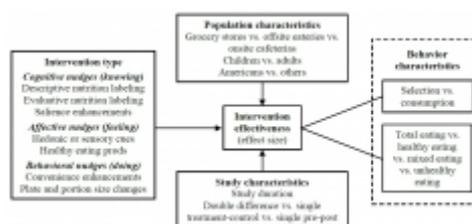


Une méta-analyse s'intéresse aux effets des nudges promouvant une alimentation plus saine

17 janvier 2018

Dans un document de travail publié en décembre 2017, R. Cadario (IESEG) et P. Chandon (INSEAD) présentent une méta-analyse des résultats d'interventions visant à promouvoir, avec des *nudges*, une consommation alimentaire plus saine. Ces dispositifs, peu onéreux, connaissent un engouement croissant et une multiplication des publications scientifiques à leur sujet. Les auteurs apportent une contribution intéressante en étudiant une large gamme de *nudges*, en en proposant une catégorisation et en fournissant des premiers résultats permettant de prédire leur efficacité en fonction de différents paramètres. Sept types de *nudges* sont identifiés et classés en trois catégories, selon qu'ils cherchent à influencer ce que les consommateurs savent (*cognitive nudges*, par exemple l'étiquetage nutritionnel), ce qu'ils ressentent (*affective nudges*), ou ce qu'ils font (*behavioral nudges*, par exemple le jeu sur la taille des portions ou des assiettes).

Cadre conceptuel proposé par les auteurs



Source : INSEAD

Pour la méta-analyse, 81 articles ont été retenus, publiés avant fin 2016 et répondant à des caractéristiques précises : expériences de terrain, et non uniquement en laboratoire ou en ligne, testant uniquement des *nudges*, mesurant des actes, et non uniquement des intentions, de sélection de produits ou de consommation. Sur cette base, les auteurs évaluent que les outils étudiés conduisent à une baisse moyenne de 117 kcal consommées par jour et par individu ; l'effet des *behavioral nudges* est plus important (-186 kcal/jour) que celui des *cognitive* (-45) et des *affective* (-121). Par ailleurs, parmi les résultats, il apparaît qu'il est plus facile, pour les individus, de réduire leur consommation de produits peu sains que d'augmenter celle de produits sains ; que les interventions en épicerie ont des effets moins importants (-60 % en moyenne) que celles en restaurant ou cafétéria ; que les études conduites aux États-Unis sont plus efficaces que celles dans autres pays ; etc.

Les auteurs identifient également des pistes de recherche : sur les *nudges*, sur leur combinaison avec d'autres types d'interventions (incitations économiques par exemple), sur les caractéristiques socio-économiques des individus, etc. Enfin, pour avoir une méta-analyse « vivante », ils proposent à leurs confrères un outil en ligne pour corriger et enrichir les données.

Julia Gassie, Centre d'études et de prospective

Source : [INSEAD](#)