



**HAL**  
open science

# Discours hédonique ou discours diététique : lequel marche ?

Sandrine Monnery Patris

► **To cite this version:**

Sandrine Monnery Patris. Discours hédonique ou discours diététique : lequel marche ?. Les 17. ateliers de nutrition de l'institut Pasteur de Lille, Dec 2018, Lille, France. hal-02785732

**HAL Id: hal-02785732**

**<https://hal.inrae.fr/hal-02785732>**

Submitted on 21 Dec 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial 4.0 International License

## **Discours hédonique ou discours diététique : lequel marche ?**

Sandrine MONNERY-PATRIS, Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation, AgroSup Dijon, CNRS,  
INRA, Université Bourgogne Franche-Comté, F-21000 Dijon, France

Responsable de la correspondance: Sandrine Monnery-Patris, Institut National de la Recherche  
Agronomique (INRA), Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation, 17 rue Sully, BP 86510, F-  
21065 Dijon Cedex

(Tél. +33 3 80 69 35 33 ; e-mail [sandrine.monnery-patris@inra.fr](mailto:sandrine.monnery-patris@inra.fr))

Déclaration de conflits d'intérêts : L'auteur ne déclare aucun conflit d'intérêts.

## Résumé

Manger ne se résume pas à incorporer des nutriments. Nourrir ou se nourrir est un acte symbolique, social, qui s'inscrit dans une famille, une histoire et une société. C'est un acte fondateur de l'identité, vecteur de plaisir et de commensalité. Pour autant, notre alimentation est devenue une source d'angoisse en raison des nombreux messages souvent contradictoires relayés sur les réseaux sociaux, et des injonctions peu rationnelles qui suscitent l'incompréhension dans l'esprit du mangeur. Aussi le plaisir de manger est-il stigmatisé au profit de messages rationnels mettant en exergue les valeurs nutritionnelles des aliments « sains » à valoriser lors de nos choix. Pour autant, « plaisir » et « santé » sont-ils deux concepts réellement irréconciliables ? **A l'appui de résultats d'études conduites principalement chez l'enfant**, le présent article ambitionne de proposer une revue de question afin de comprendre l'impact des discours orientés « santé » ou « plaisir » sur les comportements alimentaires notamment des jeunes mangeurs.

Mots clés : comportements alimentaires, attitudes envers l'alimentation, hédonisme, discours nutritionnel.

## Abstract

Eating is not just about incorporating foods or nutrients. Eating or feeding is both a symbolic and social act that is part of a family, a history and a society. This is an essential act which contributes to social identity and to alterity, and which is a vector of pleasure and commensality. However, eating becomes a source of worries because of the conflicting messages and unrealistic injunctions broadcasted through paper press and Internet web sites that lead to misunderstandings and confusions in the mind of the eaters. Moreover the pleasure of eating is demonized and stigmatized in favor of rational messages highlighting the nutritional values of "healthy" foods to be favored. However, are "pleasure" and "health" two really irreconcilable concepts? The present article is based on a communication presented in the Ateliers de Nutrition of the Pasteur Institute of Lille (December 13th, 2018) **presents a** review of the impact of the nutrition-oriented messages and of the pleasure-oriented messages, discussed in the light of different recent studies investigating their influence on children's eating behaviors.

Key words: eating behaviors, attitudes towards food, hedonism, nutritional message.

**Déclaration des conflits d'intérêts.** L'auteur indique ne pas avoir de conflits d'intérêts à déclarer.

## Discours hédonique ou discours diététique : lequel marche ?

Texte issu d'une communication aux Ateliers de Nutrition de l'Institut Pasteur de Lille 2018

### *Introduction*

En France et contrairement à de nombreux pays dans le monde, le mangeur serait très attaché aux valeurs de plaisir sensoriel et de partage des repas avec un ou plusieurs convives. Le repas demeure une institution rituelle très structurée qui socialise et légitime le plaisir de manger (1). Dans ce contexte, il n'est pas étonnant que le repas gastronomique à la française, avec ses rituels et sa présentation, ait été inscrit sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'Humanité de l'Unesco en 2010. Cette nomination inédite permet de renforcer l'idée selon laquelle le repas participe à l'identité collective et contribue à la diversité culturelle en valorisant l'art du goût. Pour autant, dans le contexte actuel de prévalence de l'obésité notamment infantile et de crises sanitaires largement relayées dans les médias (depuis les premières crises de la vache folle des années 1990 à la fraude à la viande de cheval), nous observons une montée structurelle des inquiétudes concernant l'alimentation. Dans ce cadre, le plaisir de manger est souvent diabolisé et identifié comme l'un des responsables de la surconsommation alimentaire à l'origine du surpoids et de pathologies diverses.

Afin de répondre aux préoccupations médicales et sociétales, différents messages émanant notamment des campagnes sanitaires nationales tendent à encourager des choix alimentaires « sains » en offrant une communication en faveur de la santé **et d'une condamnation du plaisir**. Ces discours ne sont pas neutres, et peuvent modifier *in fine* nos attitudes envers notre alimentation et à terme nos comportements (2, 3, 4). Pourtant, des études interculturelles réalisées en 1999 décrivaient des conditions sanitaires plus favorables dans les pays privilégiant le plaisir (comme la France) que dans les pays valorisant explicitement la santé ou la nutrition (comme les Etats-Unis), les taux d'obésité ou de maladies cardio-vasculaires étant significativement plus bas en France qu'aux Etats-Unis. C'est ce constat ambivalent qui est à la base du concept de « French Paradox » décrit par Rozin et ses collaborateurs (5), qui alloue au plaisir sensoriel et commensal un rôle protecteur. L'une des questions soulevée dans cette présentation est de savoir quelle est la conséquence de discours rationnels ou hédoniques sur le comportement du mangeur. Afin de répondre à cette question, nous nous appuyerons sur une revue d'études impliquant le jeune mangeur, puisque nous savons que les comportements alimentaires de l'enfant aujourd'hui sont très liés aux comportements de demain (6-9). En somme, faut-il considérer notre alimentation sous le prisme fonctionnel et nutritionnel, comme le ferait le mangeur américain, ou sous le prisme hédoniste et commensal, à l'instar du mangeur Français décrit dans les travaux de Rozin ? Autrement dit, quel type de discours devons-nous privilégier pour favoriser les choix alimentaires les plus sains chez le jeune mangeur : discours hédonique ou discours diététique ?

### *Emergence du plaisir de manger chez l'enfant*

Avant d'être diabolisé, le plaisir est d'abord décrit comme un phénomène **adaptatif** chez le très jeune mangeur. En effet, dès la naissance, il est établi que le nourrisson présente une appétence

innée pour la saveur sucrée, marqueur de la densité énergétique des aliments. Le plaisir est alors conçu comme un comportement adaptatif guidant le jeune enfant vers les aliments riches à même s'assurer sa survie. En grandissant, c'est le plaisir qui permet à l'enfant de se forger un répertoire adapté à ses besoins en éprouvant du plaisir à consommer des aliments riches indispensables à sa croissance, mais aussi de construire sa palette alimentaire en apprenant progressivement, par exposition répétée et par mimétisme, à apprécier les aliments de sa culture culinaire (10-11). Chez l'enfant, le goût des aliments constitue d'ailleurs le principal moteur de la consommation, bien avant des critères de santé ou de nutrition (12-15). Pour autant, les préférences alimentaires de l'enfant ne coïncident pas toujours avec les recommandations nutritionnelles, les enfants préférant généralement les aliments gras-sucrés aux fruits et légumes (16). Aussi le plaisir procuré par la consommation d'aliments palatables pourrait-il conduire à outrepasser les mécanismes de contrôle de la prise alimentaire (17), amenant certains enfants à consommer au-delà de leurs besoins, avec pour conséquence un déséquilibre de la balance énergétique propice à l'apparition d'un surpoids (18).

### *Impact des messages sanitaires sur les comportements alimentaires des jeunes enfants*

Dans le contexte actuel de prévalence de l'obésité notamment infantile, de nombreuses interventions ont vu le jour pour orienter les choix des enfants vers des alternatives vertueuses d'un point de vue nutritionnel. Ces interventions sont basées principalement sur la promotion et la diffusion d'informations d'ordre nutritionnel. Les effets de tels programmes restent toutefois très mitigés, puisque il semble établi qu'ils améliorent les connaissances nutritionnelles des enfants (19) sans pourtant modifier leur comportement. Ces messages pourraient même être contre-productifs, comme le suggère une étude montrant que le fait d'instrumentaliser les aliments en les désignant comme « bons pour la santé » amènerait les enfants de 3-5 ans à les déprécier, et en conséquence à moins les consommer (20). Les auteures de cette étude suggèrent que les enfants qui sont exposés à des messages mettant en exergue les mérites sanitaires ou nutritionnels de certains aliments infèrent que ces aliments sont moins bons au goût, et donc ils en consomment moins. En somme, plus les aliments sont associés à un message sanitaire, plus l'enfant risque de dévaluer le plaisir qu'il aura en le consommant. Or le goût et le plaisir sensoriel ressentis lors de la dégustation constituent les principaux piliers de la consommation du jeune enfant. A force d'instrumentaliser l'alimentation des enfants, nous prendrions le risque de les détourner des aliments qui sont effectivement bons pour leur santé, puisqu'ils seront perçus comme moins bons au goût. C'est l'effet « boomerang » des messages sanitaires qui est ici mis en évidence chez l'enfant dès l'âge de 3 ans, à l'instar de l'effet contre-productif des messages sanitaires décrit dans l'étude de Werle et Cuny (21) auprès de consommateurs adultes (voir également l'article de Carolina Werle dans le présent numéro de Cahiers de Nutrition et de Diététiques).

Dans ce cadre, comment favoriser des choix sains chez l'enfant sans opposer plaisir et santé ? Plus généralement, les concepts de plaisir et de santé sont-ils réellement antinomiques lorsqu'il s'agit d'alimentation chez l'enfant ? Afin de répondre à ces interrogations, plusieurs études conduites chez l'enfant sont ici rapportées. Elles ambitionnent en outre d'évaluer la dominance des attitudes orientées santé *versus* plaisir chez l'enfant de statut pondéral différent (22, 23), et de déterminer dans quelle mesure les attitudes orientées santé *versus* plaisir permettent de prédire les choix d'aliments sains ou palatables (24).

## *Etudier les attitudes pour mieux comprendre les comportements : Dominance des attitudes envers l'alimentation chez l'enfant*

Pourrait-on concevoir le monde sans attitude ? Cette approche reviendrait à considérer le comportement humain comme une simple réponse à des stimuli de l'environnement, à l'instar du courant comportementaliste (Behaviourisme) du début du XX<sup>ème</sup> siècle. Très vite, les psychologues de ce courant behavioriste ont admis que la réaction d'un individu à un stimulus pouvait être modulée par certaines « dispositions mentales ». La notion d'attitudes apparaît alors pour expliquer la relation entre le comportement de l'individu et son environnement. Les théories les plus récentes considèrent le comportement comme une conséquence de l'attitude qui suppose par définition des bases affectives et cognitives. Appliquée au domaine alimentaire, la notion d'attitudes est utilisée pour désigner à la fois les préférences, l'intention de consommer un aliment ou encore les valeurs notamment de « santé » ou « plaisir » rattachées à l'alimentation. Malgré l'absence de consensus conceptuel, ces définitions se rejoignent pour souligner le fait que l'attitude désigne une interaction entre un individu et un objet alimentaire. En somme, les attitudes envers les aliments sont des associations présentes dans la mémoire des individus entre les aliments et leur évaluation (25, 26). Les bases affectives des attitudes envers les aliments reflèteraient notamment l'expérience hédonique et le plaisir commensal, alors que les bases cognitives des attitudes reflèteraient davantage la perception de la valeur santé ou nutritionnelle d'un aliment.

Aussi est-il intéressant de souligner que dans le domaine alimentaire, nos prises de décision reposent sur des mécanismes cognitifs plus ou moins raisonnés ou spontanés. Dès lors la définition des attitudes envers les aliments s'enrichit puisque les attitudes peuvent varier en termes d'accessibilité (27-29) : leur définition intègre la dissociation explicite/implicite, les attitudes pouvant être explicites (c'est-à-dire délibérées et intentionnelles) ou implicites (c'est-à-dire spontanées et automatiques) (22, 30, 31).

### *Comment évaluer les attitudes envers les aliments chez l'enfant ?*

Afin d'évaluer les attitudes des enfants envers leur alimentation, **Une première étude a été conduite** auprès d'enfants âgés de **5 à 11 ans** variant selon leur statut pondéral (22-23), **avec pour objectif** de cette étude est de mesurer la dominance des attitudes orientées « plaisir hédonique » ou « nutrition/santé » au moyen de deux tests.

#### *1-Tâche d'association*

Le premier test est constitué d'une tâche d'association implicite consistant à présenter successivement 10 triplets d'images d'aliments familiers (par exemple, Steak - Poulet – Frites, voir Figure 1), et à choisir au sein de chaque triplet les deux images qui vont le mieux ensemble. Ce test est dit « indirect » ou implicite car aucune consigne n'est explicitement donnée quant aux critères d'association. A l'instar des études conduites par Rozin chez l'adulte (5), deux possibilités de réponses sont analysées. Un premier type de réponse correspond à une association dite « hédonique » reposant sur la sélection de « Steak+Frite » par exemple. L'enfant aura ici regroupé spontanément les aliments selon des critères de plaisir associé à des scripts culinaires, le steak étant généralement apprécié en France accompagné de frites. Un second type de réponse correspond à une association dite « nutritionnelle » reposant sur la sélection de « Steak+Poulet » par exemple. L'enfant aura ici regroupé spontanément les aliments selon des critères cognitifs de catégorisation nutritionnelle, ces

deux aliments appartenant à la même catégorie alimentaire « viande ». Ce test permet alors de calculer la proportion d'association hédonique/nutritionnelle réalisée sur les 10 triplets alimentaires proposés. On considère alors que l'attitude implicite de l'enfant envers son alimentation est d'autant plus hédonique que la proportion d'associations hédoniques est élevée, et inversement, que l'attitude implicite est d'autant plus nutritionnelle que la proportion d'association nutritionnelle est élevée.

*Figure 1*

### **2-Tâche de catégorisation**

Le second test dit « direct » est un test de catégorisation consistant à choisir de façon délibérée parmi les 4 catégories celle qui correspond le mieux à chacune des 48 images d'aliments proposées : « c'est miam », « c'est beurk », « ça fait grossir », « ça donne des forces » ou « je ne connais pas cet aliment » (voir Figure 2). On considère alors que l'attitude explicite de l'enfant est d'autant plus hédonique que la proportion de catégorisations hédoniques (« c'est miam », « c'est beurk ») est élevée, et au contraire d'autant plus nutritionnelle que la proportion de catégorisations nutritionnelles (« ça fait grossir », « ça donne des forces ») est élevée.

*Figure 2*

### **3- Dominance des attitudes hédoniques dans la tâche d'association implicite**

L'objectif de cette étude était de déterminer la dominance relative des bases hédoniques/nutritionnelles des attitudes implicites et explicites envers l'alimentation auprès de plus de 200 enfants âgés de 5 à 11 ans (22). **Les principaux résultats de cette étude sont ici résumés (22).** Dans la tâche d'association, on observe une dominance des profils attitudinaux orientés « plaisir » chez l'enfant, se traduisant par un pourcentage d'associations hédoniques très élevé (moy. 81.4% ; SEM 1.59%), qui augmente significativement à mesure que le niveau scolaire de l'enfant augmente (22). En somme, lorsque l'enfant est questionné de façon indirecte comme c'est le cas dans la tâche de d'association, ses réponses révèlent des associations axées majoritairement sur des considérations hédoniques (soit 81.4% d'associations culinaires) et dans une moindre mesure sur des concepts cognitifs ou rationnels (soit 18.6% d'associations nutritionnelles).

Un renforcement de ces associations hédoniques est observé à mesure que l'enfant grandit. Comment interpréter cet effet ? La tâche d'association est supposée refléter des réponses affectives spontanées. Dans ce contexte, la dimension sensorielle et affective prédomine significativement, même chez l'enfant le plus jeune. Ce résultat semble ainsi montrer que les attitudes hédoniques sont établies relativement tôt au cours du développement et qu'elles se renforcent à mesure que l'enfant grandit. Les travaux réalisés par Nguyen & Murphy (32) ont montré que dès l'âge de trois ans, l'enfant est à même de recourir à la fois des critères taxonomiques (e.g., fruit) ou des scripts (e.g., aliments qui se mangent au petit déjeuner) pour associer les aliments entre eux. Nous pouvons supposer que lorsque les enfants grandissent, les deux types d'associations se renforcent : les associations d'ordre taxonomique par le biais de leur développement cognitif, et les associations liées aux scripts culinaires *via* les expositions répétées aux associations récurrentes dans leur culture alimentaire. Dans la tâche d'association, les deux types d'associations étaient opposés (i.e., les

enfants devaient choisir l'un ou l'autre). Nos résultats mettent ainsi en évidence que les associations hédoniques liées aux scripts culinaires prédominent d'autant plus que les enfants grandissent.

Même si les associations d'ordre nutritionnel sont minoritaires, le résultat indiquant que les enfants les plus jeunes réalisent davantage d'associations nutritionnelles que les enfants les plus âgés peut paraître surprenant. Cette observation peut être liée au fait que dans les classes de grande section de maternelle française, une initiation à la nutrition est souvent proposée, initiation reposant généralement sur des tâches de classement ou de classification des aliments appartenant au même groupe alimentaire. Le fait que cette étude eut lieu en classe aurait donc pu amorcer la réalisation d'associations d'ordre nutritionnel chez les plus jeunes. Une autre hypothèse peut être avancée pour rendre compte de l'augmentation d'association hédonique avec l'âge. Ce pattern pourrait simplement refléter une plus grande expérience en termes de scripts culinaires au fur et à mesure du développement : en d'autres termes, un phénomène d'imprégnation culturelle indissociable du processus de socialisation de l'enfant, allouant au plaisir culinaire une place privilégiée comme cela a pu être montré chez l'adulte (5).

#### *4- Des attitudes explicites qui deviennent de plus en plus rationnelles*

Dans la tâche de catégorisation, les résultats indiquent que les enfants réalisent des catégorisations d'images selon des critères majoritairement hédoniques (en moyenne, 63.5% ; SEM 1.52), mais cette dominance des attitudes hédoniques diminue significativement à mesure que le niveau scolaire augmente. En somme, tout semble se passer comme si l'enfant, interrogé explicitement sur ses représentations, valorise des choix qui s'avèrent de plus en plus raisonnés avec l'âge, et en conséquence de moins en moins « affectifs » (22). Cette augmentation des catégorisations nutritionnelles refléterait ainsi le développement cognitif de l'enfant, en particulier la rationalité croissante. On pourrait argumenter que dans la mesure où la tâche de catégorisation implique une analyse explicite des potentiels bénéfiques d'un aliment, les réponses de l'enfant refléteraient les normes sociales ou les valeurs éducatives familiales dominantes. Il n'en demeure pas moins que dans cette tâche, c'est la réponse « c'est miam » qui est la plus souvent choisie par l'enfant, en particulier lorsque les aliments présentés sont gras/sucrés, ou gras/salés. Une catégorisation de nature affective et hédonique (« c'est miam ») peut donc être activée même lorsque la tâche requiert une évaluation explicite des potentiels bénéfiques d'un aliment, et ce d'autant plus que les aliments sont hautement palatables pour l'enfant.

Nos résultats ont également indiqué une absence de corrélation significative entre les profils attitudinaux obtenus avec la tâche d'association et ceux obtenus avec la tâche de catégorisation, soulignant ainsi une perméabilité différentielle des réponses aux considérations de plaisir ou de santé selon le mode d'interrogation implicite ou explicite des enfants. L'interprétation donnée avance que la tâche d'association pourrait refléter une imprégnation et une appropriation progressives des normes culturelles sociales par les enfants, alors que la tâche de catégorisation pourrait davantage refléter un processus d'inculcation ou d'éducation de ces normes (33). A mesure que les enfants grandissent, le processus de socialisation deviendrait de plus en plus explicite à travers l'éducation, les valeurs familiales mais aussi les messages transmis par les campagnes sanitaires nationales (Plan National Nutrition Santé), ce que révèle l'augmentation significative des catégorisations nutritionnelles en fonction du niveau scolaire. Dès lors une dissonance peut être



observée entre un profil attitudinal implicite à dominance hédonique, et un profil attitudinal explicite à dominance nutritionnelle.

#### *Dissonance attitudinale et statut pondéral*

Dans une seconde étude (23), trois types de tests ont été conduits auprès d'enfants normo-pondéraux et en surpoids: un premier test d'association afin de mesurer la dominance des attitudes hédoniques/nutritionnelles implicites, un deuxième test de catégorisation afin de mesurer la dominance des attitudes hédoniques/nutritionnelles explicites (ces tests sont décrits plus haut), et un dernier test d'évaluation des préférences, consistant simplement à évaluer le degré d'appréciation d'aliments relevant de différentes catégories alimentaires : les fruits et légumes, les aliments sucrés ou salés riches en matière grasses, la catégorie des viandes/poissons/œufs, et enfin les fromages.

Un premier résultat met en exergue des scores d'appréciation alimentaire comparables chez l'enfant normo-pondéral et l'enfant en surpoids, aucune différence significative d'appréciation n'étant observée au sein de chaque catégorie alimentaire en fonction du statut pondéral. Dans la tâche d'association implicite, les résultats indiquent que les attitudes des enfants en surpoids/obèses ne diffèrent pas de celles observées chez les enfants normo-pondéraux, et sont majoritairement hédoniques. Ces données révèlent, comme évoqué plus haut, une dominance des attitudes implicites hédoniques valorisant le plaisir alimentaire quel que soit le statut pondéral de l'enfant. Ces attitudes spontanées refléteraient une imprégnation culturelle relativement similaire chez l'enfant normo-pondéral et chez l'enfant en surpoids.

En revanche, dans la tâche de catégorisation, les enfants en surpoids ont des attitudes explicitement plus orientées nutrition/santé que plaisir que les enfants normo-pondéraux. La tâche de catégorisation mobilise des réponses délibérés et non-automatiques, l'enfant devant évaluer explicitement les bénéfices potentiels de chaque aliment testé. Le résultat faisant état d'un nombre plus faible de catégorisations hédoniques chez l'enfant en surpoids que chez l'enfant normo-pondéral pourrait s'expliquer par le fait que les enfants en surpoids sont plus exposés ou concernés par les considérations nutritionnelles, la majorité d'entre eux étant suivie par un pédiatre pour la prise en charge de leur surpoids. Il est établi que ce type de prise en charge valorise les aspects nutritionnels de l'alimentation, au détriment du plaisir qui est souvent stigmatisé.

De plus, un résultat notable indique davantage de profils attitudinaux dissonants chez l'enfant en surpoids que chez l'enfant normo-pondéral. Un profil altitudinal dissonant révèle une contradiction entre un rapport à l'alimentation spontanément hédonique (i.e., que traduit une dominance des associations hédoniques « plaisir »), et dans le même temps une analyse délibérée et consciente valorisant les critères de santé (i.e., que traduit une dominance des catégorisations nutritionnelles). L'explication de la prévalence de profil dissonant chez l'enfant en surpoids serait à rechercher dans la prise en charge et/ou le discours éducatif normatif environnant, qui mettent en exergue les aspects nutritionnels de l'alimentation conduisant l'enfant à diminuer le plaisir déclaré pour se conformer aux attentes sociales. Ce résultat serait à rapprocher d'études conduites chez le mangeur adulte, pour lequel il est établi qu'une dissonance entre des attitudes implicites orientées « plaisir » et des attitudes explicites orientées « nutrition/santé » envers certains aliments (comme le chocolat) entraînent une désinhibition de la consommation (34), ou un focus attentionnel intensifié

sur les objets cibles, en l'occurrence les aliments palatables, favorisant le passage à l'acte de consommation (35).

#### *Impact des attitudes orientées plaisir ou santé sur les choix alimentaires des enfants*

Il est établi que les attitudes sont des précurseurs des comportements (30). Nous avons cherché à évaluer dans quelle mesure les profils attitudeaux (orienté plaisir et/ou santé) permettent de prédire les comportements de consommation réelle. Chez l'enfant, peu d'études ont porté sur l'influence des attitudes implicites et explicites envers l'alimentation sur les choix réels (23, 24).

Deux hypothèses alternatives ont pu être testées. Selon les interventions basées sur la diffusion de messages rationnels déclinant les valeurs notamment nutritionnelle des aliments à valoriser ou à limiter, la connaissance des valeurs nutritionnelles des aliments améliorerait la qualité du régime alimentaire de l'enfant (36). Une première hypothèse issue de ce courant de pensée revient à considérer que les attitudes nutritionnelles devraient favoriser des choix plus sains chez l'enfant. Par contraste, des études interculturelles font état de conditions sanitaires plus favorables dans les pays privilégiant le plaisir (par exemple, la France) que dans les pays valorisant explicitement la santé (par exemple, les Etats-Unis), les taux d'obésité ou de maladies cardio-vasculaires étant significativement plus bas en France qu'aux Etats-Unis (5). Dans ce cadre, l'hypothèse défendue reviendrait à considérer que ce sont les attitudes les plus hédonistes qui seraient associées aux choix alimentaires les plus sains.

Afin de tester ces hypothèses, une étude a été conduite par Marty et collaborateurs (24) au cours de laquelle 63 enfants âgés de 6 à 11 ans ont été invités pour un goûter réalisé au laboratoire. Durant ce goûter, les enfants ont simplement choisi 5 petites portions d'aliments parmi une offre de 10 propositions composées d'aliments « sains » (kiwi, pomme...) et d'aliments « palatables » (brownie, bonbon ...), propositions présentés sur un buffet. Pour chaque enfant, les choix sont réalisés individuellement, puis la consommation se fait par petits groupes, à l'instar de ce qui est observé dans les restaurations collectives scolaires. Le nombre d'aliments sains sélectionnés (parmi 5) est alors enregistré pour chaque enfant. Enfin, les attitudes des enfants envers les aliments sont évaluées au moyen des tests d'association et de catégorisation décrits plus haut (22, 23).

#### *Des choix plus sains chez l'enfant valorisant le plaisir de manger ?*

Les résultats de cette étude ont montré que les enfants qui associaient le plus l'alimentation au plaisir sont ceux qui ont effectué les choix de meilleure qualité nutritionnelle : ils ont sélectionné en moyenne une portion de fruits en plus sur le buffet que les enfants qui associaient l'alimentation à la santé. Ce sont donc les enfants les plus favorables aux valeurs d'hédonicité, ceux dont les attitudes sont les plus orientées implicitement et/ou explicitement vers le plaisir alimentaire, qui choisissent spontanément le plus d'aliments sains lors du buffet. A contrario, les enfants présentant les profils attitudeaux implicites et explicites les plus favorables aux concepts de « santé/nutrition » effectuent les choix alimentaires les moins sains (24).

Ces résultats sont en rupture avec l'idée largement répandue selon laquelle le fait d'acquérir dès le plus jeune âge une « conscience nutritionnelle » serait le meilleur garant d'une alimentation saine. Ces données interrogent notamment la pertinence de messages de santé publique exclusivement basés sur des concepts nutritionnels pour orienter les choix de l'enfant vers des

alternatives plus saines. Au contraire, ces données **montrent** que le fait de privilégier spontanément le plaisir n'entraîne pas nécessairement des choix délétères pour la santé, toute chose étant égale par ailleurs. Partant du constat que chez l'enfant, le goût des aliments et le plaisir ressenti lors de la dégustation constituent les principaux moteurs de la consommation bien avant des critères de santé ou de nutrition (12-14), l'un des enjeux est dès lors de déterminer comment mobiliser le plaisir comme vecteur de choix alimentaires sains. En d'autres termes, comment stimuler chez l'enfant l'envie et le plaisir de consommer des aliments vertueux d'un point de vue nutritionnel, et plus généralement comment utiliser le plaisir en tant que levier dans les interventions visant à encourager une alimentation saine.

### *Réconcilier plaisir et santé*

Dans la mesure où le plaisir est l'un des principaux moteurs des comportements alimentaires notamment chez l'enfant, faut-il continuer d'opposer plaisir et santé ? Les résultats des principales études rapportées ci-dessus permettent de militer en faveur d'une réponse négative. Toutefois, l'opérationnalisation du concept de plaisir alimentaire **est** une étape préalable essentielle à la création d'interventions alternatives aux campagnes sanitaires dans le but de stimuler des comportements alimentaires sains chez le jeune mangeur. Dans les études rapportées plus haut (22-24), le plaisir était conceptualisé principalement sous le prisme gustatif et culinaire. Si le goût des aliments est une dimension essentielle de l'hédonicité, il n'en demeure pas moins que d'autres dimensions participent également à l'expérience du mangeur.

### *Le plaisir en 3D : sensoriel, social, interpersonnel*

Une revue récente permet ainsi de décliner trois principales dimensions rattachées à la notion de plaisir (10). La première dimension dite « sensorielle » décrit le plaisir émanant de l'expérience sensorielle vécue lors de la dégustation, la seconde dimension dite « sociale » se rapproche de la notion sociologique de commensalité définissant l'acte de manger ensemble, et la dernière dimension dite « interpersonnelle » décrit les informations, représentations et symboles associés à l'acte de manger. Les auteurs de cette revue suggèrent que la sollicitation de ces différentes dimensions pourrait jouer un rôle clé dans la promotion de comportement alimentaire sain chez l'enfant. Jusqu'à présent, on supposait que fournir des informations nutritionnelles, ciblant quels sont les aliments sont « bons » ou « mauvais » pour la santé, conduirait à des choix plus sains chez les enfants. Aujourd'hui, nous savons que de telles stratégies basées sur une approche rationnelle et paternaliste de l'alimentation ont un impact limité sur les choix des plus jeunes et peuvent même être **contre-productives**, amenant les enfants à éviter les aliments sains (20). Dès lors, les auteurs de cette revue suggèrent qu'une communication publique serait plus efficace si elle **cessait** de mettre en exergue les aliments « bons » ou « mauvais » pour la santé, puisque ce type de communication conduit à penser que la santé et le goût sont des concepts antinomiques (37). Les auteurs suggèrent au contraire que les messages sanitaires devraient associer les aliments sains avec le plaisir de manger.

Une étude expérimentale a montré l'efficacité de stratégies de type marketing (**dimension interpersonnelle**) pour améliorer la qualité des choix des enfants : par exemple, le simple recours à des noms attrayant pour désigner des légumes a ainsi permis de stimuler leur consommation auprès d'enfants de 8 à 11 ans en école primaire (38). Ces résultats donnent à penser que le plaisir de

manger sainement peut être appris en créant des attentes positives, et peut améliorer *in fine* la qualité nutritionnelle du régime alimentaire des enfants (39-40).

Les auteurs de cette revue suggèrent également de contrebalancer l'attrait naturel des enfants pour les aliments riches en énergie par l'apprentissage du plaisir de manger sainement, en proposant une alimentation variée et saine dès les premières années de la vie (41). En effet, la familiarité joue un rôle important dans le processus d'apprentissage du plaisir de manger (**dimension sensorielle**), les préférences alimentaires des enfants étant liées aux aliments auxquels ils ont été exposés précocement. Aussi le mécanisme d'exposition répétée d'aliments sains permettra d'intégrer dans le répertoire culinaire de l'enfant des aliments vertueux d'un point de vue nutritionnel par familiarisation. En somme, c'est en répétant la présentation d'aliments variés et bons pour la santé que se développe le goût des enfants pour les aliments sains. On sait aujourd'hui qu'il faut entre 4 et 11 présentations d'un même aliment pour que cet aliment soit apprécié (42, 43).

Enfin, le contexte social, comme le fait de partager les repas avec la famille ou les pairs, permet à l'enfant d'observer les pairs consommer des aliments sains dans un contexte positif et chaleureux, et de bénéficier d'un effet de mimétisme (**dimension sociale**).

Selon cette même revue, le plaisir en 3D pourrait donner lieu à des interventions plus ciblées, notamment en milieu scolaire. Ces interventions pourraient ainsi mobiliser l'ensemble du personnel de cantine et éducatif, et activer conjointement la dimension sensorielle en proposant par exemple de façon répétée des aliments sains sur les temps de repas, la dimension sociale en conviant le personnel en tant que modèle partageant un repas incluant une offre saine, et la dimension interpersonnelle en permettant aux enseignants de fournir des informations créant des attentes positives à partir d'histoires déclinant en outre l'origine ou les différentes variantes d'aliments sains.

### *Conclusion*

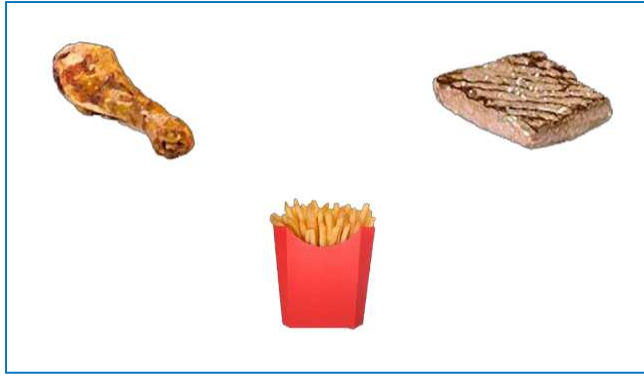
L'aspiration actuelle à une « nutritionnalisation » excessive de l'acte alimentaire a pour conséquence l'instauration d'un rapport anxiogène du mangeur à son alimentation, et constitue en cela une dérive et non un progrès (44-46). Le plaisir de manger est une construction psychosensorielle primordiale dans l'alimentation notamment infantile. Le plaisir constitue un prérequis nécessaire à la consommation régulière d'un aliment dès le sevrage du nourrisson et tout au long de l'enfance. Il semblerait aussi qu'un rapport privilégié au plaisir alimentaire puisse, à l'âge adulte, présenter un caractère préventif envers des comportements « à risque » de dérégulation de l'alimentation (5), et chez l'enfant, favoriser des choix alimentaires plus sains qu'un rapport privilégiant la nutrition (24). Dans ce contexte, les discours hédoniques doivent être envisagés comme une alternative prometteuse aux injonctions sanitaires et nutritionnelles. Ils pourraient constituer un levier original pour orienter les choix du jeune mangeur vers des propositions plus vertueuses, en lui permettant d'apprendre progressivement à éprouver du plaisir à déguster, partager et découvrir la variété de l'offre qui compose sa palette culinaire tout en cultivant sa curiosité et son appétence pour les aliments « sains ».

## Bibliographie

- 1- Dupuy, A. (2014). Thématization du plaisir alimentaire et visées utilitaristes. *Sociologie et sociétés*, 46(2), 253-275
- 2- Raghunathan, R., Naylor, R. W., & Hoyer, W. D. (2006). The Unhealthy = Tasty Intuition and Its Effects on Taste Inferences, Enjoyment, and Choice of Food Products. *Journal of Marketing*, 70(4), 170–184. <http://doi.org/10.1509/jmkg.70.4.170>
- 3- Trendel, O., & Werle, C. O. (2016). Distinguishing the affective and cognitive bases of implicit attitudes to improve prediction of food choices. *Appetite*, 104, 33-43.
- 4- Werle, C. O. C., Trendel, O., & Ardito, G. (2013). Unhealthy food is not tastier for everybody: The “ healthy=tasty” French intuition. *Food Quality and Preference*, 28, 116–121. <http://doi.org/10.1016/j.foodqual.2012.07.007>
- 5- Rozin, P., Fischler, C., Imada, S., Sarubin, A., & Wrzesniewski, A. (1999). Attitudes to Food and the Role of Food in Life in the U.S.A ., Japan, Flemish Belgium and France : Possible Implications for the Diet – Health Debate. *Appetite*, 33, 163–180.
- 6- Nicklaus, S., Boggio, V., Chabanet, C., & Issanchou, S. (2004). A prospective study of food preferences in childhood. *Food Quality and Preference*, 15, 805–818. <http://doi.org/10.1016/j.foodqual.2004.02.010>
- 7- Nicklaus, S., Boggio, V., Chabanet, C., & Issanchou, S. (2005). A prospective study of food variety seeking in childhood, adolescence and early adult life. *Appetite*, 44, 289–297. <http://doi.org/10.1016/j.appet.2005.01.006>
- 8- Skinner, J. D., Carruth, B. R., Bounds, W., & Ziegler, P. J. (2002). Children's food preferences: a longitudinal analysis. *Journal of the American Dietetic Association*, 102(11), 1638-1647.
- 9- Skinner, J. D., Carruth, B. R., Bounds, W., Ziegler, P., & Reidy, K. (2002). Do food-related experiences in the first 2 years of life predict dietary variety in school-aged children?. *Journal of nutrition education and behavior*, 34(6), 310-315.
- 10- Marty, L., Chambaron, S., Nicklaus, S., & Monnery-Patris, S. (2018). Learned pleasure from eating: An opportunity to promote healthy eating in children? *Appetite*, 120, 265-274. doi: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.09.006>
- 11- Nicklaus, S. (2016). The role of food experiences during early childhood in food pleasure learning. *Appetite*, 104, 3–9. <http://doi.org/10.1016/j.appet.2015.08.022>
- 12- Nguyen, S. P., Girgis, H., & Robinson, J. (2014). Predictors of children's food selection: The role of children's perceptions of the health and taste of foods. *Food Quality and Preference*, 40, 106e109. <http://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.09.009>.
- 13- Le Bigot Macaux, A. (2001). Eat to live or live to eat? Do parents and children agree? *Public Health Nutrition*, 4(1A), 141-146.
- 14- Le Bigot Macaux, A. (2005). Entre hédonisme alimentaire et idéal obsédant de l'apparence : le paradoxe des enfants et des adolescents ! *Cahiers de Nutrition et de Diététique*, 40(6), 309-311. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0007-9960\(05\)80196-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0007-9960(05)80196-8)
- 15- Wardle, J., & Huon, G. (2000). An experimental investigation of the influence of health information on children' s taste preferences. *Health Education Research*, 15(1), 39e44.
- 16- Cooke, L. J., & Wardle, J. (2005). Age and gender differences in children's food preferences. *British Journal of Nutrition*, 93(5), 741-746.
- 17- Dalton, M., & Finlayson, G. (2013). Satiating, satiety and the control of food intake. *Satiating, satiety and the control of food intake*. Elsevier. <http://doi.org/10.1533/9780857098719.4.221>.

- 18- Booth, K. M., Pinkston, M. M., & Carlos Poston, W. S. (2005). Obesity and the built environment. *J Am Diet Assoc*, 105, 110e117. <http://doi.org/10.1016/j.jada.2005>.
- 19- Wolfenden, L., Wyse, R. J., Britton, B. I., Campell, K. J., Hodder, R. K., Stacey, F. G.,...James, E. L. (2012). Interventions for increasing fruit and vegetable consumption in children aged 5 years and under. *Cochrane Database Syst Rev*, (11). <http://doi.org/10.1002/14651858.CD008552.pub2>.Interventions.
- 20- Maimaran, M., & Fishbach, A. (2014). If It's Useful and You Know It, Do You Eat? Preschoolers Refrain from Instrumental Food. *Journal of Consumer Research*, 41(3), 642–655. <http://doi.org/10.1086/677224>
- 21- Werle, C. O., & Cuny, C. (2012). The boomerang effect of mandatory sanitary messages to prevent obesity. *Marketing Letters*, 23(3), 883-891.
- 22- Monnery-Patris, S., Marty, L., Bayer, F., Nicklaus, S., & Chambaron, S. (2016). Explicit and implicit tasks for assessing hedonic-versus nutrition-based attitudes towards food in French children. *Appetite*, 96, 580-587.
- 23- Marty, L., Chambaron, S., Bournez, M., Nicklaus, S., & Monnery-Patris, S. (2017). Comparison of implicit and explicit attitudes towards food between normal-and overweight French children. *Food quality and preference*, 60, 145-153.
- 24- Marty, L., Miguet, M., Bournez, M., Nicklaus, S., Chambaron, S., & Monnery-Patris, S. (2017). Do hedonic-versus nutrition-based attitudes toward food predict food choices? a cross-sectional study of 6-to 11-year-olds. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 14(1), 162.
- 25- Fabrigar, L. R., & Petty, R. E. (1999). The Role of the Affective and Cognitive Bases of Attitudes in Susceptibility to Affectively and Cognitively Based Persuasion. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(3), 363–381. <http://doi.org/10.1177/0146167299025003008>
- 26- Petty, R. E., & Brinol, P. (2014). The elaboration likelihood and metacognitive models of attitudes. *Dual-process theories of the social mind*, 172-187.
- 27- Fazio, H. ., & Olson, A. . (2003). Attitudes: Foundations, Functions, and Consequences. *The Sage Handbook of Social Psychology*. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.4135/9781848608221.n6>.
- 28- Fazio, R. H. (1990). Multiple Processes by which Attitudes Guide Behavior: The Mode Model as an Integrative Framework. *Advances in Experimental Social Psychology*, 23(C), 75–109. [http://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60318-4](http://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60318-4)
- 29- Fazio, R. H. (1995). Attitudes as object-evaluation associations: Determinants, consequences, and correlates of attitudes accessibility. In R. E. Petty & J. A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength: Antecedents and Consequences* (pp. 247–82). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- 30- König, L. M., Giese, H., Schupp, H. T., & Renner, B. (2016). The environment makes a difference: The impact of explicit and implicit attitudes as precursors in different food choice tasks. *Frontiers in Psychology*, 7(AUG), 1–11. <http://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01301>
- 31- Trendel, O., & Werle, C. O. C. (2016). Distinguishing the affective and cognitive bases of implicit attitudes to improve prediction of food choices. *Appetite*, 104, 33–43. <http://doi.org/10.1016/j.appet.2015.10.005>
- 32- Nguyen, S. P., & Murphy, G. L. (2003). An Apple is More Than Just a Fruit: Cross-Classification in Children's Concepts. *Child Development*, 74(6), 1783–1806. <http://doi.org/10.1046/j.1467-8624.2003.00638.x>
- 33- Dupuy, A., & Poulain, J. P. (2008). Le plaisir dans la socialisation alimentaire. *Enfance, Juillet-septembre* 3, 261-270.

- 34- Goldstein, S. P., Forman, E. M., Meiran, N., Herbert, J. D., Juarascio, A. S., & Butryn, M. L. (2014). The discrepancy between implicit and explicit attitudes in predicting disinhibited eating. *Eating Behaviors*, 15(1), 164-170. doi: <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2013.10.021>
- 35- Petty, R. E., Briñol, P., & DeMarree, K. G. (2007). The meta-cognitive model (MCM) of attitudes: implications for attitude measurement, change and strength. *Social cognition*, 25.
- 36- Waters, E., de Silva-Sanigorski, A., Hall, B. J., Brown, T., Campbell, K. J., Gao, Y., ... Summerbell, C. D. (2011). Interventions for preventing obesity in children. *The Cochrane Database of Systematic Reviews*, (12), CD001871. <http://doi.org/10.1002/14651858.CD001871.pub3.www.cochranelibrary.com>
- 37- Baranowski, T., Domel, S., Gould, R., Baranowski, J., Leonard, S., Treiber, F., & Mullis, R. (1993). Increasing fruit and vegetable consumption among 4th and 5th grade students: results from focus groups using reciprocal determinism. *Journal of Nutrition Education*, 25(3), 114–120. [http://doi.org/10.1016/S0022-3182\(12\)80567-X](http://doi.org/10.1016/S0022-3182(12)80567-X)
- 38- Wansink, B., Just, D. R., Payne, C. R., & Klinger, M. Z. (2012). Attractive names sustain increased vegetable intake in schools. *Preventive Medicine*, 55(4), 330e332. <http://doi.org/10.1016/j.ypmed.2012.07.012>.
- 39- Jacquier, C., Bonthoux, F., Baciú, M., & Ruffieux, B. (2012). Improving the effectiveness of nutritional information policies: Assessment of unconscious pleasure mechanisms involved in food-choice decisions. *Nutrition Reviews*, 70(2), 118e131. <http://doi.org/10.1111/j.1753-4887.2011.00447.x>.
- 40- Thomas, J., Sutcliffe, K., Harden, A., Oakley, A., Oliver, S., Rees, R.,...Kavanagh, J. (2003). *Children and healthy eating: A systematic review of barriers and facilitators*. London.
- 41- Nicklaus, S. (2015). The role of food experiences during early childhood in food pleasure learning. *Appetite*, 104, 3e9. <http://doi.org/10.1016/j.appet.2015.08>.
- 42- Maier, A., Chabanet, C., Schaal, B., Issanchou, S., & Leathwood, P. (2007). Effects of repeated exposure on acceptance of initially disliked vegetables in 7-month old infants. *Food Quality and Preference*, 18, 1023e1032. <http://doi.org/10.1016/j.foodqual.2007.04.005>.
- 43- Rigal, N., Rubio, B., & Monnery-Patris, S. (2016). Is harsh caregiving effective in toddlers with low inhibitory control? An experimental study in the food domain. *Infant Behavior and Development*, 43, 5-12.
- 44- Fischler, C. (1996). *Alimentation, morale et société Identités des mangeurs, images des aliments* (pp. 31-54). Paris: Polytechnica.
- 45- Fischler, C. (2009). Quelques caractéristiques fondamentales du rapport humain à l'alimentation. In P. Etiévant (Ed.), *Comportement du consommateur* (pp. 5-11). Paris: INRA.
- 46- Masson, E., Debucquet, G., Fischler, C., & Merdji, M. (2016). French consumers' perceptions of nutrition and health claims: A psychosocial-anthropological approach. *Appetite*, 105, 618-629. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2016.06.026>



**Figure 1.** Exemple de triplet d'images utilisées dans la tâche d'association. Le choix reposant sur l'association spontanée de « Steak+Frite » correspond à une association dite « hédonique ». Le choix reposant sur l'association de « Steak+Poulet » correspond à une association dite « nutritionnelle ».



**Figure 2.** Images représentant respectivement les catégories « c'est miam », « c'est beurk » (i.e., catégorisation hédonique), « ça fait grossir », « ça donne des forces » (i.e., catégorisation nutritionnelle) ou « je ne connais pas cet aliment » utilisées dans la tâche de catégorisation.