

FACILEAT4ALL—PROMOUVOIR UNE MEILLEURE ALIMENTATION VIA LE NUMÉRIQUE

INRA Aliss : C. Adamiec, F. Régnier —FACE : M. Drouault, M. Kotlarevsky Maia—Chaire ANCA : M. Dugré

Février 2019 - Aliss Notes 6

UNE RECHERCHE-INTERVENTION : CONTEXTE

À l'heure du numérique, les transformations économiques et sociales liées à l'usage des nouvelles technologies par le grand public émergent comme questions prioritaires. Dans un contexte de croissantes inégalités, la nécessité de mettre en œuvre une méthode innovante de sensibilisation à une meilleure alimentation s'est imposée.

Afin de promouvoir une alimentation saine et durable en milieu modeste, le projet Facileat4All a eu pour objectif de développer un programme de sensibilisation à une meilleure alimentation par l'intermédiaire d'un outil numérique axé sur le culinaire et sur le plaisir.

L'outil Facileat a été développé afin de répondre à un quadruple constat :

- les difficultés des campagnes d'information traditionnelles à toucher les milieux populaires
- Les moindres consommations de fruits et légumes en milieu modeste
- La récente promotion des légumes secs par le PNNS
- Les réticences des catégories populaires à l'égard des outils numériques « nutrition ».

Nous présentons ici le dispositif Facileat, sa conception, les usages et les perceptions de cet outil par les publics concernés, les leviers et les freins à la promotion d'une alimentation plus saine.

FACECOOK, LES ORIGINES

FacilEat4All vient poursuivre et développer le projet « Facecook-Mieux consommer », projet de sensibilisation à l'alimentation-santé à destination des populations précaires des centres sociaux de la ville de Trappes.

L'expérience avait conduit à la création d'une application numérique fondée sur un micro-réseau social.

Le bilan du dispositif Facecook avait mis en lumière :

- L'importance des freins techniques liés au développement d'une application mobile
- La nécessité de cibler les populations modestes au sens large, et non pas uniquement précaires

LES PARTENAIRES

Le projet Facileat4All a rassemblé trois équipes partenaires, qui ont permis d'associer recherche et intervention :

- L'unité INRA Aliss : au sein de l'INRA, premier institut de recherche agronomique en Europe, Aliss possède une expertise dans le domaine du comportement du consommateur.
- La Fondation Agir contre l'Exclusion, reconnue d'utilité publique, dont la vocation est de favoriser l'engagement social et sociétal des entreprises.
- La CHAIRE ANCA (Aliment Nutrition Comportement Alimentaire), chaire partenariale d'AgroParisTech, a pour vocation de sensibiliser le plus grand nombre à une alimentation saine et durable.

METTES DE L'ART DANS VOTRE ASSIETTE
Les légumes, pas appétissants ?



VOTRE DÉFI !
Prouvez-nous le contraire en partageant la plus belle photo d'un plat à base de légumes !

LE GAGNANT SERA :
La personne qui proposera la photo la plus appétissante.

ALISS

FACE
Les entreprises contre l'exclusion

INRA
ALIMENTATION
AGRICULTURE
ENVIRONNEMENT

FONDATION
agroParisTech Chaire ANCA

université
PARIS-SACLAY

Correspondance : faustine.regnier@inra.fr

Cette recherche a bénéficié d'un financement de Ferrero et de la DRIAFF, dans le cadre d'une convention de recherche



LE PROGRAMME FACILEAT : LEVIERS DE SENSIBILISATION A UNE ALIMENTATION PLUS SAINES

Innovant et ludique, Facileat vient tester l'approche culinaire et les réseaux sociaux, comme leviers pour faire évoluer durablement les comportements alimentaires.

Composé de 6 défis à relever individuellement, entre amis ou en famille, il a pour but de donner les clés d'une alimentation simple, saine et savoureuse au quotidien. Durant toute la durée du programme, des informations courtes, ludiques et pratiques sont proposées aux utilisateurs afin de les aider à relever les défis.

Dans le cadre de ce projet, le programme s'est déroulé entre le 16 avril et le 6 juillet 2018.

L'accès au programme a été possible :

- Via Facebook, au sein d'un groupe dédié « Facileat4All »
- Via le site internet : <https://facileat.fondationface.org>

Fiche recette
SOUPE LENTILLE CORAIL LAIT COCO

INGRÉDIENTS :	MODE D'EMPLOI :
300g de lentilles corail	1 Émincer l'ail et l'oignon, et les faire revenir dans un fond d'huile d'olive dans une grande casserole pendant 3-4 minutes
1 boîte de tomate pelées	2 Ajouter ensuite les lentilles, les tomates pelées, un bouillon cube et un litre d'eau, puis laisser cuire à feu moyen (petite ébullition) pendant une vingtaine de minutes
un bouillon cube	3 Une fois les lentilles cuites, compléter avec le lait de coco. Rallonger avec de l'eau si ce n'est pas assez liquide
un oignon	4 Passer ensuite un léger coup de mixeur ou laisser tel quel, saupoudrer de coriandre et servir
une gousse d'ail	
20cl de lait de coco	
sel / poivre	
huile d'olive	
coriandre (optionnel)	

SALE
4 PERS
-15 MIN
ÇA VA ÊTRE SUCCULENT...

UN PROGRAMME PEDAGOGIQUE

C'est la Chaire ANCA qui a mis au point ce programme pédagogique de sensibilisation à une alimentation saine et durable.

Sur la base des focus groups et de l'enquête pré-intervention de l'INRA, le programme et l'outil numérique ont été co-construits. Le programme, visant l'augmentation de la consommation de fruits et légumes, de légumes secs, et la lutte contre les idées reçues sur ces deux catégories d'aliments, a été décomposé en deux axes :

- un axe « information » visant à apporter des connaissances de manière simple et ludique via des informations courtes et à déconstruire les idées reçues en matière de nutrition et d'alimentation
- un axe « pratique » visant à inciter à cuisiner via les défis collectifs, lancés de manière bi-mensuelle, et apporter des conseils pratiques pour choisir, conserver et préparer ses aliments.



RECRUTEMENT ET MOBILISATION DES PARTICIPANTS

Au sein du projet, FACE a assuré le recrutement, la mobilisation et le suivi des participants. Plusieurs clubs d'entreprises FACE ont été sélectionnés : FACE Grand-Lyon, FACE Loire, FACE Seine Saint-Denis, FACE Val de Marne.

Les participants ont été mobilisés notamment parmi des personnes accompagnées directement dans le cadre de projets d'insertion sociale ou professionnelle, et / ou par des partenaires locaux, par exemple les Restos du cœur et une structure d'insertion par l'activité économique du secteur de la restauration, en région parisienne. Le panel était constitué de deux catégories : des foyers considérés comme « modestes » car à faible revenus, et des foyers moins modestes, particulièrement désireux de participer au programme.

Au total, 119 individus ont été mobilisés, permettant

- La conduite de l'enquête de terrain pré-intervention pour saisir les représentations d'une alimentation riche en fruits et légumes et en légumes secs, et évaluer la familiarité et l'acceptabilité du numérique en milieu modeste
- La mise en place des focus-groups de co-construction
- La participation au programme FaciEat sur 3 mois (avril à juillet 2018)
- La conduite de l'enquête post-intervention pour déterminer les usages, et les perceptions de l'outil et du programme.

Pendant le déroulement du programme, les clubs FACE, relais de terrain, ont mis en œuvre des événements, permettant l'animation du programme. Ateliers, visites de terrain, discussions collectives ont permis la mobilisation des participants.

AUDIENCES ET USAGES DE FACILEAT



Le programme FaciEat en quelques chiffres

TOTAL **f29** abonnés dont 16 actifs*
 *ayant "liké" ou commenté au moins une fois

240 likes **100** commentaires

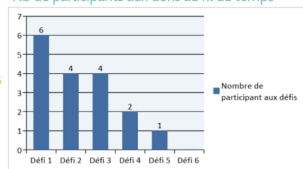
AU FIL DU TEMPS

Diminution de la participation

★ Peu de membres
 ★ Pas d'effets de groupe

Témoignage
 "Je trouve ça dommage que ça bouge aussi peu sur le groupe, du côté des participants"

Nb de participants aux défis au fil du temps



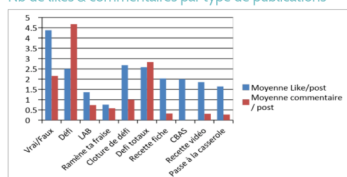
115 publications, soit entre 1-2 posts / jour

23% Taux d'engagement moyen / post

Publication « call to action » génèrent + d'engagement

- ★ VRAI/FAUX
- ★ DEFIN

Nb de likes & commentaires par type de publications



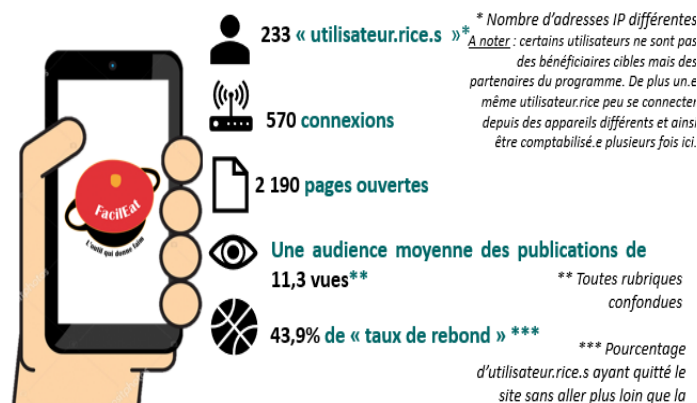
partage spontané de photos de plats

Chaire ANCA



Le site web FaciEat en chiffres c'est

Données comptabilisées entre Avril et Août 2018



Les rubriques « défis » et « fiches recettes » ont été les plus consultées sur le site
 Le taux d'adhésion s'avère modeste : la recherche post-intervention a cherché à expliquer les freins, mais aussi les leviers, à l'utilisation de l'outil.



PERCEPTIONS ET APPROPRIATIONS DE FACILEAT

L'équipe de sociologues de l'INRA a été chargée des enquêtes de terrain pré- et post-intervention, afin de tirer les enseignements de l'expérimentation.

Soixante-et-un entretiens approfondis et 13 questionnaires ont été conduits et analysés. Les résultats montrent les leviers et les freins à l'utilisation de cet outil.

Caractéristiques de l'échantillon

Sexe	Individus (n)
Hommes	16
Femmes	45
Catégorie sociale	
Catégories modestes intégr	28
Précaires	19
Catégories intermédiaires	14
Lieu de recrutement	
Région parisienne	31
Province	30
Total	61

« On sait parler bien français, on sait écrire, mais, il y a des choses qu'on a du mal à décrypter »

« Les applis Cuisine, ça peut donner des idées »

Des freins ont été identifiés : les éléments du statut social engagent des freins techniques, une moindre maîtrise des nouvelles technologies, une moindre aisance à s'engager en ligne. Les différences sociales viennent accroître les différences entre sexes, les femmes combinant isolement social et moindres utilisations des outils.

A l'inverse, plusieurs leviers possibles ont été mis en évidence : l'intégration sociale et la présence active d'intermédiaires culturels, la présence d'enfants à la fois relais du numérique et motivations à « bien manger », la recherche de nouveaux savoirs en matière d'alimentation santé constituent autant de leviers favorisant l'usage d'outils numériques axés sur la cuisine.

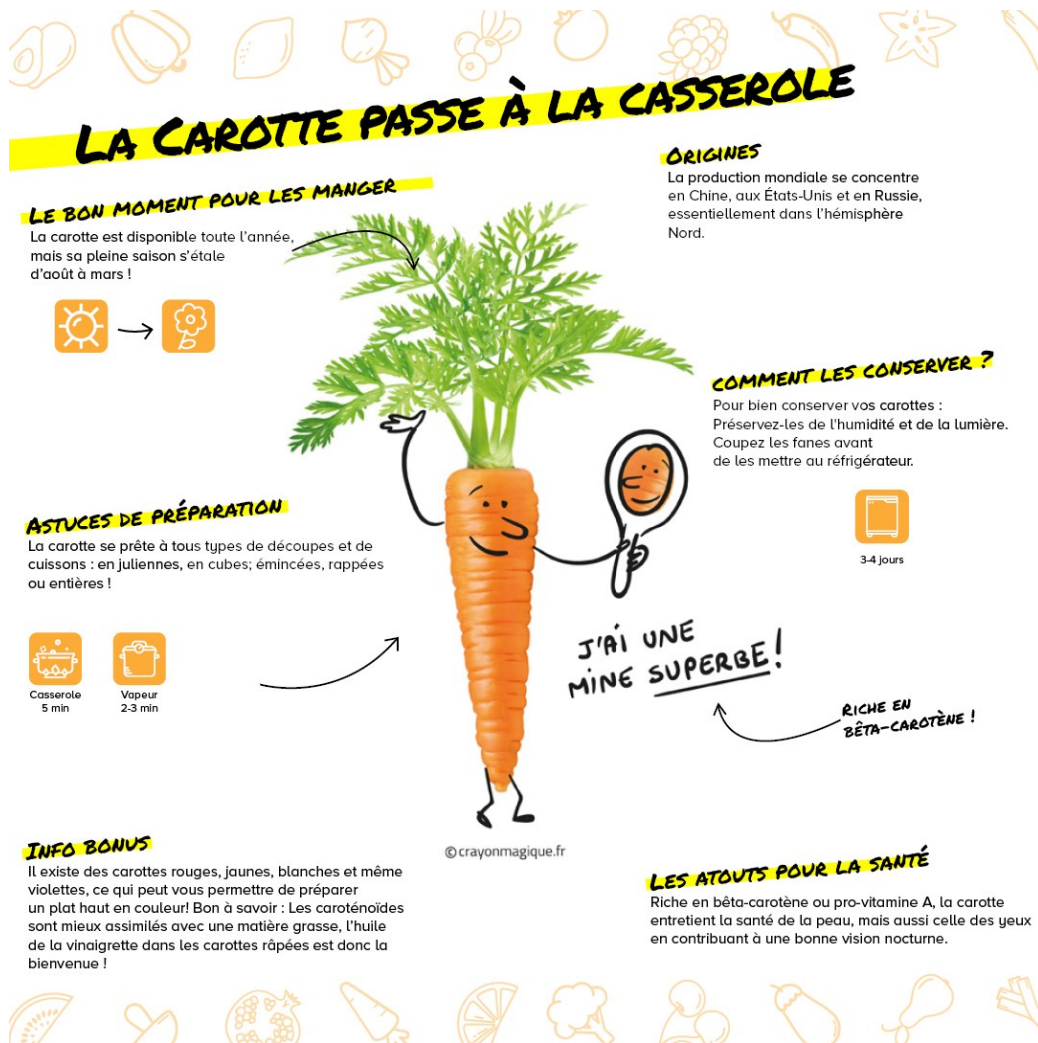
Les individus les mieux intégrés des catégories modestes ont davantage adhéré à l'outil FacilEat : ils l'ont perçu et utilisé comme un vecteur d'acquisition de savoirs et de savoirs-faire en matière d'alimentation. Les individus les moins bien intégrés socialement ont adhéré au projet, moins à l'outil. Mais la mise en place du programme a entraîné des effets positifs, plus invisibles, en termes d'intégration sociale et de sensibilisation au domaine de l'alimentation.

CONCLUSION

Le projet FacilEat4All a permis de concevoir, tester et évaluer un outil ludique et pratique, axé sur le plaisir et le culinaire, à destination des catégories modeste. Son but était d'informer et de sensibiliser des milieux sociaux peu réceptifs aux campagnes « alimentation-santé ».

Les participants ont diversement adhéré au programme, en fonction de leurs attentes et de leurs contraintes. Les effets positifs ont été explicitement décrits par les participants, ou ont été plus invisibles, mais importants en termes d'intégration sociale et de sensibilisation à l'alimentation.

Le livre blanc de recommandations issues du projet a conduit les partenaires à énoncer des pistes et des propositions, relatives : au format de l'outil, à son adaptation à la population-cible, au niveau de connaissances de chacun, et à ses possibilités de déploiement.



POUR ALLER PLUS LOIN

Le site FacilEat : <https://facileat.fondationface.org>

La chaire ANCA : <https://chaire-anca.org/>

La Fondation FACE : <https://www.fondationface.org/>

Régner, F., Adamiec, C., Drouault, M., Kotlaresky Maia, M., Dugré, M. (2018). *FacilEat4all - Rapport final*.
<https://prodinra.inra.fr/record/449732>

Régner, F., Dugré, M., Darcel, N., Adamiec, C. (2018). Providing a Smart Healthy Diet for the Low-Income Population: Qualitative Study on the Usage and Perception of a Designed Cooking App. *JMIR mHealth and uHealth*, 6 (11 /23, November, 2018) , e11176. , DOI : 10.2196/11176