Une nouvelle étude montre que **les enfants croient que l'alimentation ne peut pas être à la fois saine et savoureuse**

Paris, 21 mai 2014. Lorsqu'il s'agit d'inciter les jeunes enfants à avoir une alimentation saine, il vaut mieux que les parents en taisent les bénéfices plutôt que de dire qu'elle les rendra plus forts ou plus intelligents.

Selon les nouvelles recherches du professeur Ayelet Fishbach de la Booth School of Business de l'Université de Chicago , les enfants refusent une alimentation nourrissante tout simplement parce qu'ils savent qu'elle leur est bénéfique et parce que, une fois qu'ils le savent, ils partent du principe que la nourriture ne sera pas bonne. Dans l'article « If it's Useful and You Know it, Do You Eat? Preschoolers refrain from Instrumental Food » [Si cela t'est utile et que tu le sais : en mangeras-tu ? Les enfants d'âge préscolaire refusent la nourriture saine] à paraître dans Journal of Consumer Research qui sortira en octobre 2014, le professeur Fishbach et son acolyte Michal Maimaran de la Kellogg School of Management à la Northwestern University, démontrent que le fait de dire aux enfants d'âge préscolaire que la nourriture les aidera à atteindre un objectif, comme celui de devenir fort ou d'apprendre à lire, diminue leur intérêt à consommer ces aliments.

« Les enfants d'âge préscolaire pensent que la nourriture ne peut servir deux objectifs, qu'elle ne peut pas à la fois leur procurer une meilleure santé et être délicieuse » explique Ayelet Fishbach. « Par conséquent, leur expliquer que les carottes les feront grandir ou les rendront plus intelligents ou aimables a pour seul effet qu'ils ne veulent pas manger de carottes. Si vous voulez qu'ils mangent des carottes, vous devriez simplement leur donner les carottes en indiquant qu'elles sont délicieuses ou en ne disant rien. »

Pour aboutir à ces conclusions, les chercheurs ont réalisé cinq expériences auprès de 270 enfants d'âge préscolaire au cours desquelles un chercheur a lu les histoires illustrées d'une enfant qui mangeait un en-cas. Dans certains magasins, la petite fille était intéressée par les aliments car ils lui étaient bénéfiques, dans d'autres elle était intéressée par les aliments car ils étaient savoureux et dans certaines histoires, la raison de son choix n'était pas indiquée.

Dans chaque situation, les enfants ont mangé plus de nourriture lorsqu'aucune raison de la manger n'était mentionnée ou lorsque les aliments leur étaient présentés comme savoureux plutôt que quand ils pensaient que la nourriture leur était bénéfique.

« Notre étude s'est centrée sur les très jeunes enfants et il faut avoir à l'esprit qu'il est possible que les enfants plus âgés se fient moins à la saveur lorsqu'ils décident ce qu'ils vont manger en raison de leur plus grande maîtrise d'eux-mêmes », a expliqué Fishbach. « Par ailleurs, la plupart d'entre nous connaît des adolescents qui ne mangent pas plus de six aliments différents, il peut donc s'avérer qu'ils pensent de la même manière que les enfants en bas âge ».

A propos de Booth School of Business de l'Université de Chicago
Booth School of Business de l'Université de Chicago est l'une des « business schools » les plus prestigieuses au monde. Faculté « leader » incontestable et incontestée, elle se classe très régulièrement parmi le top dix et fréquemment parmi le top cinq des plus grandes écoles. Cette Faculté englobe bon nombre de disciplines prestigieuses et ses diplômés occupent des postes stratégiques aux Etats-Unis et dans le monde entier. La « Chicago Approach to Management Education » se distingue par la façon dont elle accroît la connaissance fondamentale, par sa rigueur et sa capacité d'adaptation aux challenges entrepreneuriaux. L'école propose des programmes MBA à temps plein ou partiel, un doctorat en administration (Ph.D.), une formation librement accessible et destinée aux futurs cadres et dirigeants (« open enrolment executive education ») et une formation personnalisée (« custom corporate education »).

Basée à Chicago, l'University de Chicago Booth School of Business possède deux autres campus à Londres et Singapour. Les effectifs sont cette année de 1 162 étudiants en MBA temps plein, 2 012 à temps partiel, dont 190 sur le Campus de Londres et 123 étudiants en doctorat d'administration (Ph. D.). Par ailleurs, six membres de la Faculté ont été récompensés par des prix Nobel d'économie. Parmi les élèves les plus prestigieux, on peut citer entre autres : Satya Nadella, PDG de Microsoft, James A. Rasulo, Senior Executive Vice Président de The Walt Disney Company, Bart Becht, PDG de Reckitt Benckiser plc, Brady Dougan, PDG du Crédit Suisse et David Booth, fondateur et co-PDG de Dimensional Fund Advisors. L'école porte son nom depuis 2008. www.chicagobooth.edu