

# LEVIERS POUR FAIRE CHANGER LES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES AUX DIFFÉRENTS STADES DE VIE



*Exemple des fruits & légumes*

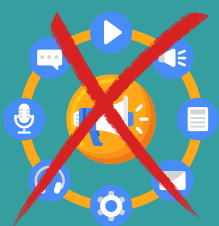
# Quels sont les freins majeurs à la consommation de fruits & légumes ?



**Le goût**



**La faible densité  
énergétique**



**L'absence de  
marketing**



**“Compétition”  
avec des aliments  
plus appétents**



**Injonctions sociales  
ou éducatives  
focalisées sur les  
fruits et légumes**



**Des leviers différents en fonction de l'âge**



## Challenges à relever



➔ **Découvrir** les fruits et légumes pour les plus petits



## Leviers d'action

➔ **Entre 4 et 24 mois : fenêtre d'opportunité** d'introduction d'aliments avant la néophobie alimentaire

➔ **Introduction différentes saveurs d'aliments** entre 4 et 6 mois

➔ **Introduction différentes textures d'aliments** entre 6 et 10 mois

➔ **Proposition d'aliments pour goûter sans forcer**

# Enfance & Adolescence



## Challenges à relever

**Maintenir** la consommation de fruits et légumes face à une “compétition déloyale” avec des **aliments plus appétents**

**Résister** face à **l'exposition au marketing alimentaire**



## Leviers d'action

**Enfance** : **Disponibilité de l'aliment**

**Adolescence** : **Complexification de l'environnement alimentaire**

**Développement de la littératie alimentaire**

- Compétences **relationnelles** : plaisir, partage de repas
- Compétences **fonctionnelles** : culinaires
- Compétences **critiques** : analyse des paramètres **sociaux, économiques et environnementaux** de l'alimentation

# Adultes



## Challenges à relever



**Restaurer** la consommation de fruits et légumes pour **donner l'exemple**

## Leviers d'action



Influence des politiques publiques par les **nudges** :

**Modifications subtiles de l'environnement pour orienter les individus à faire "les bons choix"**

- **Nudges comportementaux** : modification des **comportements des individus**, sans passer par l'influence sur leurs connaissances ou leurs émotions (la taille des portions)
- plus efficaces que les nudges **affectifs** : étiquetage sensoriel
- eux-même plus efficaces que les nudges **cognitifs** : étiquetage nutritionnel

# Seniors

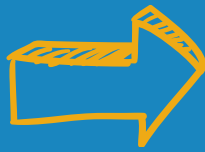


## Challenges à relever

Maintenir le pouvoir d'achat pour sécuriser la consommation



## Leviers d'action



Changement de trajectoires de vie : Fenêtre d'opportunité pour modifier les comportements alimentaires

Accompagnement lors des changements de contextes (retraite) : ateliers de sensibilisation...



Rendre les changements de comportements désirables

**Le Plaisir** : levier dans les interventions en santé publique

