées par la différence de prise alimentaire par rapport à la condition témoin sans précharge. Aucune différence n'est observée selon la forme de la pomme que ce soit en termes de satiété ou de compensation énergétique. Toutefois, des différences apparaissent selon le sexe : les garçons montrent une régulation plus stable de l'apport énergétique en réponse aux précharges, tandis que les filles compensent moins. Ces observations suggèrent que les mécanismes influençant la satiété diffèrent selon le sexe de l'enfant : la satiété chez les filles semble être principalement influencée par des signaux sociaux ou acquis, tandis qu'elle serait davantage régulée par des signaux biologiques chez les garçons.

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/40816534/>



Littératie nutritionnelle et consommation de fruits et légumes : une association modulée par le contexte socio-économique

Une étude transversale a examiné l'association entre la littératie nutritionnelle et la consommation de fruits et légumes chez des adultes chinois de la ville de Bengbu. Les consommations alimentaires et le niveau de littératie nutritionnelle ont été recueillies à l'aide de questionnaires standardisés auprès d'un échantillon représentatif. Les résultats indiquent que les individus avec les meilleurs niveaux de littératie étaient respectivement 53% et 34% plus susceptibles de consommer des légumes foncés ou clairs légumes foncés et clairs. Ces individus étaient également 3 fois plus susceptibles de consommer des fruits que ceux avec les niveaux les plus faibles de littératie nutritionnelle. Toutefois, cette relation varie selon le sexe, le lieu de résidence et le statut socio-économique, avec des effets plus marqués chez les femmes, les urbains, les non-agriculteurs et les personnes à revenu élevé. Les auteurs concluent que renforcer la littératie nutritionnelle peut efficacement promouvoir la consommation de fruits et légumes, à condition d'adapter les interventions aux contextes spécifiques.

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/40843202/>



Alimentation durable : un suivi nutritionnel personnalisé permet de réduire les émissions de gaz à effet de serre et améliorer la qualité du régime

L'étude randomisée MyPlanetDiet a évalué l'impact d'un accompagnement nutritionnel personnalisé vers une alimentation durable. Les émissions de gaz à effet de serre liés à l'alimentation et la qualité du régime alimentaire ont été évalués à l'issue de l'accompagnement. L'essai de 12 semaines a inclus 292 adultes irlandais, répartis en deux groupes : un groupe d'intervention suivant un régime durable personnalisé et un groupe contrôle suivant les recommandations standards. Les résultats montrent que les deux groupes ont réduit leurs émissions de gaz à effet de serre, l'effet étant plus marqué dans le groupe intervention, avec une amélioration concomitante de la qualité nutritionnelle. Ces données indiquent qu'un suivi personnalisé pour l'adoption d'un régime durable permet de diminuer l'impact environnemental tout en améliorant la qualité de l'alimentation. Cette étude souligne l'intérêt de conseils adaptés pour promouvoir des habitudes alimentaires durables.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0002916525002680>