

13^{ème} Colloque Chaire Unesco Alimentations du Monde – 2 février 2024
Mangez Jeunesse !

Réseaux sociaux et pratiques alimentaires des jeunes

Pascale EZAN

Professeure des universités en sciences de gestion

Université Le Havre Normandie – NIMEC

pascale.ezan@univ-lehavre.fr



 **healthyclemsy** • Abonné(e)
Valence, Rhone-Alpes, France

J'ai pu faire des cookies, encore des cookies mais aussi un dhal et je termine avec des falafels que j'apprécie beaucoup. Je vous transmets d'ailleurs la recette ci-dessous.

• Pour 10 généreux falafels
• 265g de pois chiches cuits
• 2cs de purée de sésame
• 30 40g de farine de pois chiches
• 1 gousse d'ail
• 1 poignée de persil frais
• 1/2cc de sel
• 1/2 cc de cumin
Cuisson 25min 180°
Accompagner d'une sauce au yaourt, citron et miel 🍯

J'espère que vous allez bien et je vous souhaite une douce journée.

 Aimé par **meglndr** et
2 533 autres personnes

IL Y A 6 JOURS

Ajouter un commentaire... [Publier](#)

Quel est le rôle des réseaux sociaux dans les pratiques alimentaires des jeunes ?

Quels sont les atouts et les risques des réseaux sociaux dans la promotion d'une alimentation saine pour les jeunes ?

Alimentation des jeunes et réseaux sociaux

La courbe des repères

Programme National Nutrition Santé

Activité physique : au moins 30 minutes par jour en une ou plusieurs fois

Céréales et dérivés à chaque repas selon l'appétit

Fruits et légumes Au moins 5 par jour

Produits laitiers 3 par jour

Viande, poisson, œuf 1 à 2 fois par jour

Matières grasses ajoutées Produits sucrés

à limiter

grasses, sucres et sel cachés

eau à volonté

www.mangerbouger.fr

Vitamines, minéraux, fibres...
Frais, en conserve ou surgelés,
crus, cuits, en compote, en jus...

des fruits et
des légumes
chaque jour
votre santé adore...

Tous à table !

Constat n°1 :
Les réseaux sociaux ont envahi
le quotidien des jeunes

Quelques chiffres (2023)

Le quatuor gagnant : Youtube/Instagram/Snapchat/Tik Tok

Temps passé sur les réseaux sociaux en moyenne chez les 15-24 ans :
2h19 minutes par jour soit **61 %** de leur navigation quotidienne sur internet

Temps passé par semaine sur :

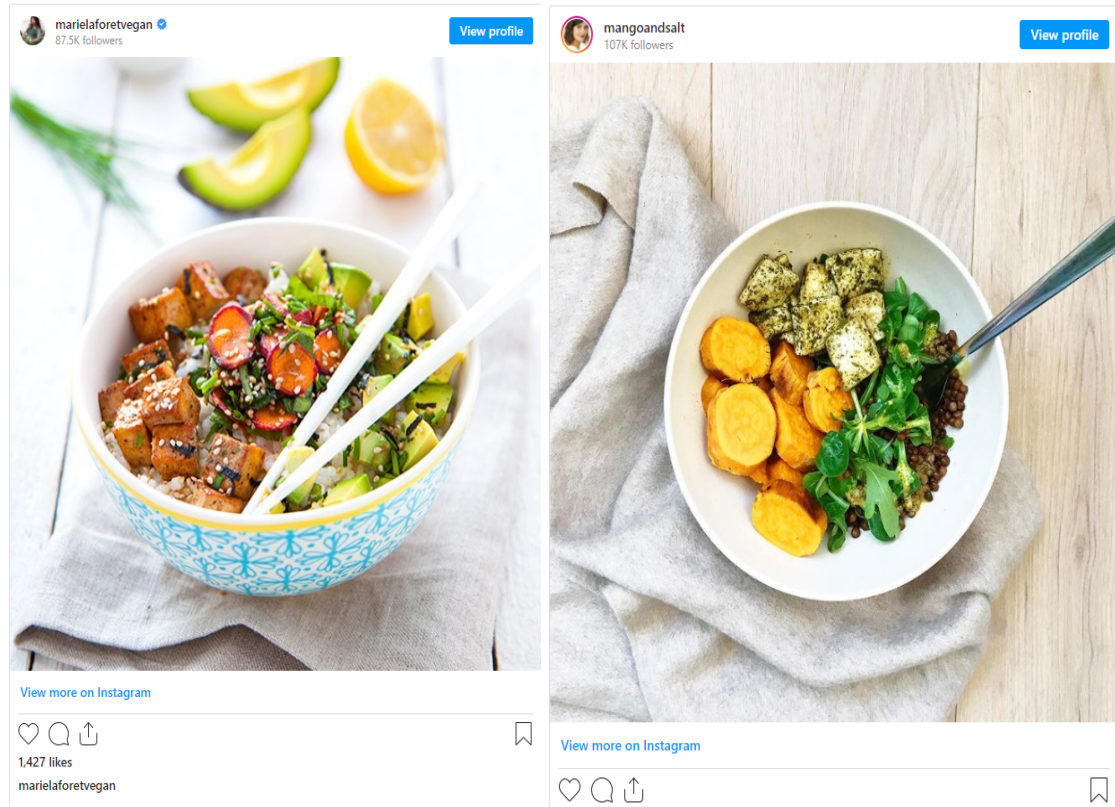
Tik Tok : **21h24**

Youtube : **11h42**

Instagram : **8h36**

80 % des moins de 24 sont sur Snapchat et **78 %** sur Tik tok

Alimentation et réseaux sociaux

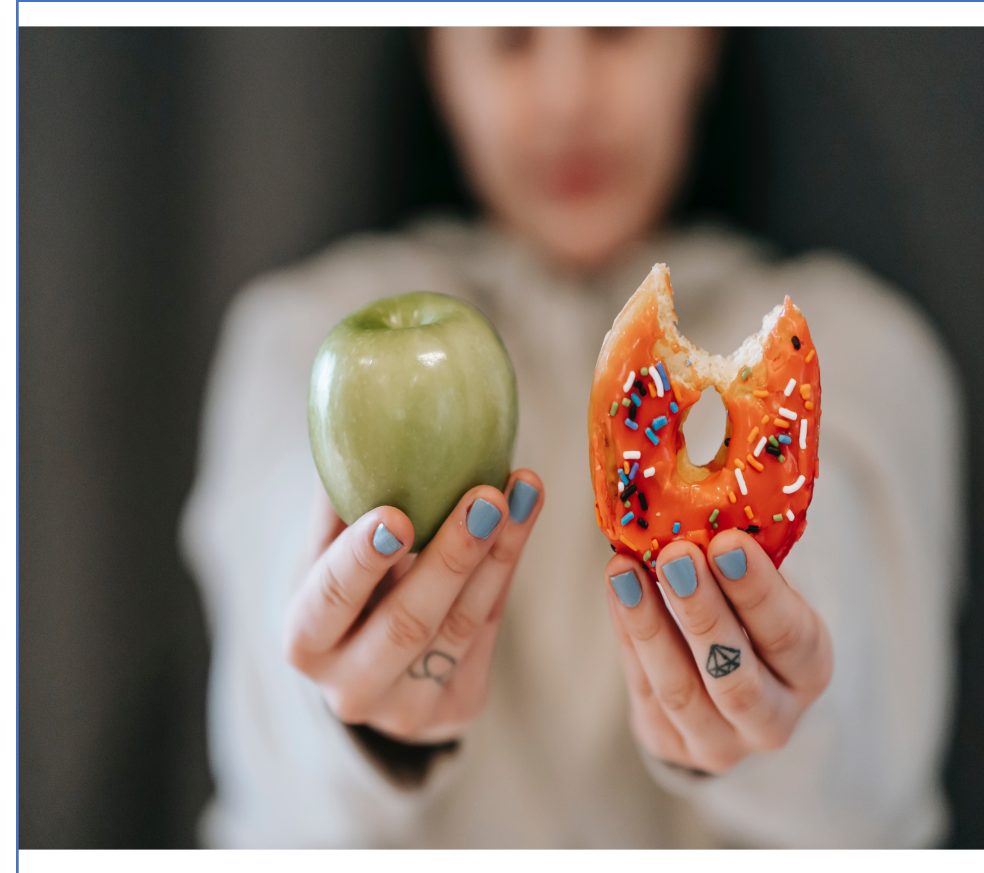


Constat n°2 :
L'alimentation : une thématique plébiscitée par les jeunes sur les réseaux sociaux

Une source de divertissement

Les réseaux sociaux : des supports de télé-réalité

- Le scroll pour occuper son temps libre— ne pas rester passifs
- Des rendez-vous quotidiens avec des créateurs de contenus
- Présence de challenges en phase avec les aspirations des jeunes
- Des trends décalés qui créent des effervescences collectives
- Des mises en scène inédites pour parler alimentation
- Le recours à l'humour



Une source d'information

Une convergence des informations qui rassurent

- Effets des algorithmes et des bulles de filtre
- Des représentations du manger sain similaires par effets de mimétisme
- Des informations en phase avec les recommandations de santé publique (Manger/Bouger)
- Une prise en compte des contraintes (temps – argent – compétences culinaires...)
- Des conseils pratiques validées par des témoignages



Une source d'inspiration

Le beau et le faire pour promouvoir le bon

- Une valorisation de l'agentivité des créateurs de contenus
- La mise en scène d'une créativité culinaire
- Des assiettes esthétisées proches de créations artistiques
« *instagrammables* »
- Une valorisation de l'expérience vécue : « *si je le fais tu peux le faire* ».



Une source de motivation

Un levier pour changer ses pratiques

- Mise en scène d'un parcours à suivre pour adopter une alimentation saine (accompagnement comportemental)
- Exposition de l'alimentation comme une première étape pour changer son quotidien vers un mode de vie sain
- Valorisation d'un circuit de récompenses (alimentation saine, apparence corporelle, estime de soi et image sociale)



Alimentation et réseaux sociaux



 biendansmonslip • [S'abonner](#) ...

 biendansmonslip C'EST EN LIGNE !
Notre ebook « JE SUIS HEALTHY et confiné » écrit avec @makemehealthy_bypowerdiet est dispo sur mon blog. Un ebook gratuit pour vous accompagner dans une hygiène de vie saine. Conseils, astuces, recettes, menu de la semaine, sport... Je commence le programme aujourd'hui, direction les courses et cette semaine je cuisinerai avec vous et parfois en live 🙌🙏 #restezchezvous

5 h

 mathilde_c_06 Impossible de le télécharger depuis un Samsung 🙄

 Aimé par lucile_in_wonderland et 2 673 autres personnes

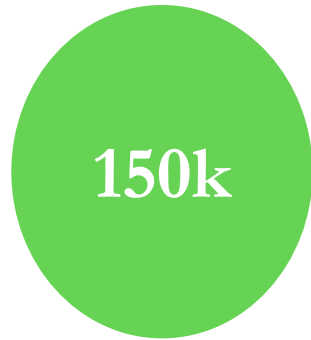
IL Y A 5 HEURES

Ajouter un commentaire... [Publier](#)

Constat n°3

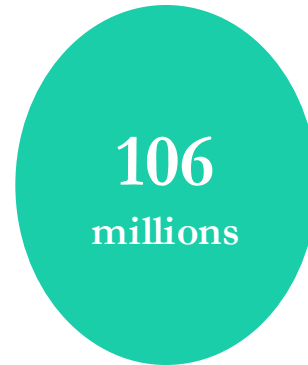
Les influenceurs sont des figures d'autorité pour parler « alimentation » sur les réseaux sociaux

Les influenceurs : acteurs des réseaux sociaux



Nombre d'influenceurs en France tous sujets confondus.

17 millions d'influenceurs dans le monde aujourd'hui.



Nombre de posts « healthy » répertoriés sur Instagram.



Différentes typologies d'influenceurs en fonction du :

- Nombre de posts publiés
- Nombre d'abonnés
- Taux d'engagement

De leur profil (célébrités/créateurs de contenus/ambassadeurs)

Le rôle clé des influenceurs

Une communication horizontale : vecteur de légitimité

- Rôle de modèle « accessible » (des professionnels et des « amateurs-passionnés »)
- Des contenus centrés sur des préoccupations partagées (le food mais pas que...)
- Une proximité sociale avec la communauté soigneusement entretenue
- Une interaction avec et entre abonnés encouragée voire stimulée
- Des liens « authentiques » en mode conversation
- Un ton non moralisateur (décalé, bienveillant...)

« Pourquoi je suis des influenceurs alimentaires ? »



3 critères d'adhésions spécifiques

(1) L'expertise

numérique, thématique, sociale

(2) La personnalité

authenticité, proximité sociale

(3) La nature des contenus

expérience vécue/intimité

Un processus d'influence en 2 temps



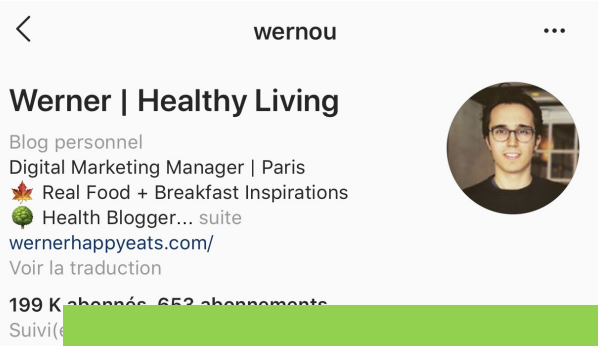
Temps 1- Abonnement à de nombreux comptes sans sélectivité

- Consommation de divertissement => phénomène d'intériorisation des normes dans mémoire implicite
- Boucle d'habitudes -> *scroll* automatique -> influence implicite
- Théorie de la simple exposition

Temps 2 : Puis désabonnement progressif et fidélité

- Conservation des influenceurs ayant réussi à se « distinguer »
- Fidélité aux comptes qui activent les leviers de la communication persuasive

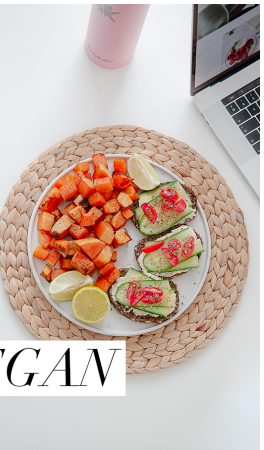
*Une influence implicite non conscientisée
par les jeunes adultes*



Les réseaux sociaux : opportunités ou risques ?



lucilewoodward
3 553 publications
Lucile Woodward
Sport | Nutrition | Wellness
Programmes de remise en
#bodybylucile • #revelezv
youtu.be/XGvSsgFyqRc



WHAT I EAT / VEGAN

Les atouts des réseaux sociaux

Une sensibilisation au bien manger

Des relais de l'action publique

- Des contenus amplifiant les messages institutionnels
- Un renforcement de la littératie alimentaire : mise en valeur des savoirs et savoir-faire
- Un accroissement du sentiment d'auto-efficacité (confiance en soi)
- Des soutiens collectifs à changer son alimentation

Des mises en pratiques favorisant la reproduction

- Promotion du faire soi-même
- Valorisation du plaisir alimentaire
- Découverte de nouvelles saveurs et de nouveaux produits à intégrer dans le répertoire alimentaire

Des incitations à des pratiques « risquées »

Promotion d'un moralisme alimentaire/de normes corporelles

La promotion de repas peu équilibrés

- Proposition de menus « trop végétaux »
- Mauvaise répartition glucides/protéines/lipides
- Promotion de compléments alimentaires le plus souvent inutiles
- Primauté accordée à l'esthétisme des visuels au détriment de repas équilibrés

Un désir de minceur sous-jacent sans jamais évoquer « les régimes amaigrissants »

- Des repas trop peu caloriques
- Des portions très réduites au regard des besoins
- Des astuces coupe-faim
- Des recettes traditionnelles revisitées avec moins de calories
- Des discours récurrents sur une satiété rapidement obtenue
- Le sucre comme récompense à un effort (promotion de l'activité physique intensive)