

# **Évolution des habitudes alimentaires à travers le goût**

**M.L.Frelut**

**Hôpital Robert Debré, Paris**

**Centre thérapeutique pédiatrique, Margency**

# LA PHYSIOLOGIE

# La consommation alimentaire sans faim

- **Jusqu' à 3 ans**

→ *Régulation efficace de l'appétit*

- **Au delà de 3 ans**

→ *mange sans faim*

Effets de

- l'entourage
- l'alimentation à disposition
- les capacités individuelles de régulation de l'appétit

# Néophobie alimentaire

- Période normale du développement
- 77 % des enfants
- Évolue avec l'âge
  - Inexistante avant 2 ans
  - « rigide » entre 4 et 7ans
  - Diminue jusqu'à 10 –11 ans
- Les + néophobes sont + timides et émotifs

*N. Rigal, 2001*

# LA CULTURE

# Le point de vue des Chefs

- « Plus de lecture aérienne du dessus mais une visibilité transversale dans des contenants transparents et verticaux »
- « Un cuisinier anglais nourrit ses convives à la cuillère...recréant la dépendance infantile »  
E. Trochon
- « Cette ouverture au monde est à l'opposé de la mondialisation du goût »  
M. Meneau

*European ways of life, 2002*

# Le point de vue du politologue (1)

## « la Mc Donaldisation de l'enfance »

### – **Publicité d'un yaourt à boire**

- Mention « *no future* » sur la petite cuillère
- Renvoie à la consommation de certaines drogues
- Suggère la suppression des autres conventions
  - Conventions sociales
  - Interdits et cultures culinaires

*P. Ariès, Enfance et Psy, 1999*

## Le point de vue du politologue (2) « la Mc Donaldisation de l'enfance »

- **Force de Mc Do**
  - **Vente du *même* produit à tout le monde**
  - **Condition du succès:**
    - « produit zéro »
    - Disparition de tout composant pouvant le faire rejeter
    - « Produit infraculturel »
  - **Substitut parental ?**
    - Conçu pour viser la couche la plus profonde du psychisme
    - La publicité réhumanise artificiellement ces produits
    - Régression : infraculturel + achat impulsif
    - En famille, **les normes se substituent aux interdits**
    - Mc Do = substitut affectif et autorité du père.....
  - **Transmission à l'envers entre générations**
- **Aliment santé = stade de la pensée magique**

# LA CONSOMMATION

# Consommation alimentaire des enfants : évolution récente en France

Comparaison des enquêtes ASPCC (1994) et INCA (1999)

Aliments	Adultes	Enfants
Pâtisseries	+ 90 %	+ 84 %
Pizza, sandwiches	+ 87 %	+ 80 %
Jus de fruits	+ 4 %	+ 17 %
Sodas	+ 17 %	+ 17 %
Gâteaux	0	+ 24 %
Pâtes et riz	+ 24 %	+ 32 %

Enquête INCA, Tec & DOC, 2000

# Enquête INCA 1998 –1999

## Consommation de glucides simples

- **Enfants**            **n = 518**        **8-13 ans**  
**95.1 ± 42.3 g/j**
- **Adolescents**    **n = 307**        **14 – 17 ans**  
**98.6 ± 45.7 g/j**
- *Pas de différence en fonction du niveau d'éducation des parents*

**Consommation alimentaire des enfants  
classée par tertiles de consommation de glucides simples  
Enquête INCA 1998-99**

	<b>1e T</b>	<b>2e T</b>	<b>3e T</b>
<b>Energie (kcal )</b>	<b>1518 (22)</b>	<b>1886 (22)</b>	<b>2328 (34)</b>
<b>Glucides (g/j)</b>	<b>165</b>	<b>221</b>	<b>295</b>
<b>Protéines (g/j)</b>	<b>65</b>	<b>73</b>	<b>83</b>
<b>Lipides (g/j)</b>	<b>68</b>	<b>78</b>	<b>92</b>
<b>Calcium (g/j)</b>	<b>652</b>	<b>827</b>	<b>973</b>
<b>Fibres (g/j)</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>16</b>

**Consommation alimentaire des enfants  
classée par tertiles de consommation de glucides simples  
Enquête INCA 1998-99**

	<b>1e T</b>	<b>3e T</b>	<b>D (g)</b>	<b>D( kcal)</b>
<b>Energie (kcal )</b>	<b>1518</b>	<b>2328</b>		<b>810</b>
<b>Glucides (g/j)</b>	<b>165</b>	<b>295</b>	<b>160</b>	<b>640</b>
<b>Protéines (g/j)</b>	<b>65</b>	<b>83</b>	<b>24</b>	<b>215</b>
<b>Lipides (g/j)</b>	<b>68</b>	<b>92</b>	<b>18</b>	<b>76</b>
<b>Calcium (g/j)</b>	<b>652</b>	<b>973</b>		
<b>Fibres (g/j)</b>	<b>11</b>	<b>16</b>		

# Consommation des boissons sucrées

## Les données des Etats-Unis

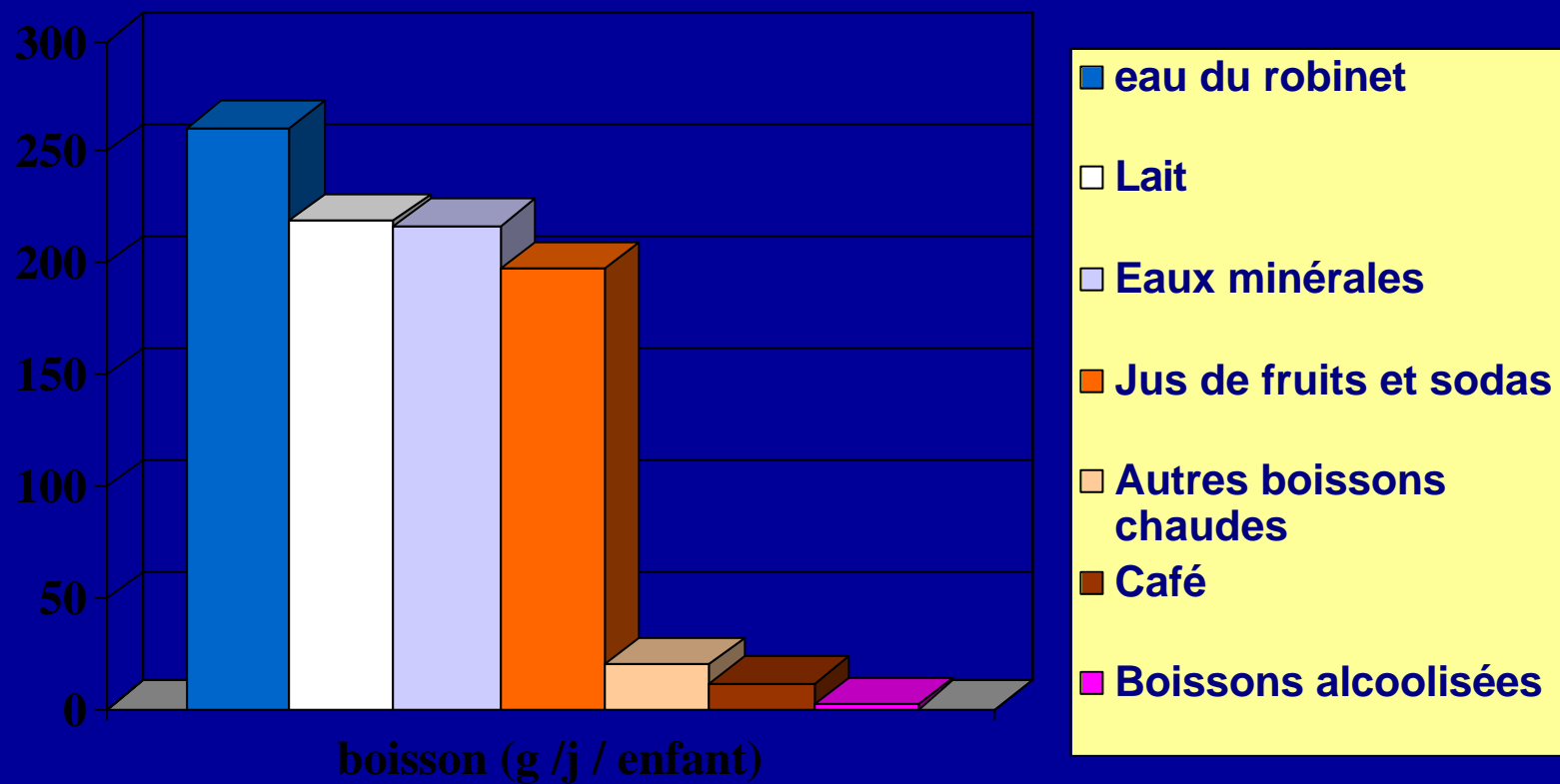
- **Consommation > 270 ml/j**
  - maternelle : 12 % des enfants
  - école primaire: 33 %

**+ 200 Calories / jour**
- **Consommation > 780 ml /j**
  - adolescents: 22 %

**+ 600 Calories /jour**

*Académie américaine de Pédiatrie, 2001*

**Quantités quotidiennes de boissons consommées par les enfants en France**  
*Enquête INCA - 1999*



**LE RESTE ?**

# États Unis

- **NHANES III** 1988-1994
  - N = 4069
  - Corrélation consommation d'énergie – temps de TV
    - R = 0.26 garçons
    - R = 0.43 filles
  - Supplément de consommation (< 1h vs > 5 h de TV/j)
    - ns garçons
    - 175 kCal filles

*Crespo J et al Arch Pediatr Adolesc Med 2001;155:360-65*

# France

- filles = 796                      garçons = 786
- 2000                                  Cours élémentaire 1
- **Sport**
  - **diminué chez les filles obèses (35 vs 64 %)**
  - **Garçons : ns (70 %)**
- **Temps de TV**
  - **augmenté chez les garçons obèses ( $2.5 \pm 1.2$  h vs  $2.1 \pm 1.2$  h,  $p < 0.002$ )**

*Castelbon K, Rolland Cachera MF et al, ADELFA, 2002*

# France

- N = 3437      2001      6 ème Bas Rhin
- **L'activité physique structurée est corrélée**
- *chez les filles*
  - à l'activité sédentaire ( $p = 0.04$ )
  - *De façon négative* à la consommation de boissons sucrées et de chips
- *chez les garçons et les filles*
  - À la consommation de fruits et légumes
- **L'activité sédentaire est corrélée**
  - Dans les 2 sexes à la consommation de boissons sucrées et de chips ( $p < 0.0001$ )

*Klein Palat et al, Nutr Clin Metab, 2002;16 (suplt1): 18 S*

# Composition des repas servis en restauration scolaire et sécurité des aliments

## B0 spécial n°9 du 28 juin 2001

### Education nutritionnelle et éducation au goût

- « l'école ne peut elle seule assurer l'équilibre nutritionnel des enfants »
- « *Le goût s'apprend* »

### Recommandation générales

- utilisation de produits basiques simples;
- produits transformés: composition ++
- formation des responsables des achats
- peu de MG à la cuisson
- peu salé
- boisson à table: eau
- *mettre à disposition des distributeurs d'eau réfrigérée qui devront être préférés aux distributeurs de boissons sucrées*

# Conclusions

- **Les goûts n'évoluent**
  - Ni seuls
  - Ni par hasard
- **Le rôle de l'éducation du goût est fondamental**