

Plaisir sensoriel et marketing des portions alimentaires : quelles stratégies gagnant-gagnant pour le plaisir et la santé ?

Face à la crise d'obésité, les autorités publiques ont majoritairement préconisé des solutions fondées sur des messages sanitaires. En complément, d'autres solutions, axées sur une meilleure compréhension du plaisir alimentaire, sont aussi envisageables. Des recherches montrent en effet que les consommateurs qui valorisent les dimensions esthétiques et sensorielles de l'alimentation tendent à préférer des portions alimentaires plus modérées. De même, l'« imagerie sensorielle » incite les consommateurs à choisir des portions plus restreintes. Une meilleure intégration du plaisir sensoriel dans le marketing alimentaire permettrait donc de concilier la santé des consommateurs et les impératifs économiques de l'industrie.

Ces quarante dernières années, la taille des portions alimentaires au restaurant, en supermarché, et à la maison, s'est accrue considérablement, contribuant à la crise d'obésité dans la plupart des pays développés (Nestlé, 2013)¹. Afin d'inciter les consommateurs à choisir des aliments moins gras et moins sucrés, mais également des portions plus restreintes, la plupart des autorités publiques ont privilégié des approches fondées sur la nutrition, tels des messages indiquant qu'une alimentation excessive, trop grasse et trop sucrée, est associée à des risques de diabète et de maladies cardiovasculaires. Les autorités publiques ont également privilégié l'affichage nutritionnel sur les emballages de produits vendus en commerce, ainsi que dans les restaurants de chaîne.

Sans remettre en cause la nécessité de ces approches nutritionnelles, des recherches récentes (Cornil & Chandon, 2016 et 2018) montrent qu'il existe des approches alternatives pour encourager les consommateurs à choisir des portions alimentaires plus modérées, fondées sur une meilleure compréhension du plaisir de l'alimentation. Ces travaux essaient ainsi de comprendre quel rôle le plaisir de manger peut jouer pour une alimentation plus saine et modérée, et à développer des interventions qui pourraient compléter, voire se substituer aux approches traditionnelles tel l'affichage nutritionnel.

Cette note présente les principaux enseignements de ces travaux. Une première partie identifie les deux principaux types de plaisirs alimentaires (« viscéraux » et « épicuriens »), et étudie leurs liens avec le choix des portions alimentaires. Une deuxième partie s'interroge sur les politiques publiques susceptibles de favoriser la modération, en décrivant une intervention inspirée des recherches sur la pleine conscience alimentaire : en plaçant l'expérience sensorielle au cœur des décisions alimentaires, l'imagerie sensorielle incite les mangeurs à choisir de leur plein gré les portions raisonnables qui leur procurent le plus de plaisir.

1. Deux types de plaisirs alimentaires : plaisir épicurien vs plaisir viscéral

Deux types de plaisirs alimentaires peuvent être distingués (plaisir viscéral et plaisir épicurien), dont les incidences sur les choix de portions alimentaires sont étudiées.

On appelle « plaisir viscéral » le sous-produit de la satisfaction des besoins physiologiques de manger, ainsi que des besoins psychologiques déclenchés par l'environnement alimentaire. La notion de « plaisir alimentaire viscéral » trouve son origine dans les travaux sur la physiologie alimentaire de Brillat-Savarin (1841), et plus récemment de Cabanac (1971). D'un point

de vue purement physiologique, le plaisir s'inscrit dans un modèle homéostatique de l'alimentation, dans lequel le plaisir de manger est intense lorsque l'on a faim (une incitation à continuer à manger), et s'affaiblit lorsque l'on est rassasié (une incitation à s'arrêter de manger). Cependant, dans les sociétés modernes où la nourriture est accessible en abondance, la faim et la satiété n'ont plus qu'une incidence marginale sur la consommation alimentaire. D'autres facteurs « viscéraux », davantage psychologiques que physiologiques, influencent le plaisir et la recherche de plaisir alimentaire. Même chez des individus rassasiés, la simple vue, l'odeur ou le goût d'aliments-plaisir peut déclencher une envie viscérale et irréfléchie de manger (une envie qui ressemble à la faim mais ne l'est qu'en apparence) ; c'est ce que l'on appelle *l'alimentation externe* (van Strien, Frijters, Bergers & Defares, 1986). De nombreux travaux ont démontré que les tendances individuelles à l'alimentation externe sont liées aux circuits neuronaux du plaisir et de la récompense, et qu'elles prédisent des tendances à la suralimentation et au surpoids (Berridge, 2009 ; Plassmann, O'Doherty & Rangel, 2010 ; Schachter & Rodin, 1974 ; van Strien *et al.*, 1986). D'autres recherches recommandent d'ailleurs de supprimer les stimuli « tentants » de l'environnement

1. Les références bibliographiques se trouvent en page 4.

alimentaire afin d'aider les consommateurs à réguler cognitivement leurs appétits (Evers, Stok & de Ridder, 2010 ; Giuliani, Calcott & Berkman, 2013).

À cette conception viscérale du plaisir alimentaire, s'oppose une conception épicurienne. Cette dichotomie des plaisirs alimentaires a été arguée maintes fois, de la philosophie antique d'Épicure à la psychologie moderne de Paul Rozin (Alba & Williams, 2013 ; Brillat-Savarin, 1841 ; Dube & Le Bel, 2003 ; Duncker, 1941 ; Korsmeyer, 1999 ; Rozin, 1999). Ce plaisir alimentaire épicurien émane de l'expérience sensorielle alimentaire et des représentations culturelles et symboliques associées à l'alimentation. À l'opposé du plaisir viscéral, qui peut se résumer à la simple valence de la satisfaction d'un besoin (un peu comme si le plaisir pouvait s'abstraire de sa source, et que chaque source de plaisir était substituable), le plaisir épicurien est un plaisir « différencié » : chaque source de plaisir alimentaire apporte une expérience gustative et symbolique contrastée. Notons que traditionnellement, le goût était considéré comme un sens viscéral, « animal », « inférieur » à l'ouïe ou la vision, qui permettent d'apprécier la musique et la peinture, et ce n'est qu'à partir du XIX^e siècle, avec le développement de la gastronomie et des arts culinaires, que le plaisir gustatif est devenu une « sensation réfléchie », indépendante de la faim, une « expression de la civilisation » (Brillat-Savarin, 1841 ; Korsmeyer, 1999).

Plusieurs études ont été menées, afin de mesurer les tendances individuelles à rechercher le plaisir viscéral ou le plaisir épicurien, et d'évaluer si ces tendances individuelles sont corrélées aux choix de portions alimentaires. Dans une première étude publiée dans la revue *Appetite* (Cornil & Chandon, 2016b), nous avons développé deux échelles, l'une mesurant les tendances individuelles à préférer les grandes tailles de portions alimentaires, et l'autre mesurant les tendances individuelles à rechercher le plaisir alimentaire épicurien. Ces échelles sont composées d'affirmations mesurées sur des échelles de Likert ancrées de 1 (tout-à-fait en désaccord) à 7 (tout-à-fait d'accord) (voir tableau 1). Ces échelles ont été distribuées à 250 participants américains, membres du panel en ligne Amazon Mechanical Turk. En plus de ces deux nouvelles échelles, ont également été mesurées les tendances individuelles à rechercher le plaisir alimentaire viscéral, à l'aide de l'échelle d'alimentation externe (van Strien *et al.*, 1986). Cette échelle est composée de 10 questions, telles que : « Quand vous voyez

Tableau 1 - Échelles de la recherche de plaisir alimentaire épicurien et de préférences pour les grandes tailles de portions alimentaires.

Recherche de plaisir alimentaire épicurien	Préférences pour les grandes tailles de portions alimentaires
Si j'essaie, je peux imaginer clairement et facilement le goût de nombreux plats.	J'aimerais souvent pouvoir choisir des portions plus petites au restaurant (R).
Mes amis disent de moi que je suis un gourmet. La cuisine est un art majeur, tout comme la musique ou la peinture.	Les portions des plats servis dans les bistros et les restaurants sont devenues trop importantes (R).
J'aime discuter du goût des aliments avec mes amis.	Une portion normale de nourriture me paraît toujours insuffisante pour me satisfaire.
Il y a beaucoup de beauté dans la nourriture.	C'est important que la quantité de nourriture dans mon assiette corresponde au prix payé.
Je peux facilement trouver les mots pour décrire le goût de nombreux aliments.	Même quand j'ai faim, je préfère une petite quantité aux saveurs intenses plutôt qu'une plus grande quantité fade (R).
J'apprécie l'aspect visuel, l'arôme, le goût et la texture en bouche des aliments davantage que la moyenne des gens.	Un repas entièrement composé de petits plats me procure moins de plaisir.

Note. (R) signifie que la codification doit être inversée.
Source : Cornil and Chandon (2016b)

ou vous sentez quelque chose d'appétissant, l'envie vous prend-elle de manger ? ».

Nous avons trouvé que les tendances individuelles au plaisir viscéral (« alimentation externe »), sont positivement corrélées à la préférence pour les grandes tailles de portion, ce qui est cohérent avec les précédentes recherches sur ce thème. À l'opposé, les tendances individuelles au plaisir épicurien sont négativement corrélées avec les préférences pour les grandes tailles de portion. En d'autres termes, les « mangeurs épicuriens », qui favorisent la qualité sensorielle, esthétique et symbolique de l'alimentation, tendent à préférer des tailles de portion plus modérées, suggérant donc que le plaisir peut être l'allié d'une alimentation modérée. D'autres études (Cornil, Chandon & Touati, 2018), ont trouvé les mêmes résultats avec des échantillons de population plus larges (panel de 759 consommateurs américains), et une culture alimentaire différente (panel de 1302 consommateurs québécois).

Qu'en est-il des déterminants sociologiques ? Dans l'ensemble des études menées, les « mangeurs viscéraux » (c'est-à-dire les consommateurs avec un score d'alimentation externe élevé) sont généralement plus jeunes et moins diplômés (mais pas forcément plus modestes en termes de revenus). Quant aux « mangeurs épicuriens », ils ont tendance à être plus jeunes (tout comme les mangeurs viscéraux), mais sont également plus féminins, et ne sont pas forcément plus diplômés ni plus aisés. En effet, le score « épicurien » n'est corrélé à l'éducation (mesurée par le plus haut niveau de diplôme obtenu) dans aucun des panels de consommateurs, et n'est significativement corrélé aux revenus du foyer que dans le panel

de consommateurs québécois, mais pas dans les panels américains.

2. Pourquoi le plaisir de manger peut favoriser la modération : imagerie sensorielle et prédiction du rassasiement

L'observation de corrélations entre plaisir épicurien et préférence pour les portions modérées appelle à développer des interventions, fondées sur cette notion de plaisir épicurien, et qui pourraient causalement inciter au choix de petites portions. Ainsi, Cornil et Chandon (2016a), tentent de répondre à cette question : comment inciter les consommateurs à choisir, mais également à préférer, des tailles de portions alimentaires plus petites ? La plupart des actions des pouvoirs publics, visant à encourager les consommateurs à manger moins et mieux (messages sanitaires, affichage des calories), se sont révélées d'une efficacité contestable. Elles ont aussi pour conséquence de réduire les attentes de plaisir des consommateurs, d'où la difficulté d'aligner les impératifs de santé avec le plaisir de manger ainsi qu'avec les intérêts économiques de l'industrie. L'objectif était donc de chercher à démontrer qu'il est possible d'inciter les consommateurs à anticiper davantage de plaisir des petites portions, et donc à choisir de plus petites portions par plaisir, sans « coût hédonique » pour eux, et sans perte économique pour les producteurs et restaurateurs.

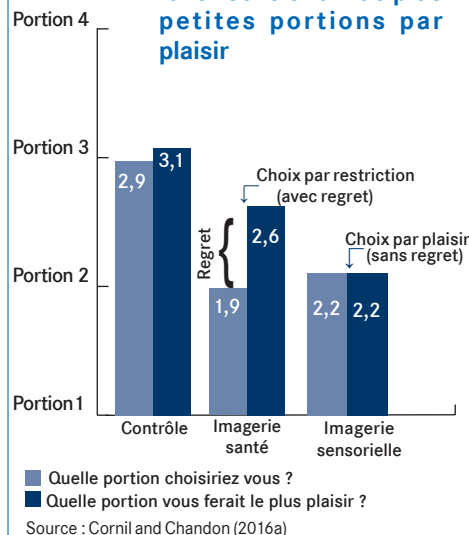
Cela passe par l'« imagerie multisensorielle » du plaisir alimentaire, une nouvelle intervention inspirée des recherches en *eating mindfulness* (« pleine-conscience alimentaire »), et qui peut être

appliquée simplement et dans de nombreux contextes de consommation. L'imagerie multisensorielle consiste à imaginer pendant quelques dizaines de secondes (ou simuler mentalement) le goût, les arômes, les textures des aliments avant de choisir une taille de portion. Dans cinq études expérimentales, nous avons démontré auprès de participants adultes et enfants, français et américains, que l'imagerie multisensorielle incite les consommateurs à choisir des portions alimentaires plus petites, tout en anticipant davantage de plaisir. Cette intervention augmente l'attrait hédonique des petites portions, car elle pousse les consommateurs à choisir les portions alimentaires non pas en fonction de leur sensation de faim (en général largement surestimée et déclenchée par des facteurs environnementaux indépendamment des besoins réels d'énergie), ou en fonction du rapport quantité-prix (favorisant généralement les larges portions), mais en fonction du plaisir sensoriel qu'ils anticipent. En effet, l'imagerie multisensorielle aide les consommateurs à mieux prédire et à davantage prendre en compte le fait que le plaisir sensoriel atteint son niveau maximum lors des premières bouchées, et diminue lors des bouchées suivantes (un phénomène physiologique appelé « rassasiement sensoriel spécifique »).

L'une de nos études démontre que l'imagerie multisensorielle est efficace chez des enfants français de cinq ans, sous forme de jeu à l'école. Après s'être amusés à imaginer le goût, les arômes, les textures des aliments, les enfants choisissaient par eux-mêmes des tailles de brownies et de boissons sucrées plus petites pour leur goûter, par rapport à une condition de contrôle. Cette étude auprès d'enfants s'inscrivait dans le cadre d'une tentative de modification durable de leurs comportements, dans la mesure où les habitudes et préférences alimentaires se forment très tôt chez l'individu, lors des premières expériences de socialisation alimentaire.

Les effets de l'imagerie multisensorielle ont également été démontrés sur une population adulte, afin de mieux comprendre les anticipations de plaisir et les motifs de choix de tailles de portions. Les participantes (toutes des femmes françaises, âgées de 20 à 30 ans) étaient assignées aléatoirement à trois conditions expérimentales : une condition d'imagerie sensorielle (dans laquelle les participantes étaient amenées à imaginer les goûts, saveurs et textures en bouche d'aliments-plaisirs), une condition d'imagerie « santé » (dans laquelle les participantes se focalisaient sur les

Figure 1 - L'imagerie sensorielle favorise le choix de plus petites portions par plaisir



conséquences potentiellement néfastes de l'alimentation-plaisir sur la santé ou la prise de poids), ainsi qu'une condition de contrôle. L'inclusion de la condition d'imagerie santé était destinée à comparer cette intervention, fondée sur le plaisir sensoriel, à une approche sous-tendue par de nombreux messages publics, associant l'alimentation aux risques sanitaires. Après l'activité d'imagerie, cinq parts de gâteau de tailles différentes ont été montrées aux participantes, et il leur a été demandé d'évaluer chacune de ces parts en termes de plaisir anticipé, puis de choisir une part pour consommation immédiate. Les participantes assignées aux conditions d'imagerie sensorielle et d'imagerie santé tendaient à choisir des parts plus petites

que les participantes du groupe de contrôle. Néanmoins, elles différaient dans leurs anticipations de plaisir. Les participantes de la condition d'imagerie santé choisissaient des petites portions, même si elles anticipaient davantage de plaisir sur des portions plus grandes. En d'autres termes, elles se restreignaient et elles choisissaient des petites portions avec regret, malgré leurs attentes de plaisir (ce que nous appelons un « coût hédonique »). Les participantes de la condition d'imagerie sensorielle, quant à elles, choisissaient des petites portions, tout en anticipant davantage de plaisir sur ces petites portions. En d'autres termes, elles choisissaient des petites portions en ligne avec leurs attentes de plaisir, donc sans regret ou coût hédonique. Ces résultats sont présentés en figure 1.

Des résultats similaires ont été obtenus auprès d'échantillons de population américaine, suggérant que l'efficacité de l'imagerie sensorielle sur les choix de portions peut se généraliser à différentes cultures alimentaires. Dans l'ensemble, ces recherches démontrent que l'imagerie sensorielle permet de mieux anticiper les effets du rassasiement sensoriel spécifique, c'est-à-dire de mieux prendre en compte le fait que le plaisir sensoriel ne croît pas avec la quantité, et que des portions alimentaires de taille raisonnable apportent au moins autant – voire davantage – de plaisir que de plus grandes portions.

Reste à savoir comment mettre en pratique ces divers enseignements. C'est l'objet de recherches en cours, qui étudient comment

Encadré 1 : Marquage sensoriel et menus des restaurants

Le « marquage sensoriel » (*sensory labeling*) consiste à accentuer les descriptions sensorielles et esthétiques des aliments sur le menu des restaurants. Dans une étude expérimentale récente (non publiée) menée dans un restaurant français, de type brasserie, les participants ont été aléatoirement assignés à trois conditions expérimentales. Dans une condition « marquage sensoriel », les participants ont reçu un menu décrivant chaque plat avec des détails multisensoriels appuyés (goûts, arômes, textures). Dans une condition « affichage nutritionnel », les participants ont reçu un menu avec exactement les mêmes plats, mais décrits de manière plus succincte et avec des informations sur la teneur en calorie et en gras de chaque plat. Enfin, dans une condition de contrôle, les participants ont reçu un menu avec les plats décrits de manière succincte. Dans ce restaurant expérimental, les clients avaient l'opportunité de choisir leurs tailles de portions. Les participants assignés aux conditions « marquage sensoriel » et « affichage nutritionnel » tendaient à choisir des portions alimentaires plus petites, et donc à consommer moins par rapport aux participants du groupe de contrôle. À la fin du repas, il a été demandé aux participants quel prix ils jugeaient juste, pour le repas qu'ils avaient consommé. Bien qu'ayant consommé moins que les participants du groupe de contrôle, les participants de la condition « marquage sensoriel » étaient davantage satisfaits et estimaient que leur repas méritait un prix plus élevé. À l'opposé, les participants de la condition « affichage nutritionnel » étaient moins satisfaits et estimaient que leur repas méritait un moindre prix. Ainsi, le marquage sensoriel est une application directe de nos précédentes études sur les tendances épicuriennes et l'imagerie sensorielle : ce marquage incite les consommateurs à choisir de plus petites portions, tout en étant davantage satisfaits, montrant à nouveau qu'il est possible d'associer plaisir des consommateurs, santé et impératifs commerciaux des restaurateurs.

développer une alternative « plaisir » aux messages santé et à l’affichage nutritionnel, en particulier dans les restaurants (encadré 1).

*

Plusieurs recherches récentes montrent que les tendances individuelles à valoriser le plaisir alimentaire épicurien, et donc les qualités sensorielles et esthétiques des aliments, sont associées à des préférences pour les tailles de portions alimentaires modérées. De même, la pratique de l’imagerie sensorielle, c’est-à-dire l’imagination des qualités multisensorielles des aliments, est causalement associée à des préférences pour les portions modérées.

Plus généralement, nos recherches suggèrent que le plaisir sensoriel alimentaire doit être une composante essentielle d’un système d’alimentation plus durable. Ces résultats font largement écho à des recherches

précédentes, notamment celles de Paul Rozin (Rozin, 2005), démontrant que les tailles de portions alimentaires sont plus petites, et le taux d’obésité plus faible, dans les pays disposant d’une culture alimentaire axée sur le plaisir (par exemple France, Japon ou Corée du Sud). Savoir anticiper et apprécier les dimensions esthétiques, symboliques et multi-sensorielles de l’alimentation (le goût, les arômes, la texture) – et non pas uniquement son pouvoir rassasiant – est une des composantes essentielles d’une culture alimentaire fondée sur les plaisirs.

Pourtant, cette culture est menacée par l’accélération des rythmes de vie, qui pousse à se focaliser uniquement sur les aspects utilitaires de l’alimentation (rapidité, coût), sans considération pour le plaisir des sens. Cette culture est également menacée par la diffusion d’un discours sanitaire,

principalement d’origine américaine, qui ignore que le plaisir sensoriel est une composante essentielle d’une alimentation saine et modérée. Le plaisir alimentaire peut, et doit être intégré dans les mesures prises par les pouvoirs publics pour combattre la crise d’obésité. Il doit également être une partie essentielle des stratégies marketing des industriels de l’agroalimentaire, qui peuvent trouver là un moyen de concilier la santé et la satisfaction des consommateurs, avec leurs impératifs commerciaux, en adoptant un modèle économique fondé sur une production alimentaire plus qualitative que quantitative.

Yann Cornil

Maître de conférences en marketing
University of British Columbia,
Vancouver, Canada

Références

- Alba J. W., Williams E. F., 2013, « Pleasure principles: A review of research on hedonic consumption », *Journal of Consumer Psychology*, 23(1), 2-18.
- Berridge K. C., 2009, « ‘Liking’ and ‘wanting’ food rewards: Brain substrates and roles in eating disorders », *Physiology and Behavior*, 97(5), 537-550.
- Brillat-Savarin J. A., 1841, *Physiologie du goût*, Charpentier.
- Cabanac M., 1971, « Physiological role of pleasure », *Science*, 173(4002), 1103-1107.
- Cornil Y., Chandon P., 2016a, « Pleasure as a Substitute for Size: How Multisensory Imagery Can Make People Happier with Smaller Food Portions », *Journal of Marketing Research*, 53(5), 847-864.
- Cornil Y., Chandon P., 2016b, « Pleasure as an ally of healthy eating? Contrasting visceral and Epicurean eating pleasure and their association with portion size preferences and wellbeing », *Appetite*, 104, 52-59.
- Cornil Y., Chandon P. & Touati N., 2018, « Plaisir épicurien, plaisir viscéral et préférence de tailles de portions alimentaires », *Cahiers de Nutrition et de Diététique*, 53(2), 77-85.
- Dube L., Le Bel J., 2003, « The content and structure of laypeople's concept of pleasure », *Cognition & Emotion*, 17(2), 263-295. doi: Doi 10.1080/02699930244000309
- Duncker K., 1941, « On pleasure, emotion, and striving », *Philosophy and Phenomenological Research*, 1, 391-430.
- Evers C., Stok M. F. & de Ridder D. T. D., 2010, « Feeding Your Feelings: Emotion Regulation Strategies and Emotional Eating », *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(6), 792-804.
- Giuliani N. R., Calcott R. D. & Berkman E. T., 2013, « Piece of Cake. Cognitive Reappraisal of Food Craving », *Appetite*, 64, 56-61.
- Korsmeyer C., 1999, *Making Sense of Taste: Taste, Food, and Philosophy*, Cornell University Press.
- Plassmann H., O’Doherty J. P. & Rangel A., 2010, « Appetitive and aversive goal values are encoded in the medial orbitofrontal cortex at the time of decision making », *The Journal of neuroscience*, 30(32), 10799-10808.
- Rozin P., 1999, « Preadaptation and the puzzles and properties of pleasure », in D. Kahneman, E. Diener & A. Schwartz (Eds.), *Well being: The foundations of hedonic psychology* (pp. 109-133). New York: Russell Sage.
- Rozin P., 2005, « The Meaning of Food in Our Lives: A Cross-Cultural Perspective on Eating and Well-Being », *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 37(Supplement 2), S107-S112.
- Schachter S., Rodin J., 1974, *Obese humans and rats*, Lawrence Erlbaum.
- van Strien T., Frijters J. E. R., Bergers G. P. A. & Defares P. B., 1986, « The Dutch Eating Behavior Questionnaire (DEBQ) for assessment of restrained, emotional, and external eating behavior », *International Journal of Eating Disorders*, 5(2), 295-315.