



HAL
open science

CONTRIBUTIONS DE L'APPLICATION NUTRITIONNELLE YUKA À LA LITTERATIE ALIMENTAIRE DES ETUDIANTS

Ezan Pascale, C. Rouen-Mallet, Hoellard Emilie, Maxime David, Stéphane
Mallet, Marina Ferreira da Silva

► **To cite this version:**

Ezan Pascale, C. Rouen-Mallet, Hoellard Emilie, Maxime David, Stéphane Mallet, et al.. CONTRIBUTIONS DE L'APPLICATION NUTRITIONNELLE YUKA À LA LITTERATIE ALIMENTAIRE DES ETUDIANTS. Congrès international de l'Association Française de Marketing, May 2022, Tunis, Tunisie. hal-04536491

HAL Id: hal-04536491

<https://hal.science/hal-04536491>

Submitted on 8 Apr 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

CONTRIBUTIONS DE L'APPLICATION NUTRITIONNELLE YUKA À LA LITTÉRATURE
ALIMENTAIRE DES ÉTUDIANTS

EZAN PASCALE
Professeur des Universités
NIMEC – Université Le Havre Normandie
pascale.ezan@univ-lehavre.fr

FERREIRA DA SILVA MARINA
Maitre de Conférences
NIMEC – Université Le Havre Normandie
marina.ferreira-da-silva@univ-lehavre.fr

HOELLARD EMILIE
Maitre de Conférences
NIMEC – Université le Havre Normandie
emilie.hoellard@univ-lehavre.fr

MALLET STEPHANE
Maitre de Conférences
NIMEC- Université de Rouen
stephane.mallet@univ-rouen.fr

ROUEN-MALLET CAROLINE
NIMEC – Université de Rouen
caroline.rouen-mallet@univ-rouen.fr

MAXIME DAVID
Docteur en Sciences de Gestion
NIMEC – Université le Havre Normandie
maxime222david@gmail.com

CONTRIBUTIONS DE L'APPLICATION NUTRITIONNELLE YUKA À LA LITTÉRATIE ALIMENTAIRE DES ETUDIANTS

Résumé :

Les applications nutritionnelles en matière alimentaire ont pris une place de plus en plus importante dans le quotidien des consommateurs, en apportant une information simple pour mieux connaître la qualité des produits et favoriser des prises de décisions perçues comme optimales. Cette recherche interroge le rôle de Yuka, application leader en France, dans les comportements alimentaires de la population étudiante, et questionne sur leur montée en compétences alimentaires. L'analyse de 25 entretiens semi-directifs souligne que l'application leur apporte des connaissances qui leur permettent de développer des compétences dans la sélection et la consommation d'aliments plus sains pour la santé. Néanmoins, elle engendre une ambivalence des comportements liée à l'arbitrage entre plaisir et injonction à bien manger, qui tend à compromettre les compétences acquises dans le domaine alimentaire.

Mots-clés :

« applications nutritionnelles » ; « alimentation » ; « étudiants » ; « littératie alimentaire », « santé »

CONTRIBUTIONS OF FOOD APP YUKA TO STUDENTS FOOD LITERACY

Abstract:

Nutritional applications for food have become increasingly important in the daily lives of consumers, providing simple information to better understand the quality of products and promote decisions that are perceived as optimal. This research examines the role of Yuka, the leading application in France, in the food behaviors of the student population, and questions their rise in food skills. The analysis of 25 semi-directive interviews highlights that the application provides them with knowledge that allows them to develop skills in selecting and consuming healthier foods. Nevertheless, it generates an ambivalence of behaviors linked to the trade-off between pleasure and the injunction to eat well, which tends to compromise the skills acquired in the food domain.

Keywords:

« nutrition applications » ; « food » ; « students » ; « foodliteracy » ; « health »

Introduction

Depuis plusieurs années, un déficit de confiance envers les grands acteurs du secteur alimentaire s'est installé chez les consommateurs. Cette méfiance accrue fait notamment suite à la médiatisation de différents scandales alimentaires (lasagnes à la viande de cheval, poulet à la dioxine, salmonelle dans le lait infantile...) qui ont entaché la perception de la qualité des denrées et ont suscité de nombreuses interrogations sur la traçabilité de l'offre alimentaire. Ce climat anxieux, conjugué à une cacophonie nutritionnelle entre médias et pouvoirs publics ont engendré une exigence d'informations précises et une vigilance accrue des individus qui souhaitent reprendre en main leur consommation (Fischler, 2001). Aussi, si le risque alimentaire n'a jamais été aussi faible, l'inquiétude et le sentiment d'insécurité grandissant chez le consommateur final l'amènent à mettre en place différentes stratégies effectives de résolution du risque perçu en matière d'alimentation (Bergadaà et Urien, 2006). Si les individus peuvent réduire leur risque nutritionnel par le biais des étiquetages nutritionnels, de labels délivrés par des tiers de confiance ou encore du Nutri-Score, ils se tournent également de plus en plus vers des acteurs nouveaux issus du numérique. Ces derniers sont en capacité de leur délivrer des informations inédites afin de limiter le risque perçu et de faire des choix alimentaires éclairés pour mieux manger. Dans ce contexte, les applications nutritionnelles constituent une ressource mobilisée par les consommateurs qui cherchent à réduire une asymétrie d'informations perçue entre eux et les marques alimentaires en relayant le profil nutritionnel des produits : ainsi, 33% des Français utilisent ou ont déjà utilisé une application de ce type¹. Diverses études montrent qu'elles ont un impact dans le quotidien des consommateurs, confrontés à un hyper choix en leur donnant le sentiment de mieux contrôler leur consommation. Toutefois, à notre connaissance, il n'existe pas de travaux académiques qui concernent spécifiquement les jeunes alors que 26% d'entre eux sont utilisateurs d'applications nutritionnelles¹ et qu'ils sont sensibles aux bienfaits d'une alimentation saine (David et Ezan, 2018). Cette recherche a pour objectif d'étudier les usages de l'application Yuka chez les étudiants, une population cible de nombreuses actions de prévention en matière nutritionnelle. Elle vise à initier un questionnement sur ses impacts sur leur littératie alimentaire et à examiner la contribution de cette application à l'adoption d'une alimentation saine.

Applications nutritionnelles et littératie alimentaire

Applications nutritionnelles et alimentation saine. Hypocrate affirmait que « l'alimentation doit être ta première médecine ». Si cette injonction a traversé les époques, la surinformation portée par une prise de parole régulière des pouvoirs publics et des médias a sans doute favorisé une prise de conscience accrue des risques d'une mauvaise alimentation sur la santé, et a contribué depuis quelques années à réactualiser une attente forte des consommateurs vis à vis du manger sain (Adamiec, 2016). Les jeunes adultes ont grandi avec les messages du Programme National Nutrition Santé (PNNS) et ont été sensibilisés très tôt aux recommandations nutritionnelles formulées, même si celles-ci ne sont pas toujours respectées (Verfay et Wilhem, 2018). Considérée comme à risque en matière de comportements alimentaires (Gourmelen et al., 2020), cette génération a pourtant pris conscience que l'alimentation était non seulement un vecteur de bonne santé et de bien-être mais qu'elle était aussi un vecteur d'intégration sociale au regard des conséquences induites sur l'image corporelle (Sadoun et al., 2021). La crise sanitaire est venue renforcer cette prise de conscience de l'importance de l'alimentation comme levier pour une bonne santé, 37% des 18-24 ans déclarant avoir pris la décision de veiller davantage à avoir une alimentation

¹ Etude IFOP 2019 : « usage et impact des applications alimentaires sur l'alimentation des Français »

équilibrée suite au premier confinement². Dans ce contexte, les jeunes consommateurs, adeptes du numérique, sont amenés à se tourner vers les réseaux sociaux pour obtenir et partager des informations destinées à changer leurs comportements alimentaires (David et Ezan, 2021). Les applications nutritionnelles font également partie de l'éventail des ressources numériques mobilisées par les jeunes pour adopter une alimentation saine. Les travaux académiques sont encore peu nombreux pour évaluer l'impact de l'utilisation de ces applications sur les modifications des habitudes alimentaires. Vanheems (2020) a montré comment l'application Yuka redéfinit les prises de décision sur le lieu de vente : elle permet aux consommateurs de mieux acheter et suscite un sentiment important d'*empowerment*, mais aussi des émotions négatives qui peuvent rejaillir sur le capital marque ou le capital enseigne. De même, Gurviez et al. (2021) mettent en lumière le rôle de l'application pour l'amélioration des pratiques et du bien-être alimentaire des familles défavorisées. Pour Bezançon et al. (2020), Yuka ne contribue que partiellement au bien-être alimentaire, mais elle a pour avantage de simplifier le traitement de l'information et la prise de décision. En revanche, le rôle des applications dans l'accroissement des connaissances et leur influence sur les comportements de consommation alimentaires des jeunes n'a pas encore été examiné.

Littératie alimentaire et alimentation saine. Nommée une première fois en 2001 par la chercheuse Kolasa, la *food literacy* a fait l'objet d'un grand nombre de publications, notamment depuis 2015. Même si sa définition exacte ne fait pas consensus (Truman et al., 2017), la majorité des chercheurs s'entendent sur le fait qu'elle englobe non seulement l'ensemble des compétences culinaires et des connaissances en matière d'alimentation et de nutrition, mais également un certain nombre d'attitudes et de perceptions (comme le sentiment d'auto-efficacité) en plus d'être directement influencée par le contexte social et le système alimentaire. Pour Vidgen et Gallegos (2014, p.54) «*la littératie alimentaire repose sur la capacité des individus, des foyers, des communautés ou des nations à protéger et renforcer la qualité de leur alimentation au fil du temps. Elle se compose d'un ensemble de connaissances, d'habiletés et de comportements interdépendants qui déterminent la qualité et la quantité des aliments consommés*». La littératie alimentaire englobe ainsi quatre grandes catégories de compétences liées à l'alimentation : 1/ savoir planifier les repas, 2/ savoir sélectionner les aliments afin de composer des repas équilibrés, 3/ savoir préparer les aliments, 4/ savoir les consommer dans des quantités, proportions et conditions adéquates pour sa santé (Annexe 1). La littératie alimentaire suppose donc une relation positive avec les aliments, établie à partir d'expériences sociales, mais aussi culturelles et environnementales, qui vont permettre aux individus de prendre des décisions favorables pour leur santé (Cullen et al., 2015). Ainsi, Poelman et al. (2018) montrent au travers de l'élaboration d'une échelle de mesure que les individus qui disposent d'une bonne littératie alimentaire présentent un meilleur contrôle de leurs choix alimentaires et sont plus enclins à consommer des produits sains. Si des applications nutritionnelles sont lancées pour aider les consommateurs à former leurs choix et que certaines d'entre elles sont recommandées par les professionnels de santé (cf. Journées Francophones de Nutrition, 2021), il n'y a pas, à notre connaissance, de contributions académiques qui se sont penchées sur le rôle que peuvent jouer ces outils numériques sur la littératie alimentaire des jeunes adultes.

Méthodologie mise en œuvre

L'étude empirique se concentre sur Yuka, application nutritionnelle la plus connue et la plus utilisée en France (étude Ifop 2019). Depuis son lancement en 2017, elle connaît un franc succès auprès des consommateurs, avec près de 25 millions de téléchargements.

² Etude IFOP 2020 : « Impact du confinement sur l'alimentation des Français(es) »

Collecte des données. Une approche qualitative a été mise en œuvre. Des entretiens semi-directifs ont été conduits auprès de 25 étudiants décohabitants de premier cycle en IUT (10 garçons et 15 filles, âgés de 18 à 21 ans), utilisateurs de Yuka (annexe 2), en respectant le principe de saturation sémantique. Le choix de cette population est légitimé par les travaux montrant que la plupart des primo-étudiants connaissent une phase de décohabitation qui bouscule leurs repères alimentaires (Gourmelen et al., 2019). En outre, ils sont en quête de nouveaux modèles nutritionnels prenant en compte leur statut et leurs besoins spécifiques (Sadoun et al., 2018). Enfin, adeptes du numérique, ils se positionnent en prescripteurs pour ceux qui restent étudier au sein de leur foyer (Durand-Mégret et al., 2016). Le guide d'entretien a abordé trois thématiques : leur alimentation quotidienne, leur utilisation de l'application, son rôle dans leurs connaissances et leurs compétences alimentaires. Les entretiens ont duré en moyenne 1 heure, ils ont été enregistrés puis intégralement retranscrits.

Analyse des données. Une analyse de contenu thématique des verbatims recueillis a été réalisée en utilisant le logiciel Nvivo 11. Le codage des données a été effectué sur la base d'une catégorisation définie par les quatre dimensions de la littérature alimentaire. Une fois l'information classée, nous avons procédé à un calcul de fréquences d'apparition des différentes catégories. Un encodage matriciel a permis de connaître le nombre de références pour chaque nœud et par répondant. Nous avons ainsi décelé les thèmes les plus récurrents à partir du nombre de références encodées. Cette analyse a fait l'objet d'une discussion entre chercheurs afin de faire converger les analyses issues du travail empirique.

Principaux résultats

Une aide à la planification de repas plus sains. Yuka est utilisé par de nombreux étudiants décohabitants dans la planification de leurs repas hebdomadaires. Ainsi, un arbitrage est opéré en magasin entre les préconisations de l'application et les différentes contraintes de l'étudiant (temps, budget, équipements disponibles...) : « *quand je fais les courses avec ma mère le week-end, il y a des plats cuisinés que je prends, moi je mange à l'IUT le midi, c'est pour réchauffer, on va scanner voir si c'est bon quand même, parce que j'ai pas envie de prendre des trucs trop médiocres* ». Yuka est dès lors considéré par ces étudiants comme un outil d'aide à la décision pour conserver les habitudes alimentaires « saines » transmises par les parents : « *ma mère elle est restauratrice, ce qui fait qu'elle m'a jamais habituée à manger des trucs en conserves, je vais au marché pour les légumes, les fruits et la viande pour la semaine, et le reste je vais au supermarché, et là je scanne à chaque fois que c'est un produit que je connais pas* ». Quand les ressources le permettent, ces étudiants vont préférer cuisiner eux-mêmes leurs repas, à partir de produits frais : « *j'achète rarement du surgelé tout ça, je préfère préparer moi-même* ». L'application apporte une réassurance à ses utilisateurs sur la pertinence de leurs choix et renforce leur estime de soi : « *quand j'avais tout scanné dans mon alimentation, j'étais super contente de voir que j'avais une bonne alimentation, que j'avais plus de vert que de orange ou de rouge, j'étais contente de moi* ». Pour d'autres étudiants, l'alimentation ne fait pas l'objet d'une planification : le contenu des différents repas n'est pas anticipé mais plutôt décidé sur le moment en fonction des ressources disponibles. Le recours à des plats tout-prêts est fréquent, par manque de temps, équipements ou compétences culinaires. Dans les périodes où les étudiants rentrent chez leurs parents, la planification et la préparation des repas semble être majoritairement laissée à la charge de ces derniers, perçus comme compétents pour leur assurer un bon équilibre alimentaire. Yuka n'est dès lors utilisé que pour les achats de produits hédoniques (boissons, biscuits...). Au contraire, l'application peut aussi avoir pour but chez certains jeunes de s'affranchir des mauvaises habitudes alimentaires familiales. Elle procure à l'étudiant une nouvelle compétence l'amenant à inciter ses proches à privilégier des produits plus sains, et peut parfois être imposée aux parents et

faire autorité sur ce qui peut ou ne doit pas être acheté: *« c'est pas qu'on mangeait mal, mais on faisait pas trop attention, ma mère après elle me disait arrête de scanner ça sert à rien, mais maintenant quand elle achète un produit pour moi elle sait qu'elle doit le scanner ».*

Un outil d'aide à une prise de décision alimentaire « éclairée ». L'application offre une information claire et ludique aux étudiants que les étiquettes, perçues comme complexes et illisibles, ne leur fournit pas : *« il y a tellement de trucs dans les produits que ça devient indéchiffrable parce qu'il y a tellement de termes qu'on comprend pas... moi je me réfère surtout au chiffre sur 100 et à la composition, aux défauts du produit ».* En ce sens, elle facilite le traitement de l'information et la prise de décision. Une utilisation routinière de l'application peut être observée, facilitée par son accessibilité sur smartphone, le scan devenant automatique pour l'achat de nouveaux produits : *« à chaque fois que c'est un produit que je connais pas, je scanne ».* Le score et le code couleur sont les principaux éléments consultés par les étudiants, puis la présence d'additifs, le taux de sucre, de sel et les calories. Cependant, si Yuka fournit des informations permettant aux étudiants de juger de la qualité des produits, leurs choix ne sont pas toujours cohérents avec les préconisations de l'application. En effet, les données fournies par Yuka semblent susciter trois types de réactions. Tout d'abord, le refus de consommer les produits perçus comme trop nocifs pour la santé : *« ça m'influence beaucoup sur ma décision, quand j'hésite sur un nouveau produit, je regarde, s'il est au moins bon je le prends, sinon je le prends pas ».* Dans ce cas, l'étudiant opte soit pour une alternative plus saine proposée par l'application, soit il renonce définitivement à l'achat du produit : *« j'ai dit non, j'arrête c'est vraiment pas bon je vais pas continuer à manger ça ».* Pour les produits « plaisir », régressifs ou destinés à une consommation festive, les étudiants ont plutôt tendance à réduire leur consommation : *« les chips Lay's j'ai diminué, je fais attention ».* En second lieu, ils peuvent également faire le choix de s'affranchir des recommandations formulées : *« j'ai envie de me faire plaisir, Yuka me dit que non, bah euh non ! ».* et vont même parfois jusqu'à ne pas scanner un produit qu'ils savent mauvais pour ne pas culpabiliser et avoir à renoncer à sa consommation : *« ces gâteaux je les aime vraiment bien donc je me dis le scan pas parce que tu vas trouver des choses que t'as pas envie de voir, tu sais que le résultat ne va pas te plaire et tu as envie de le manger ».* Des liens affectifs forts avec certaines marques semblent également justifier des comportements contraires à l'évaluation fournie par l'application : *« j'ai pas tout arrêté, par exemple le Coca, je sais que c'est pas bon du tout pour la santé, mais bon... ».* Enfin, les informations délivrées par Yuka semblent remettre en question les connaissances des étudiants en matière d'alimentation saine, rendant la frontière entre ce qui relève du bon et de la malbouffe plus poreuse : *« on est un peu surpris aussi, j'ai déjà scanné des chips et les chips étaient bonnes, c'est bizarre ! Des fois des salades composées, c'est pas si bon que ça finalement ».* Leur perception des produits issus de l'agriculture biologique a tendance à évoluer suite aux scans : *« avant le bio je faisais confiance ! C'est bon pour la santé, mais quand je vois que c'est mal noté je me dis comment ça se fait que c'est bio et mal noté ? ».*

Un outil pour mieux consommer. Les étudiants interrogés semblent avoir pris conscience de l'importance de l'alimentation sur leur santé et leur bien-être. Les messages véhiculés par les pouvoirs publics et les médias sont bien connus de tous : *« on entend partout que le sucre c'est pas bon pour la santé ».* Le téléchargement de Yuka vise à reprendre le contrôle de leur alimentation. Pour certains étudiants, l'application s'impose comme un outil de réassurance face aux nombreux scandales sanitaires et alimentaires surmédiatisés qui ont fait naître de nombreuses angoisses autour de l'alimentation: *« j'avais vu un reportage à la télé c'était des enfants qui sont tombés malades à cause de la viande ou le lait, et certains ont été handicapés, ça m'avait refroidi, je m'étais dit il y a tellement de trucs dans les produits ».* L'application permet de réduire la perception du risque nutritionnel en les alertant ou au

contraire en les rassurant sur la composition des produits. Pour d'autres, elle manifeste une volonté de prendre soin de sa santé sur le long terme et de celles de ses proches, en limitant le risque de consommer des substances qui pourraient favoriser l'apparition de maladies graves : *« je fais attention aux perturbateurs endocriniens parce que j'ai lu une étude dessus ça peut créer des cancers, il y en a pleins qui existent je me dis autant ne pas tenter »*. Des problèmes de santé dans l'entourage familial des étudiants apparaissent en effet souvent comme les déclencheurs d'une prise de conscience des risques liés à une mauvaise alimentation, et amènent à l'adoption rigoureuse de comportements orientés vers le manger sain : *« on est très génétiques au cancer, foie et intestins, donc c'est pour ça, faut qu'on fasse attention à ces choses-là, aux conservateurs, aux additifs, ça reste sur le corps »*. Enfin, indépendante des grandes marques, l'application répond à la méfiance croissante des jeunes à l'égard des discours publicitaires qui mettent en avant de multiples arguments santé : *« un produit qui fait beaucoup de pub je fais pas confiance, c'est beaucoup de marketing derrière, donc quand j'ai pas confiance je scanne »*. A ce titre, utilisée au cours des repas, elle suscite de longs échanges entre pairs ou avec la famille autour de la manipulation publicitaire : *« on va passer des heures à faire un débat, oui est ce que tu te rends compte de ça, la publicité comment elle nous matrix »*.

Discussion, limites et voies de recherches

L'adoption de l'application Yuka par les étudiants semble être légitimée par sa cohérence avec les pratiques et les attentes de cette génération. Confrontés à un monde dans lequel l'offre alimentaire se multiplie et se complexifie, elle leur offre une information instantanée, claire et transparente qu'ils plébiscitent, et s'inscrit dans la recherche d'un mode de vie plus sain. La grande majorité des étudiants interrogés ont pris conscience de l'importance de l'alimentation sur leur santé et leur bien-être, et souhaitent aller au-delà des allégations publicitaires des marques, dont ils se méfient (Brée, 2017). Si Yuka apporte des connaissances et compétences aux étudiants en matière d'alimentation, elle ne semble pas contribuer à une montée en compétences dans les quatre leviers de la littératie alimentaire (Vidgen et Gallegos, 2014). En effet, si l'application leur apporte un éclairage sur la composition des produits permettant de mieux choisir, beaucoup n'hésitent pas à s'affranchir de ses préconisations lorsque celles-ci ne sont pas conformes à leurs croyances ou qu'elles affectent la pertinence perçue de leurs choix alimentaires. En outre, de nombreux étudiants semblent encore peu impliqués dans la préparation de leurs repas : si la littératie alimentaire suppose de savoir choisir les aliments, elle implique aussi de les cuisiner soi-même. Enfin, Yuka n'apporte pas une vision holistique de l'alimentation : peu d'étudiants sont capables de déterminer les proportions et fréquences à laquelle les différents aliments devraient être consommés pour équilibrer leur apport alimentaire. Ce travail à caractère exploratoire demande à être consolidé avec des entretiens menés sur d'autres profils d'étudiants : non décohabitants, boursiers... En particulier, la précarité de la population étudiante, dénoncée lors de la crise sanitaire, invite à poursuivre les investigations empiriques en examinant le rôle que pourraient jouer des applications alimentaires pour apprendre à mieux manger, en prenant en compte leurs contraintes : budget restreint, compétences culinaires limitées, faible niveau d'équipement ménager... Enfin, la gouvernamentalité des jeunes consommateurs, utilisant ces ressources numériques visant à guider leurs actions et orienter leurs choix alimentaires pour *« manger équilibré »*, *« préserver la santé »*, *« être en forme »*, *« limiter les risques de cancer »* selon les préconisations des pouvoirs publics, pourrait être questionnée.

Références

- Adamiec C (2016) *Devenir sain : Des morales alimentaires aux écologies de soi*. Presses universitaires François Rabelais de Tours.
- Bergadaà M et Urien B (2006) Le risque alimentaire perçu comme risque vital de consommation. *Revue Française de Gestion* 2006 (3) : 127-144.
- Bezançon M, Le Borgne G et Morrongiello C (2020) When technology meets nutrition: do apps contribute to food well-being (FWB)? In: *36^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing*, mai 2020, Biarritz.
- Brée J (2017) La génération Z et les marques. In : Batat W. (ed) *Comprendre et séduire la génération Z, comportements de consommation et relations des post-millennials avec les marques*. Paris : Ellipses, pp. 103-120.
- Cullen T, Hatch J, Martin W, Higgins J, and Sheppard R (2015) Food Literacy : definition and framework for action. *Canadian Journal of Dietetic Practice and Research*, 76 (3) : 1-6.
- David M et Ezan P (2021) Appropriation du "manger sain" par les jeunes femmes sur les réseaux sociaux : le cas des vidéos Youtube "une journée dans mon assiette". In : *37^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing*, mai 2021, Angers.
- David M et Ezan P (2018) Contenus diffusés sur les médias sociaux et influence sur les comportements et la prise de risque alimentaires. In : *17^{èmes} journées normandes de recherches sur la consommation : société et consommation*, novembre 2018, Rouen.
- Durand-Mégret B, Ezan P et Vanheems R (2016) Vers une nouvelle manière de concevoir la compétence et le risque perçu de l'acheteur à l'ère du numérique, Le cas de l'adolescent au sein de sa famille. *Management et Avenir*, 83 (1) : 33-49.
- Fischler C (2001) *L'omnivore*. Odile Jacob, Paris.
- Gourmelen A, Rodhain A, et Masson J (2019) Comportement alimentaire des étudiants : effet de la décohabitation expliqué par la théorie du parcours de vie. In : *35^{ème} congrès de l'Association Française du Marketing*, Mai 2019, Le Havre.
- Gourmelen A, Rodhain A, Masson J, Garcia Granata K (2020) Promouvoir des pratiques alimentaires saines : des étudiants pour parler aux étudiants ? In : *Journées du Marketing Agroalimentaire de Montpellier*, Septembre 2020, Montpellier, France.
- Gurvies P, Mugel O, Seitre M (2021) Unfolding food literacy to improve food well-being: An exploratory study of the roles of the food app Yuka for modest to vulnerable families. In: *EMAC*, May 2021, Madrid.
- Poelman MP, Dijkstra SC, Sponselee H, Kamphuis C, Battjes-Fries M, Gillebaart M, and Seidell JC (2018) Towards the measurement of food literacy with respect to healthy eating: the development and validation of the self-perceived food literacy scale among an adult sample in the Netherlands. *International Journal of Behavior Nutrition and Physical Activity*, Jun 18, 15 (1) : 54.
- Sadoun L, Ezan P, Hémar-Nicolas V (2018) Les étudiants en transition : perceptions de la vie autonomie et pratiques alimentaires. In : *17th International Marketing Trends Conférence*, Janvier 2018, Paris.

Sadoun L, Ezan P, Hemar-Nicolas V (2021) Contributions du réseau social Instagram à une meilleure compréhension du bien-être alimentaire chez les étudiantes. In : 37^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing, mai 2021, Angers.

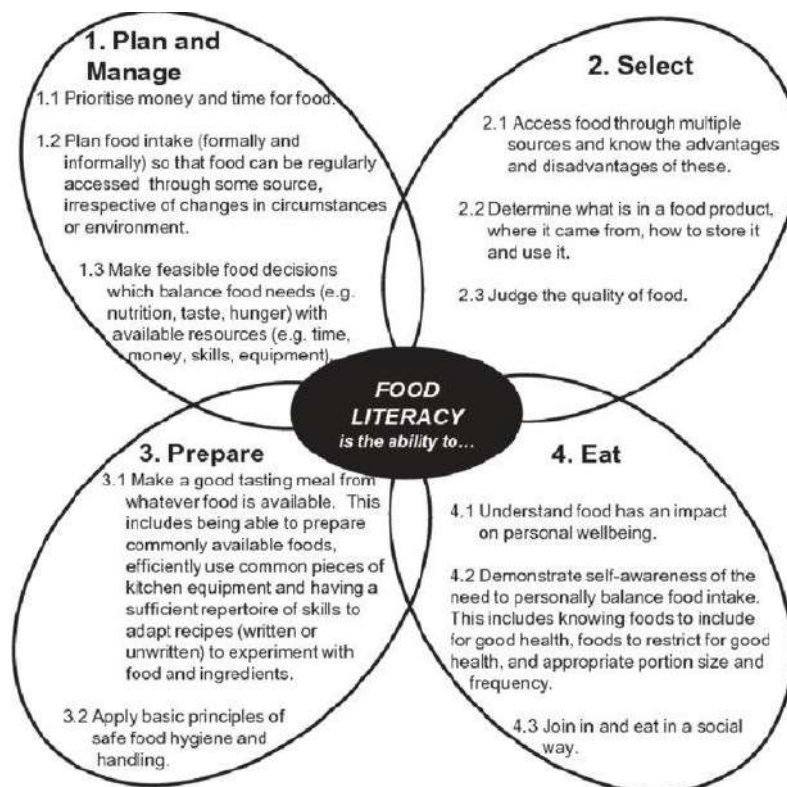
Truman E, Lane D, and Elliott C (2017) Defining food literacy : a scoping review. *Appetite*, 116 : 365-371.

Vanheems R (2020) Yuka a dit « ce produit, tu n'achèteras pas » ou comment les applications nutritionnelles transforment les courses et les clients. In : 23^{ème} colloque Etienne Thil, octobre 2020, Paris.

Verfay S et Wilhem MC (2018) Les jeunes et l'alimentation : mieux comprendre leurs motivations pour proposer des communications préventives plus efficaces. In : 4^{ème} journée internationale du marketing de la santé, Lille.

Vidgen HA, Gallegos D (2014) Defining food literacy and its components. *Appetite*, May;76:50-9.

Annexe 1 : Les 11 composantes de la littératie alimentaire (Vidgen et Gallegos, 2014, p.6)



Annexe 2. Profil des répondants

Genre	Age	Formation	Revenus
Femme	19 ans	DUT	Bourse + aide des parents

Femme	19 ans	DUT	Parents
Femme	18 ans	DUT	Bourse
Femme	18 ans	DUT	Bourse
Femme	20 ans	DUT	Parents
Femme	19 ans	DUT	Bourse
Homme	18 ans	DUT	Parents
Femme	20 ans	DUT	Bourse + travail intérimaire
Femme	21 ans	DUT	Job étudiant
Femme	18 ans	DUT	Parents
Femme	19 ans	DUT	Bourse
Femme	21 ans	Licence Professionnelle	Parents
Femme	20 ans	Licence Professionnelle	Parents
Homme	21 ans	Licence Professionnelle	Job étudiant
Homme	21 ans	Licence Professionnelle	Bourse
Homme	20 ans	DUT	Job étudiant
Femme	20 ans	Licence Professionnelle	Parents
Femme	18 ans	DUT	Job étudiant
Homme	19 ans	DUT	Bourse
Homme	18 ans	DUT	Bourse
Homme	19 ans	DUT	Parents
Femme	20 ans	Licence Professionnelle	Job étudiant
Homme	21 ans	Licence Professionnelle	Parents
Homme	18 ans	DUT	Parents
Homme	19 ans	DUT	Job étudiant