

Le plaisir de manger chez les enfants : peut-on apprendre à aimer les aliments bons pour la santé ?

Plaisir et santé sont deux concepts qui sont souvent opposés lorsqu'il est question d'alimentation, notamment chez l'enfant. Mais santé et plaisir sont-ils vraiment irréconciliables ? À cette question, le travail de thèse de Lucile Marty apporte des éléments de réponse (Marty, 2017).

Les enfants ont un attrait inné pour les aliments gras et sucrés (Nicklaus *et al.*, 2005) que la publicité tend à rendre encore plus attractifs en valorisant le plaisir qu'ils procurent (Strasburger, 2006). Or, dans nos sociétés occidentales contemporaines, ces aliments sont considérés comme défavorables à une bonne santé car ils menacent l'équilibre nutritionnel et le maintien d'un statut pondéral sain. Néanmoins, en conclure que le plaisir ne s'envisagerait qu'au détriment de la santé serait nier la complexité du concept de plaisir alimentaire. En effet, le plaisir ne peut être réduit à l'appétence innée pour des aliments énergétiquement denses et à la satisfaction des besoins physiologiques. Le plaisir résulte pour une part importante d'un apprentissage. Il est le principal moteur des consommations alimentaires chez l'enfant, tant en termes de choix que de quantités consommées. En tant que jeunes omnivores, les enfants doivent apprendre quoi, quand, comment et combien manger et dans quel contexte. Afin de s'adapter à leur culture culinaire, les enfants sont prédisposés pour apprendre à aimer toute la diversité des aliments qui peut leur être proposée. Comprendre comment se forge le plaisir alimentaire est essentiel afin d'identifier comment inciter les enfants à adopter des habitudes de consommation favorables à leur santé, sans sacrifier le plaisir (Marty *et al.*, 2017a).



© Freepik from Flaticon.

Les trois dimensions du plaisir alimentaire

La dimension sensorielle : apprendre à aimer un aliment au fil des expériences sensorielles

L'apparence, le goût et la texture d'un aliment sont intrinsèquement liés à son appréciation. Mis à part un attrait inné pour la saveur sucrée, le plaisir sensoriel est appris au travers des expériences alimentaires précoces (Nicklaus, 2016). Dès la naissance, les nouveau-nés perçoivent le goût (Steiner, 1979) les arômes des aliments, et l'exposition aux différents arômes présents dans le lait maternel prédit les préférences ultérieures (Mennella *et al.*, 2001). Ces apprentissages sensoriels se poursuivent lorsque les enfants passent à une alimentation solide. De nombreuses études ont montré que l'exposition répétée à un nouvel aliment était un mécanisme robuste pour apprendre à aimer cet aliment (Caton *et al.*, 2013). Un nouvel aliment qui serait peu apprécié initialement peut devenir très apprécié après que l'enfant l'a goûté dix fois (Anzman-Frasca *et al.*, 2018).

La dimension commensale : apprendre à aimer un aliment au travers des interactions sociales lors des repas

Manger est une expérience sociale et la présence des autres (les adultes et/ou les pairs) au moment des repas est cruciale pour le développement des comportements alimentaires des enfants (Shutts *et al.*, 2012). Les enfants apprennent quels aliments

sont appréciés dans leur culture en regardant puis en imitant les autres (Liebermann *et al.*, 2016). Le comportement d'autrui influence à la fois les quantités consommées par l'enfant, le fait qu'il accepte ou non un nouvel aliment et ses choix alimentaires. Exprimer le plaisir que l'on a de manger un aliment devant un enfant contribue ainsi à forger et renforcer son plaisir à le consommer en complément des apprentissages sensoriels (Wiggins, 2002, 2016).

La dimension cognitive : apprendre à aimer un aliment grâce aux croyances associées

À chaque aliment sont associées des croyances, des images, des idées qui influencent le plaisir de les consommer. Les marques, les emballages et les publicités, en façonnant l'imaginaire des enfants autour d'un aliment, créent des attentes à même d'influencer le plaisir qu'ils ont à le consommer (Fernqvist & Ekelund, 2014 ; Piqueras-Fiszman & Spence, 2014). Ainsi, un aliment associé à une marque, à condition que celle-ci soit familière pour les enfants, est plus apprécié que le même aliment non estampillé (Sosa & Hough, 2006 ; Robinson *et al.*, 2007). Une communication ludique, des messages attrayants, une histoire racontée autour d'un aliment sont autant d'éléments qui peuvent augmenter le plaisir des enfants à le consommer.

Le plaisir alimentaire comme levier pour encourager la consommation d'aliments bons pour la santé chez l'enfant

La plupart des interventions visant à inciter les enfants à consommer plus d'aliments bons pour la santé, notamment plus de fruits et de légumes, est basée sur une information rationnelle : on apprend aux enfants les bénéfices pour la santé de ces aliments dans le but de les convaincre de les consommer. Or, délivrer une information nutritionnelle à propos d'un aliment pouvait parfois avoir un « effet boomerang » en détournant l'enfant de sa consommation (Wardle & Huon, 2000 ; Maimaran & Fishbach, 2014). En effet, on vante généralement les bénéfices pour la santé des aliments qu'ils aiment le moins, comme les légumes, et les méfaits des aliments qu'ils apprécient, comme les sucreries (Russell & Worsley, 2007). Cette opposition récurrente entre plaisir et santé amène les enfants à penser que si un aliment est présenté comme bon pour la santé, alors il ne doit pas être bon au goût (Baranowski *et al.*, 1993). Il est donc nécessaire de revaloriser affectivement, par le biais du plaisir, les aliments bons pour la santé afin d'encourager leur consommation par les enfants.

Les trois dimensions du plaisir alimentaire décrites précédemment sont autant de leviers mobilisables pour apprendre aux enfants à aimer les aliments bons pour la santé. Dès l'introduction des aliments solides, présenter régulièrement et de manière répétée des aliments de bonne qualité nutritionnelle aux enfants développe leur plaisir de consommer ces aliments. Partager des repas équilibrés donne l'opportunité aux enfants d'observer les autres se régaler avec des aliments bons pour la santé. Le contexte social positif peut aider les enfants à adopter avec plaisir une alimentation équilibrée. Développer des croyances positives chez les enfants concernant les aliments bons pour la santé, par exemple, en reproduisant les stratégies des marques, devrait aussi encourager leur consommation en mettant en valeur le plaisir de les consommer.

Les enfants peuvent apprendre à aimer les aliments bons pour la santé et en particulier s'ils y ont été exposés dans des contextes positifs et valorisants. Plaisir et

santé ne sont pas deux concepts antinomiques. S'il est accompagné et éduqué, le plaisir alimentaire doit pouvoir être associé à la santé. D'ailleurs, les enfants dont les attitudes envers l'alimentation sont les plus hédoniques sont ceux qui effectuent les choix de meilleure qualité nutritionnelle lors d'un goûter présenté sous forme de buffet, en comparaison des choix effectués par les enfants valorisant la santé et la nutrition (Marty *et al.*, 2017b). Dans cette perspective, les campagnes de santé publique et les interventions visant à encourager l'adoption d'habitudes de consommation favorables à la santé chez l'enfant devraient s'attacher à valoriser aussi le plaisir de consommer les fruits et légumes, par exemple, car ces aliments sont autant appréciables qu'ils sont de bonne qualité nutritionnelle.

Lucile MARTY

Centre de Sciences du Goût et de l'Alimentation

Stéphanie CHAMBARON

AgroSup Dijon

Sophie NICKLAUS

CNRS, INRA, Univ. Bourgogne Franche-Comté, Dijon

Sandrine MONNERIE-PATRIS

CNRS, INRA, Univ. Bourgogne Franche-Comté, Dijon

Références

- ANZMAN-FRASCA, S., VENTURA, A. K., EHRENBURG, S., and MYERS, K. P., (2018), Promoting healthy food preferences from the start : a narrative review of food preference learning from the prenatal period through early childhood. *Obesity Reviews*, 19 : 576-604. DOI : 10.1111/obr.12658
- 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), p. 114-120. DOI : 10.1016/S0022-3182(12)80567-X
- CATON, S., AHERN, S., REMY, E., NICKLAUS, S., BLUNDELL, P., & Hetherington, M., (2013), Repetition counts : Repeated exposure increases intake of a novel vegetable in UK pre-school children compared to flavour-flavour and flavour-nutrient learning. *British Journal of Nutrition*, 109(11), p. 2089-2097. DOI : 10.1017/S0007114512004126
- FERNQVIST, F., & EKELUND, L., (2014), Credence and the effect on consumer liking of food - A review, *Food Quality and Preference*, 32(PC), p. 340-353. DOI : 10.1016/j.foodqual.2013.10.005
- LIBERMAN, Z., WOODWARD, A. L., SULLIVAN, K. R., & KINZLER, K. D., (2016), Early emerging system for reasoning about the social nature of food, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 201605456. DOI : 10.1073/pnas.1605456113
- 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), p. 642-655. DOI : 10.1086/677224
- MARTY, L., (2017), *Privilégier la santé ou le plaisir : impact des attitudes envers l'alimentation et du contexte sur les choix alimentaires des enfants normo-pondéraux et en surpoids âgés de 5 à 11 ans*, Dissertation doctorale, Centre de Sciences du Goût et de l'Alimentation, AgroSup Dijon, CNRS, INRA, Univ. Bourgogne Franche-Comté.
- MARTY, L., CHAMBARON, S., NICKLAUS, S., MONNERIE-PATRIS, S., (2017a), Learned pleasure from eating : an opportunity to promote healthy eating in children? *Appetite*, 120, p. 265-274. DOI : 10.1016/j.appet.2017.09.006
- MARTY, L., MIGUET, M., BOURNEZ, M., NICKLAUS, S., CHAMBARON, S., & Monnerie-Patris, S., (2017b), Do hedonic- versus nutrition-based attitudes toward