

Campagnes de promotion de la consommation de fruits et légumes : quels résultats et quelles perspectives ?

11 septembre 2014

Un article publié récemment dans la revue scientifique *Appetite* s'intéresse aux principales politiques menées, depuis plus d'une décennie, dans les pays développés et visant à augmenter de façon durable la consommation de fruits et légumes. La consommation journalière de fruits et légumes reste bien inférieure aux recommandations de l'OMS et l'impact de ces actions apparaît limité. Différents types de facteurs d'influence ont été identifiés (liés à la production, à la distribution et au consommateur), et les auteurs proposent de nouvelles approches qui seraient plus efficaces.

Ainsi, si l'impact de ces programmes est modeste chez les adultes, une campagne ciblée sur les enfants aura plus de succès. Par ailleurs, les approches holistiques sont plus à même de favoriser des changements de comportement durables. Enfin, une collaboration entre les différents acteurs concernés est un facteur facilitant la réussite de la campagne, tout comme cibler un groupe spécifique de consommateurs et favoriser une participation pro-active des familles.

Julia Gassie, Centre d'études et de prospective

Sources : [Appetite](#), [EUFIC](#)