



équation nutrition



JUILLET/AOÛT 2010

Nouvelles idées pour augmenter la consommation de F&L

EQUATION NUTRITION EST ÉDITÉ PAR APRIFEL ET DIFFUSÉ GRATUITEMENT AUX PROFESSIONNELS DE SANTÉ

IFAVA Editorial Board

- E. Bere • University of Agder • Faculty of Health and Sport • Norway
- E. Birlouez • Epistème • Paris • France
- I. Birlouez • INAPG • Paris • France
- MJ. Carlin Amiot • INSERM • Faculté de médecine de la Timone • Marseille • France
- B. Carlton-Tohill • Center for Disease Control and Prevention • Atlanta • USA
- V. Coxam • INRA Clermont Ferrand • France
- N. Darmon • Faculté de Médecine de la Timone • France
- H. Verhagen • National Institute for Public Health and the Environment (RIVM) • Bilthoven • Netherlands
- ML. Frelut • Hôpital Saint-Vincent-de-Paul • Paris • France
- T. Gibault • Hôpital Henri Mondor • Hôpital Bichat • Paris • France
- D. Giugliano • University of Naples 2 • Italy
- M. Hetherington • University of Leeds • UK
- S. Jebb • MRC Human Nutrition Research • Cambridge • UK
- JM. Lecerf • Institut Pasteur de Lille • France
- J. Lindstrom • National Public Health Institute • Helsinki • Finland
- C. Maffei • University Hospital of Verona • Italy
- A. Naska • Medical School • University of Athens • Greece
- T. Norat Soto • Imperial College London • UK
- J. Pomerleau • European Centre on Health of Societies in Transition • UK
- E. Rock • INRA Clermont Ferrand • France
- M. Schulze • Technische Universität München • Freising • Germany
- J. Wardle • Cancer Research UK • Health Behaviour Unit • London • UK

IFAVA Board of Directors

- R. Baerveldt • USA • Washington Apple Commission
- S. Barnat • France • "La moitié" • Aprifel
- L. DiSogra • USA • United Fresh
- C. Doyle • USA • American Cancer Society
- P. Dudley • New Zealand • 5+ A Day
- M. Richer • Canada • 5 to 10 a day
- E. Pivonka • USA • 5 A Day
- C. Rowley • Australia • Go for 2&5® • Horticulture Australia
- V. Toft • Denmark • 6 a day

Aprifel équation nutrition

agence pour la recherche et l'information en fruits et légumes frais

- Président Aprifel : Bernard Piton
- Directeur de la Publication : Frédéric Descroizaille
- Directrice Scientifique : Dr Saïda Barnat
- Assistante scientifique : Peggy Drouillet-Pinard
- Rédacteur en Chef : Dr Thierry Gibault
- Edition ; Illustrations : Philippe Dufour

60, rue du Faubourg Poissonnière - 75010 Paris
Tél. 01 49 49 15 15 - Fax 01 49 49 15 16

ISSN : 1620-6010

www.aprifel.com

www.egeaconference.com

www.ifava.org

Intro

Vous avez dit 100 ?

Si le seuil des 3 chiffres est parfois redouté par ceux qui montent sur la balance, nous sommes heureux d'avoir atteint aujourd'hui notre numéro 100 !

100 numéros, 10 ans d'Equation Nutrition (sans oublier son petit frère Ifava) cela se fête. Vous nous avez prouvé combien vous étiez attachés à notre « revue » consacrée aux bienfaits de Fruits et Légumes frais, et nous vous en sommes reconnaissants. Sans une équipe soudée autour de la cause d'Aprifel, cette aventure végétale et scientifique n'aurait pas été possible, évidemment. Merci à tous ceux qui nous ont accompagnés et qui nous suivent encore aujourd'hui.

Quelques retards de parution de temps en temps en 10 ans ? Certes... Mais toujours là et fiers de l'être ! Et rendez vous ... peut être dans 10 ans « Même jour, même heure, même port » ?

Dr Saïda Barnat

Directrice scientifique Aprifel

Dr Thierry Gibault

Endocrinologue, Nutritionniste - Paris



édito

Si les bénéfices santé d'une consommation importante de Fruits et Légumes (F&L) sont manifestes, leur consommation demeure encore insuffisante pour une grande partie de la population. Des interventions sont donc nécessaires pour l'accroître.

Dans ce nouveau numéro, sont présentées trois études consacrées aux divers facteurs qui influencent le choix de F&L au cours des repas.

Avant tout, la manière dont les aliments sont préparés détermine fortement l'attitude des consommateurs. Un manque de connaissances et de savoir-faire dans la préparation des légumes peut être une barrière à leur consommation, comme le montre l'étude de Brisbane en Australie. Ainsi, Winkler et Turrell suggèrent que le savoir-faire pour préparer les légumes serait particulièrement défaillant dans les groupes de faibles consommateurs.

La préparation a un fort impact sur le goût et la consistance, qui sont des facteurs importants pour l'acceptation du consommateur. Dans leur étude, Rennie et Wise ont mis en évidence une nette préférence pour les légumes cuits à la vapeur plutôt qu'à l'eau. La description des méthodes de cuisson devrait ainsi faire partie des interventions visant à promouvoir la consommation de légumes.

Dans la vie de tous les jours, de nombreuses personnes s'en remettent à la restauration collective au cours des jours de travail. Les cantines sont donc au cœur des approches interventionnelles. Population particulièrement concernée par ce type d'intervention : les enfants, dont la consommation de F&L est généralement trop faible. La récente étude de Swanson et Branscum montre qu'on peut améliorer leur consommation en proposant aux jeunes enfants des fruits tranchés, surtout s'ils sont difficiles à manipuler.

Ces résultats vont dans le même sens : c'est un ensemble de facteurs qui influencent le choix d'aliments. Si l'on veut promouvoir la consommation de F&L, il ne faut certes pas l'oublier !

I. Elmadfa

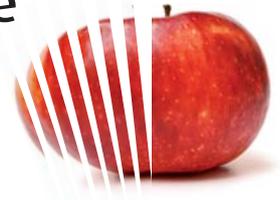
Président de l'Union Internationale des Sciences de la Nutrition (IUNS)
Université de Vienne, Autriche



TRANCHER LES FRUITS pour promouvoir leur consommation à la cantine

— Mark Swanson, Adam Branscum —

Université du Kentucky, Collège de Santé Publique, Lexington, Etats Unis



Malgré les effets bénéfiques et bien documentés de la consommation de Fruits et Légumes (F&L)¹, de nombreux rapports soulignent la faible consommation de ces aliments aux Etats-Unis^{2,3}.

Un environnement idéal pour promouvoir la consommation d'aliments frais

Des millions d'élèves Américains fréquentent quotidiennement les cantines scolaires. Elles représentent ainsi un environnement idéal pour améliorer la consommation de produits frais. Ces structures doivent évidemment réfléchir à améliorer le choix proposé aux écoliers mais également à comment augmenter leur consommation. Une possibilité serait d'améliorer l'accès aux aliments sains déjà proposés. Ainsi, notre étude a comparé la différence de consommation de pommes et d'oranges lorsqu'elles étaient proposées soit en tranches, soit sous forme entière, dans une cantine d'école primaire.

Des photographies des plateaux repas

Afin d'évaluer le choix de fruits et leur consommation, nous avons utilisé des photographies numériques pour enregistrer chaque repas servi et consommé dans le cadre du programme national de déjeuner à l'école (National School Lunch Program). C'est une méthode fiable et précise pour mesurer la consommation à la cantine^{4,5}. Elle permet de recueillir rapidement de grandes quantités d'informations, sans perturber le fonctionnement de la cantine. Chaque plateau repas jetable était doté d'un numéro. Il a été photographié à deux moments : à la sortie de la zone de service et juste avant de le déposer à la poubelle. Si chaque plateau n'était pas attribué à un écolier spécifique, son numéro permettait de déterminer l'année scolaire (de K (Kindergarten – équivalent du CP (âgés de 5-6 ans) à 4th grade – équivalent au CM1 (âgés de 9-10 ans)).

Selon une méthodologie déjà décrite⁴, chaque paire de photos a été comparée par deux évaluateurs différents, pour estimer visuellement la quantité de chaque produit sélectionné et consommé. La moyenne des deux évaluateurs a été calculée pour obtenir un seul chiffre par aliment. Avec la méthode des intervalles de confiance à 95%, nous avons ensuite estimé la proportion d'élèves ayant mangé au moins la moitié d'une pomme ou d'une orange lors de chacun des deux jours d'évaluation. Les différences entre les consommations de fruits tranchés et entiers ont été considérées significatives lorsqu'il n'y avait pas de chevauchement entre les intervalles de confiance à 95%. La relation entre l'âge et la consommation de fruits a été étudiée par régression logistique.

Un fort impact des oranges tranchées

Pour les pommes, un moindre pourcentage d'élèves mangeait au moins la moitié d'une pomme quand elle était tranchée que quand elle était entière (6,8 % vs 8,9%). Mais cette différence n'était pas statistiquement significative en raison d'un chevauchement des intervalles de confiance à 95%.

Par contre, pour les oranges tranchées, un plus fort pourcentage d'élèves a sélectionné et mangé au moins une moitié d'orange (10,3% vs. 2,3%), une différence statistiquement significative.

L'impact des oranges tranchées était significativement plus important chez les écoliers les plus jeunes par rapport aux plus âgés. Ainsi, 18% des écoliers de CP mangeaient une demi-orange ou plus en tranches contre un peu plus de 2% pour les oranges entières. En revanche, la différence des scores de consommation d'oranges pour les élèves de CM1 n'était pas significative.

Il s'agit d'une étude purement observationnelle. Nous pouvons seulement émettre des hypothèses pour expliquer l'augmentation de la consommation d'oranges en tranches et non des pommes. L'impact des tranches sur la consommation des écoliers les plus jeunes est particulièrement révélateur. Les oranges sont difficiles à éplucher dans le court laps de temps alloué aux écoliers pour déjeuner. L'accès était facilité lorsqu'elles étaient tranchées. Ainsi, significativement plus d'élèves sélectionnaient et consommaient des oranges lorsqu'elles étaient tranchées. Les pommes entières sont quant à elles plus faciles à manger que des oranges non tranchées.

Des modifications simples et peu coûteuses

Cette étude montre que des modifications simples et peu coûteuses dans la présentation peuvent changer significativement les choix et les consommations d'aliments sains chez les écoliers. Tenir compte du côté pratique et de l'accès aux aliments pourrait permettre au personnel des cantines d'augmenter la consommation d'aliments sains chez les écoliers. Cependant, nos résultats montrent également qu'une action visant à rendre un aliment plus accessible, comme le trancher, n'aura pas forcément le même impact pour un autre aliment...



Références

1. Dietary Guidelines Advisory Committee. Report of the Dietary Guidelines Advisory Committee on the Dietary Guidelines for Americans: 2005. In: Washington, DC: US Department of Agriculture, Agricultural Research Service; 2004.
2. U.S. Department of Agriculture. MyPyramid. Available at: mypyramid.gov. Accessed February 16 2009.
3. National Cancer Institute. Usual Dietary Intakes: Food Intakes, US Population, 2001-04. Available at: <http://riskfactor.cancer.gov/diet/usualintakes/pop/>. Accessed May 15 2010.
4. Swanson M. Digital Photography as a Tool to Measure School Cafeteria Consumption. Journal of School Health 2008;78(8):432-437.
5. Williamson DA, Allen R, Martin PD, Alfonso AJ, Gerald B, Hunt A. Comparison of digital photography to weighed and visual estimation of portion sizes. Journal of the American Dietetic Association 2003;103(9):1139-1145.

CONFIANCE ET CUISINE : les intégrer pour promouvoir la consommation de fruits et légumes

— Elisabeth Winkler —

Centre de Recherche pour la Prévention du Cancer, Université du Queensland - Australie



Cuisiner les fruits et légumes frais... Pizza maison...

Si l'on veut mettre en place des campagnes éclairées et équitables pour promouvoir la consommation de Fruits et Légumes (F&L), il faut en comprendre les déterminants. C'est vrai, en particulier, pour les groupes de faible niveau socio-économique dont la consommation de F&L est particulièrement basse.

Un déclin des compétences culinaires

Les compétences culinaires ont été la cible de plusieurs interventions nutritionnelles à petite échelle, habituellement combinées à d'autres stratégies. L'un des objectifs de la Stratégie Nationale Nutritionnelle Australienne (Australian National Nutrition Strategy) vise à « éduquer et former la population à choisir des aliments sains ».

Hypothèse de base de ces interventions : la faible consommation de F&L serait liée à un déclin des compétences culinaires. Paradoxalement, en dépit des évolutions de préparation et de consommation des aliments et des inquiétudes liées à une perte du savoir-faire culinaire, les enquêtes nutritionnelles se focalisent exclusivement sur la quantité d'aliments ingérée et ne tiennent pas compte du savoir-faire qui influence aussi le choix des aliments. L'étude de consommation la plus récente date du début des années 90 au Royaume-Uni.

Dans la population Australienne, peu de données existent sur le niveau des compétences culinaires et de la confiance dans la préparation d'aliments sains. Le déclin de ces compétences est une réelle question de santé publique. De plus, les preuves que le choix d'une alimentation saine serait lié aux compétences culinaires se limitent à quelques études isolées souvent focalisées sur des populations particulières comme les adolescents ou les jeunes adultes.

La confiance en soi est fortement corrélée aux achats

Une étude longitudinale a été menée à Brisbane, en Australie, auprès des personnes chargées de préparer les repas dans 426 foyers. Les résultats montrent que le manque de confiance et de variété dans les techniques à utiliser pour cuire les légumes sont associés à une diminution des achats de légumes dans ces foyers. De ces deux critères, c'est la confiance en soi ('pas du tout confiant' à 'très confiant') dans la préparation des légumes qui est le plus fortement corrélée aux achats. Il est possible que le niveau

de confiance dans la préparation de certains légumes reflète plus fidèlement le comportement que la confiance globale dans les compétences culinaires. Si, en moyenne, la confiance dans la capacité à préparer les légumes (21 pour le score le plus faible, 126 pour le plus élevé) est forte (avec une moyenne de 117), en revanche, sa distribution apparaît très hétérogène. Cela signifie que la majorité des personnes qui préparent des repas pour leurs proches ont confiance dans leurs compétences à préparer les légumes. En revanche, il existe des « cuisiniers domestiques » qui font peu confiance à leurs compétences culinaires envers les légumes. Dans notre étude, le manque de confiance est plus répandu chez les cuisiniers domestiques masculins, d'un faible niveau d'éducation, peu disposés à révéler leur niveau de revenus, ne vivant ni avec d'autres adultes, ni avec des mineurs. Il est intéressant de noter que ces groupes recoupent partiellement certaines sous-populations reconnues dans la littérature comme ayant une faible consommation de F&L : hommes de statut socioéconomique faible, vivant seuls.

Les connaissances seules ne sont pas suffisantes

Bien que cette étude ne soit pas définitive, nos résultats, ainsi que ceux de la littérature, sont cohérents avec la notion qu'un manque de confiance culinaire pourrait, en partie, expliquer une consommation inadéquate de légumes, surtout dans les groupes de faible niveau socioéconomique. Ces données renforcent l'argument qu'il faut améliorer la confiance dans la préparation des légumes pour augmenter leur consommation. Certains groupes spécifiques bénéficieraient beaucoup de telles interventions.

Il existe déjà d'importants efforts pour promouvoir la nutrition comme « Go for 2&5® » en Australie, ou le programme Américain « National Fruit and Vegetable Program » qui misent sur la prise de conscience pour accroître la consommation de F&L. Bien sur, ces campagnes sont nécessaires et offrent des recettes savoureuses et riches en légumes. Mais les connaissances seules ne sont pas suffisantes. De tels efforts risquent de n'augmenter la consommation de F&L que chez les personnes qui maîtrisent déjà ces compétences plutôt que chez ceux qui n'en possèdent pas. Pour qu'elles réussissent de manière équitable, il faut orienter ces campagnes vers le savoir-faire et la confiance dans les méthodes de cuisson des légumes et des aliments sains.

A TOUTE VAPEUR la préférence pour les légumes !

— Carla Rennie & Alan Wise —

Université Robert Gordon, Aberdeen, Royaume-Uni.

Une moindre perte des vitamines hydrosolubles

L'OMS conseille de consommer au moins cinq portions de Fruits et Légumes (F&L) par jour afin de réduire le risque de développer des pathologies chroniques comme les maladies coronariennes ou certains cancers. Si la cuisson à l'eau demeure la méthode de préparation des légumes la plus répandue, la cuisson à la vapeur est de loin préférable car elle provoque une moindre perte des vitamines hydrosolubles et d'autres composants bénéfiques. Une campagne de promotion de l'utilisation de la vapeur offrant des échantillons au public pourrait mettre en avant une amélioration du goût. Comme certains légumes seraient meilleurs que d'autres, cette étude avait pour objectif de déterminer si les gens préfèrent les légumes cuits à la vapeur et quels légumes il vaut mieux utiliser pour le démontrer.



4,9, 5,1 et 5,2, respectivement).

La question sur la méthode de cuisson des légumes la plus employée a servi à regrouper les participants. La méthode la plus courante, utilisée par 21 personnes sur 50, était la cuisson à l'eau.

Les scores moyens pour l'acceptabilité de la vapeur et de la vapeur aux micro-ondes étaient significativement plus élevés chez les participants qui faisaient habituellement bouillir leurs légumes (5,5, 6,2 et 6,5, respectivement) ($P = 0,013$). Ce résultat a également été retrouvé chez ceux qui préparent leurs légumes à la poêle, mais il n'y avait pas de différence significative chez les quelques sujets qui préparaient déjà leurs légumes à la vapeur. Seulement 10% des sujets qui faisaient habituellement bouillir leurs légumes semblaient toujours préférer les légumes bouillis.

3 légumes, 3 modes de cuisson

Trois types de légumes frais ont été préparés de trois manières différentes : à l'eau, à la vapeur ou à la vapeur aux micro-ondes. Des quantités similaires de chaque légume ont été cuites par lots de 180 g.

- Pour la cuisson à l'eau, les durées optimales étaient de 10, 5 et 7 minutes respectivement pour les carottes, les choux et les brocolis.
- Pour la cuisson à la vapeur, elles étaient respectivement de 7, 10 et 7 min.
- Pour la cuisson à la vapeur au four à micro-ondes, les légumes étaient placés dans des sacs Zip à puissance maximale pendant 2 min.

Chaque lot a été maintenu jusqu'à 30 minutes à 74 °C avant de le proposer aux participants. Des échantillons de 25 g de légumes cuits ont été placés dans des boîtes codées en polystyrène et présentés aux participants selon la méthode du carré latin pour éliminer les biais liés à l'ordre de présentation. Chaque échantillon a été évalué concernant la présentation, la texture, la saveur et l'acceptabilité générale, selon une échelle hédonique à 9 points. Les participants ont noté leur méthode habituelle de préparation des légumes.

Brocolis et carottes mieux acceptés que les choux

35 femmes et 15 hommes ont participé à l'étude, dont 80% étaient âgés entre 18 et 35 ans. Pour tous les critères, les scores pour les brocolis cuits à la vapeur et à la vapeur aux micro-ondes ont été significativement plus élevés par rapport aux brocolis cuits à l'eau. Pour l'acceptabilité, les scores moyens étaient de 6,2 et 7,1 pour les deux méthodes de cuisson vapeur et de 5,1 pour les légumes bouillis ($P < 0,001$). Les carottes ont été également considérées comme meilleures sur le plan du goût et de l'acceptabilité. Les choux ont été généralement moins bien cotés pour tous les critères et n'ont pas révélé de différence entre les méthodes de cuisson pour l'acceptabilité (les scores étaient de

Des bénéfiques nutritionnels supplémentaires

Nos résultats montrent que les légumes cuits à la vapeur au four à micro-ondes et à la vapeur ont été préférés aux légumes bouillis, à l'exception des choux. De plus, en grande majorité, les participants qui faisaient bouillir leurs légumes à la maison n'ont pas retenu cette méthode lorsqu'ils avaient le choix de la vapeur. La cuisson à la vapeur aux micro-ondes n'a eu qu'un succès marginal par rapport à la vapeur. Le coût des sacs de cuisson représente un facteur limitant de cette méthode.

Si l'on pouvait persuader les participants d'utiliser la vapeur en leur faisant goûter des échantillons de brocolis cuits à la vapeur, ils pourraient alors utiliser cette méthode pour préparer d'autres légumes et obtenir des bénéfices nutritionnels supplémentaires. Il y a cependant de nombreuses barrières à prendre en compte dans la promotion de la vapeur comme méthode quotidienne de cuisson des légumes et les avantages sensoriels ne seront pas forcément suffisants pour convaincre beaucoup de personnes de changer.

Identifier les barrières à l'adoption de la vapeur

Dans une récente étude de marché portant sur l'achat et la possession de petit électroménager, l'achat de cuiseurs vapeurs électriques est passé de 480 000 unités en 2001 à 700 000 unités en 2006, soit une augmentation de 46,8%. Cependant, en posséder un ne veut pas dire qu'on s'en sert. Et en effet, le même rapport soulignait que seulement 41% des propriétaires l'utilisaient au moins une fois par semaine. Ceci indique que même chez ceux qui sont déjà équipés de cuiseurs vapeurs, il existe des barrières à leur usage...

Quoiqu'il en soit, de nombreuses personnes qui font actuellement bouillir leurs légumes préféreraient sans doute la vapeur après avoir goûté aux brocolis ! Mais le petit nombre de personnes utilisant déjà cette méthode de cuisson limite la portée des conclusions sur leurs préférences. D'autres études sont encore nécessaires pour mieux identifier les barrières à l'adoption de la vapeur comme méthode de cuisson.

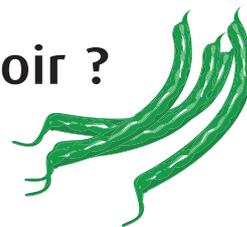
Référence

Rennie, C. & Wise, A. (2010) Preferences for steaming of vegetables. *J. Hum. Nutr. Diet.* 23, 108-110.

S'il suffisait d'en faire voir ?

— Marie Laure Frelut —

APHP, Saint Vincent de Paul Hospital, Paris - France



L'exposition à un aliment augmente son acceptation

Ce titre - abrégé avec un certain parti pris pour vous tenter - est celui d'un authentique article¹ de qualité paru en 2009. Les auteurs, chercheurs dans le service de psychologie de l'université de Reading, sont partis du principe qu'il y a des limites à ce que la bonne volonté des parents peut supporter : combien d'entre eux sont capables de présenter 19 fois à leurs enfants (chérissés) un nouvel aliment ? Le végétal en question aura ainsi eu toutes les chances de devenir agréable aux papilles de leur progéniture. La littérature rapporte en effet que plus un enfant est exposé à un aliment, plus il a de chance d'accepter d'en manger et que la publicité à la télévision, même brève, augmente les consommations. CQFD.

5 minutes de lecture tous les soirs...

L'astuce de cette nouvelle étude est double : au lieu d'infliger aux parents les n présentations réelles, elle leur a demandé de lire 5 minutes, tous les soirs pendant 15 jours, deux petits livres bien illustrés qui parlent chacun d'un légume et d'un fruit connus et inconnus. Les fruits et les légumes des deux livres en question étaient différents, présentés par de grandes photos et des détails.

Les enfants, âgés de 21 à 24 mois se sont ensuite vus proposer de goûter 2 fruits et 2 légumes parmi les 8 des petits livres, en présence de leur mère.

Des résultats surprenants

Si le comportement néophobique a été confirmé (trois enfants ont refusé de goûter quoi que ce soit), les résultats ont toutefois réservé des surprises...

Les enfants familiers avec un légume ont choisi plus souvent de goûter celui qui ne figurait pas dans leur petit livre. Lorsque le légume n'était pas familier, la description par le livre

tendait à en augmenter le choix. Les tendances étaient moins nettes pour les fruits. En définitive, que l'aliment ait été, ou non, familier, l'exposition à travers le livre tendait à augmenter son choix. Cette expérience tend à prouver que la connaissance des aliments ne passe pas seulement par leur consommation mais qu'une autre forme de découverte, ici non seulement par des images mais avec une histoire renforcée par la sécurité que confère l'implication de la mère, la facilite.

La tendance néophobique peut donc être atténuée chez certains enfants. Rappelons que cette expérience ne durait que 15 jours. La familiarisation, obtenue de multiples manières, ne dispense pas de faire goûter à plusieurs reprises les aliments. La stimulation par les parents demeure irremplaçable.

Le devoir de protection demeure

On peut se demander si les auteurs ont été inspirés par le nom de leur ville (reading = en lisant) et quelle étude aurait mené ceux de Bedford.... Le rôle des familiers pourrait aussi être exploré, de même que l'impact du niveau général de stimulation : les enfants auxquels ont raconté une histoire le soir sont-ils dans l'ensemble plus ouverts ou moins craintifs parce que portés à rêver et se substituer aux personnages dont on leur raconte la vie ? Pourrait-on comparer ce stimulus à l'ingurgitation passive d'images dont on voit, de façon inquiétante, augmenter la pression sur les parents via les soit disant programmes informatiques ou de télévision pour nourrissons ?

L'écho que devrait avoir cette étude va donc au-delà de ce qu'elle se proposait d'analyser. Les enfants grandissent dans la confiance dont les modes d'acquisition sont multiples et corrélés d'un domaine à l'autre. Bref, leur cerveau fonctionne, s'adapte aux stimuli dont la qualité et le nombre sont essentiels mais le devoir de protection demeure.



Référence :

1. Houston-Price C, Butler L, Shiba P. Visual exposure impacts on toddlers' willingness to taste fruits and vegetables. *Appetite* 2009;53:450-3.

Enfants obèses et fils de Pub ?

— Eric Birlouez —

Agronome consultant et enseignant en Histoire et Sociologie de l'Alimentation

Dans un article récent¹, Janny Goris, une chercheuse australienne, relate les résultats d'une étude très intéressante conduite en partenariat avec d'autres scientifiques australiens, suédois et britanniques. Objectif de ce projet de recherche collaborative : mesurer l'impact de la publicité télévisée pour les aliments et boissons sur la prévalence de l'obésité chez les enfants. L'étude a été réalisée à partir de données recueillies en Australie, Grande Bretagne, Italie, Pays Bas, Suède et Etats-Unis.

TV = moins d'activité physique et plus de snacks

Des travaux antérieurs avaient montré l'existence d'une corrélation positive entre le temps passé par les enfants devant la télévision et la prévalence du surpoids et de l'obésité au sein de cette jeune population. Même si les mécanismes sont probablement plus complexes, deux facteurs explicatifs de cette prise de poids ont été suggérés : la réduction de l'activité physique générée par « l'installation » devant le téléviseur et l'augmentation de l'apport énergétique (ou encore, bien sûr, une combinaison des deux phénomènes).

En ce qui concerne le premier facteur, une relation inverse - d'ampleur modeste toutefois - a été établie entre le temps consacré à la télévision et le niveau d'activité physique des enfants.

S'agissant de l'apport énergétique, d'autres études ont montré que regarder la télévision s'accompagne d'une consommation accrue d'aliments à haute valeur énergétique (de type snacks). En effet, le média télé expose enfants et adultes à des publicités qui vantent, parmi d'autres produits et services, des aliments et des boissons. Cette exposition influence les préférences alimentaires des enfants, leurs choix, les demandes d'achat qu'ils adressent à leurs parents et, in fine, ce qu'ils ingèrent. Or, les études réalisées sur le sujet montrent que les publicités alimentaires font la promotion de produits potentiellement néfastes à la santé, riches en énergie et pauvres en nutriments d'intérêt. Néanmoins, rares sont les recherches qui ont tenté de quantifier, en contrôlant les autres facteurs (par exemple l'influence de parents) le lien entre publicité alimentaire à la télévision et prévalence du surpoids et de l'obésité chez les enfants.

199 minutes par jour aux USA

Pour atteindre cet objectif, Goris et ses partenaires ont eu recours à des modèles mathématiques. Pour « alimenter » ces modèles en données, les auteurs ont consulté de nombreuses études, menées récemment et sur une grande échelle dans les six pays mentionnés plus haut. Pour chaque pays, ils ont recueilli, d'une part, des chiffres sur la prévalence du surpoids et de l'obésité infantile (enfants âgés de 6 à 11 ans) et, d'autre part, des

données sur l'exposition des enfants à la publicité alimentaire télévisée.

Sur ce dernier point, les données collectées montrent que c'est aux Etats-Unis que cette exposition est, en moyenne, la plus élevée. A contrario, c'est aux Pays-Bas, en Suède et en Grande-Bretagne qu'elle est la plus faible, l'Italie et l'Australie occupant une place intermédiaire. Il est important de noter que les durées d'exposition à la publicité alimentaire télévisée ont été recueillies avant la mise en place, dans la plupart des pays étudiés, de restrictions quant à leur diffusion vers les enfants. Quant au temps total passé devant la télévision, il s'élève « seulement » à 90 min. par jour en Suède contre 199 min. aux USA (dans les quatre autres pays, il s'établit entre 116 et 144 min.).

40% des petits américains obèses à cause de la pub TV

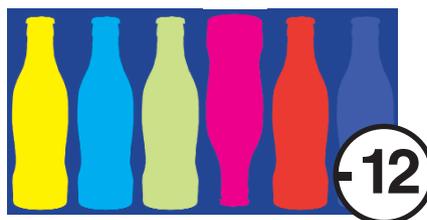
A partir de ces deux types de données, les chercheurs ont, pour chacun des six pays, modélisé deux scénarios correspondant à l'absence de toute exposition à la publicité alimentaire télévisée, et ils les ont comparés aux situations réelles. L'un des scénarios reposait sur des données directement issues de la littérature scientifique, le second était basé sur l'opinion d'experts : le premier scénario postulait que 25 min. de publicité alimentaire en plus par semaine se traduiraient par une augmentation de 1 à 4 % de l'apport énergétique de la ration ; dans le second scénario (analyse basée sur les dires d'expert), l'apport calorique augmentait entre 3 et 5 %.

Les résultats obtenus montrent que la contribution de la publicité télévisée à la prévalence de l'obésité chez les enfants se situe - selon les scénarios retenus - entre 16 et 40 % aux USA, entre 10 et 28 % en Australie et en Italie, et entre 4 et 18 % en Grande-Bretagne, Suède et Pays-Bas. Si nous reprenons le cas des Etats-Unis, le chiffre de 40 % obtenu dans le scénario 1 (analyse de la littérature) signifie que 40 % des enfants obèses ne seraient pas devenus obèses s'ils n'avaient pas été exposés à la publicité télévisée pour des aliments et boissons (le plus souvent fortement caloriques).

La Suède montre l'exemple

La conclusion s'impose d'elle-même : limiter ces spots publicitaires pourrait participer de façon significative à contenir, et même à inverser, l'inquiétante montée du surpoids et de l'obésité chez les enfants. Mais une telle décision se heurte à la puissance des intérêts économiques en jeu... La Suède fait office de pionnier dans ce domaine : dès 1991, ce pays a interdit toute publicité destinée aux moins de 12 ans, au nom du respect des droits de l'enfant.

Dès 1991,
la Suède a interdit toute publicité
destinée aux moins de 12 ans



Référence :

1. Goris JM, Petersen S, Stamatakis E, Veerman, "Television food advertising and the prevalence of childhood overweight and obesity : a multicountry comparison." Public health nutrition, July 2010, vol./is. 13/7(1003-12), 1475-2727.