



EPIDAURE MARKET

ÉVALUATION DE L'EFFICACITÉ ET DE LA TRANSFÉRABILITÉ D'UNE INTERVENTION EN MILIEU SCOLAIRE VISANT À AMÉLIORER LES CHOIX ALIMENTAIRES ÉQUILIBRÉS ET DURABLES CHEZ DES COLLÉGIENS

1ER DÉCEMBRE 2022 – 18ÈMES JOURNÉES GSO

Florence Cousson-Gélie

Epidaure, département Prévention de l'Institut du Cancer de Montpellier

Laboratoire Epsilon, Université Paul Valéry Montpellier 3





NICOLAS MARCO

Enseignant SVT missionné au service éducatif d'Epidaure, ICM.



FLORIAN LECÊTRE

Doctorant en psychologie à Epsilon



ZÉLIE DE REKENEIRE

Animatrice à Epidaure



CAROLINE MEJEAN

Directrice de recherche INRAE, UMR MOISA
1110, Montpellier



VANESSA COTTET

MCU, Université de Bourgogne



CYRILLE DELPIERRE

Directeur de recherche INSERM
UMR 1295, Toulouse

CONTEXTE

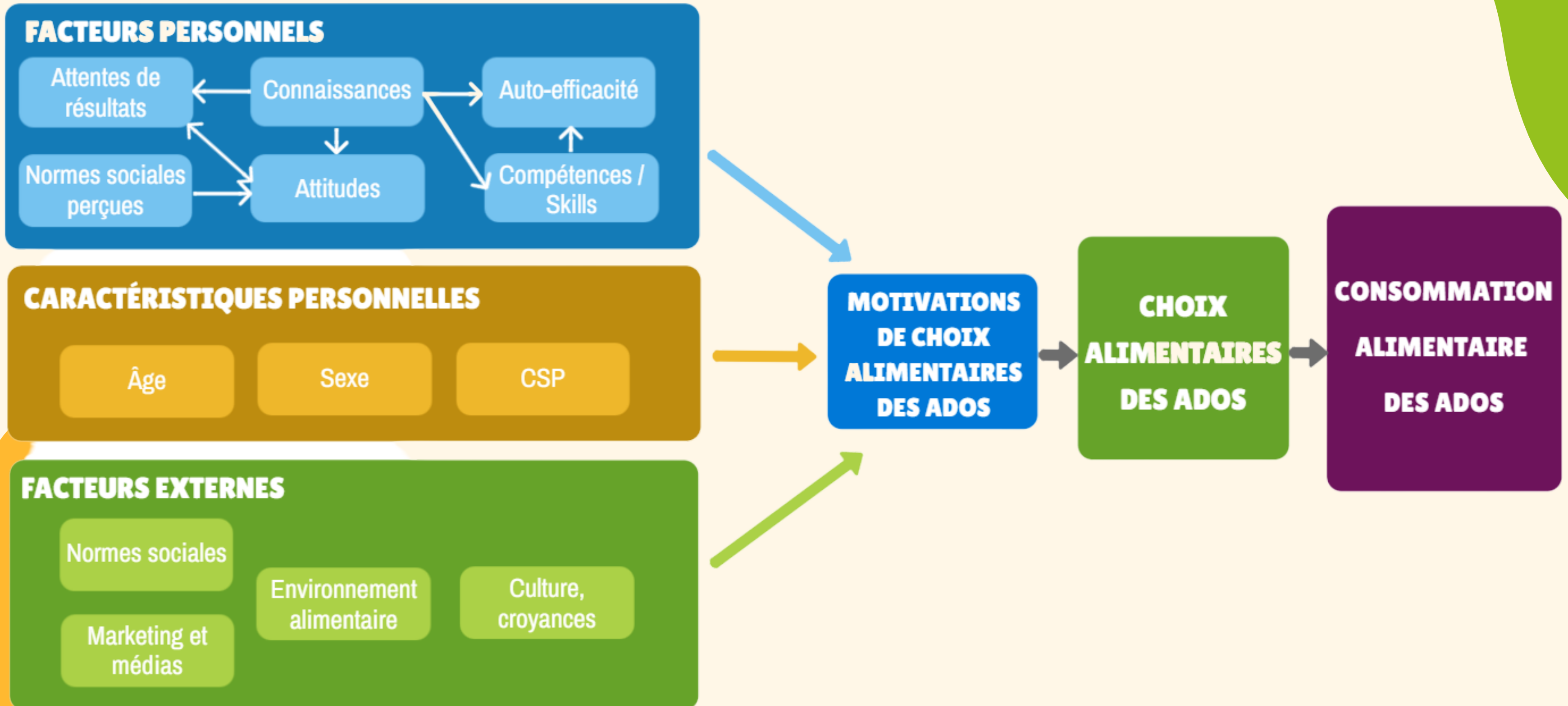
L'école est un lieu idéal pour promouvoir des comportements favorables pour sa santé.

L'intervention Epidaure Market a été co-construite avec des chercheurs, des enseignants de l'Education Nationale et des acteurs de prévention, afin de permettre une bonne (acceptabilité de l'intervention par les enseignants et de la rendre accessible à tous les élèves.

L'intervention repose sur un modèle théorique d'intervention élaboré à partir d'une revue de la littérature scientifique et des savoirs expérientiels (méthode DEVA, Lamboy, 2021)

**Nécessité d'avoir des interventions validées
scientifiquement et qui puissent se déployer sur le
territoire Français**

MODÈLE THÉORIQUE



OBJECTIFS

- Evaluer l'efficacité d'Epidaure Market (V2.0) auprès de collégiens de 5ème et 4ème sur la motivation de choix alimentaires plus durables
- Evaluer l'efficacité de l'intervention sur le sentiment d'auto-efficacité, les normes sociales perçues, les connaissances sur l'alimentation durable, des techniques de marketing et de l'influence de ces dernières sur leurs choix
- Evaluer l'acceptabilité, l'applicabilité et les conditions de transférabilité de l'intervention

EQUILIBRÉS

RESPONSABLES

CONSCIENTS

2 TERRITOIRES CONTRASTÉS

Académie de Montpellier : croissance démographique +0,7%, région dense, taux de chômage élevé (16,9% hérault)

Académie de Dijon : croissance démographique stable (-0,1%), région rurale et peu dense, taux de chômage moyen (12%)



**DÉVELOPPEMENT
DU JEU**

HISTORIQUE

« Epidaure Market » est un jeu sous forme de supermarché virtuel simulant des actes d'achats sur écran tactile à Epidaure, éditant un ticket récapitulatif et permettant d'analyser collectivement ce qui a influencé leurs choix de consommation. Le jeu contient 7 rayons : liquides, épicerie, fruits et légumes, frais, hygiène et beauté, mode et multimédia.

OBJECTIF

Apporter les connaissances et les compétences permettant aux utilisateurs de choisir de façon éclairée leur alimentation tout en résistant aux stratégies marketing.

PUBLIC

Jeunes de 10 à 18 ans, scolaires et hors scolaires - Adultes

En individuel ou en groupe



OBJECTIFS V.2

Proposer une exportation du projet Epidaure Market en ligne pour une utilisation dans des structures n'ayant pas la possibilité de se déplacer au sein d'Epidaure.

OBJECTIF

Intégrer dans le jeu des outils pour aborder l'**alimentation équilibrée et responsable** afin de faire des choix d'achats **plus durables** tout en prenant en compte les **influences du marketing et les techniques de vente** dans les supermarchés et des industriels.

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

- Favoriser la prise de conscience des jeunes sur **les enjeux de l'alimentation responsable**.
- Faire prendre conscience de **l'impact des stratégies marketing** sur les choix d'achats alimentaires des consommateurs.
- Développer les capacités des jeunes à faire des choix alimentaires en **respectant l'équilibre nutritionnel** de leurs repas.





LE SITE



LE JEU



[Accueil](#)

[Présentation du jeu](#)

[Qui sommes-nous ?](#)

[Actualités](#)

[Contact](#)

[Se connecter](#)

EPI DAURE MARKET

Savoir choisir librement pour une alimentation durable

[ACCÉDER AU JEU DIRECTEMENT](#)

[ACCÉDER AU JEU DE MANIÈRE GUIDÉE](#)



Choisissez votre scénario !

La fête

L'anniversaire

La Cantine
fermée

La colonie

Les courses
pour une journée

L'influenceur

Le Pique-nique
et le goûter

Le séjour à
Londres

Le P'tit Déj

Ignorer

Suivant



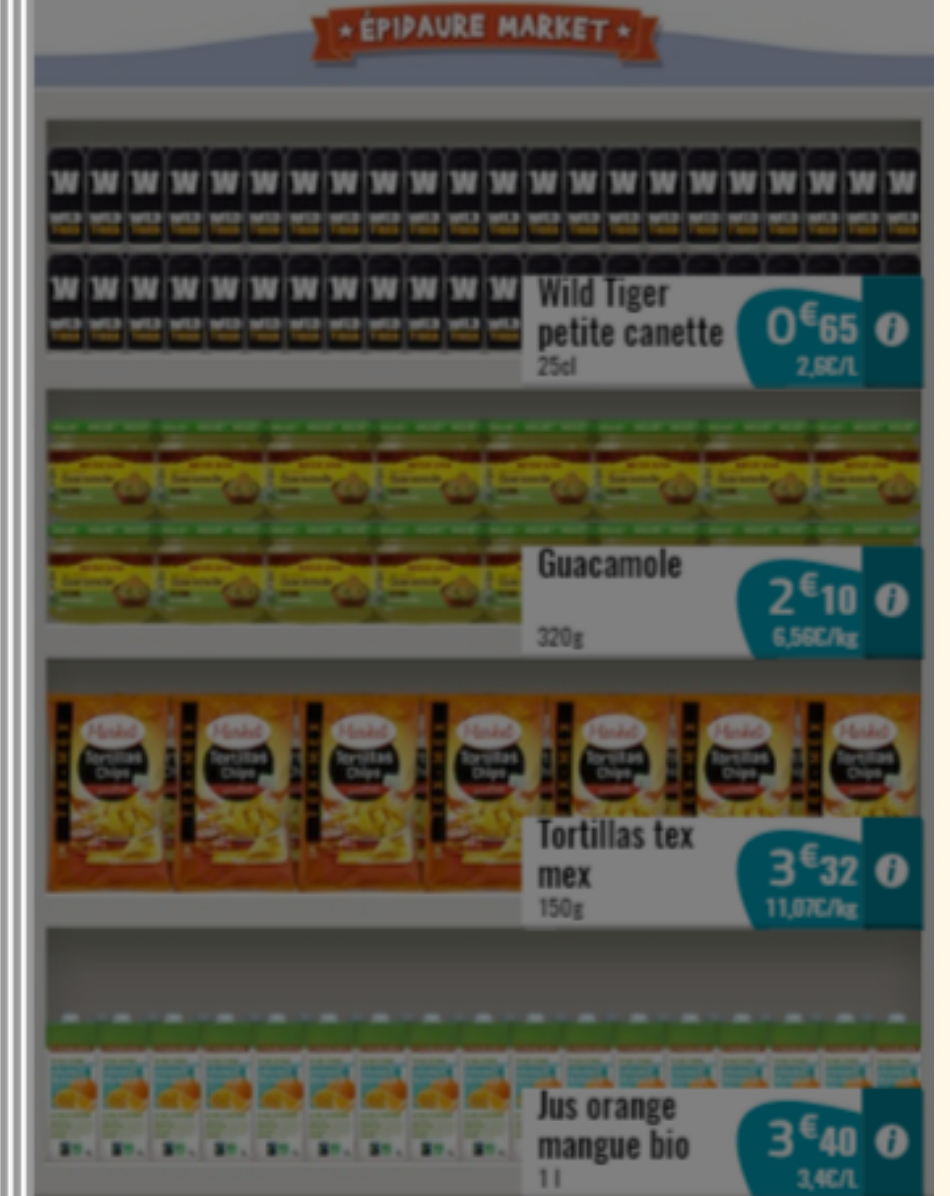
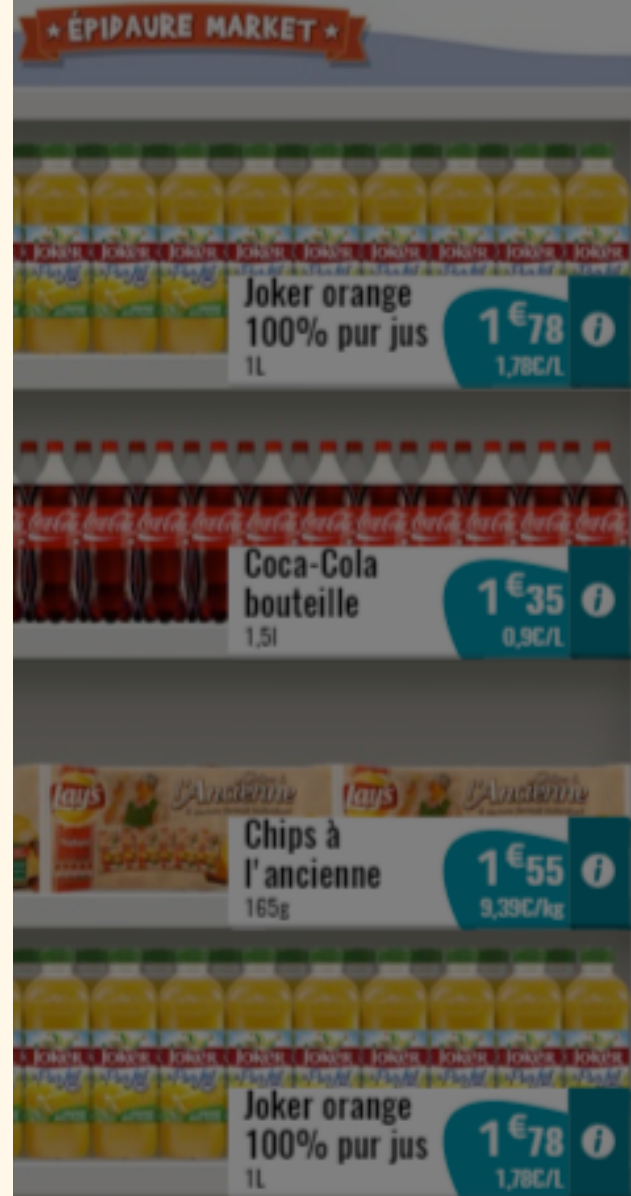
Consignes

Votre scénario est :

La Cantine fermée

La cantine est fermée aujourd'hui.
Tu dois aller t'acheter à manger à côté
de ton établissement pour ton repas du
midi.

Tu as 5€ par personne



Caddie

Consignes

Passer à la Caisse



ÉPIPAURE MARKET

ÉPIPAURE MARKET

ÉPIPAURE MARKET

ÉPIPAURE MARKET


 Huile d'olive extra bio
 0,75L
 7€⁵⁹
 11,05€/L


 Farine de blé
 1kg
 0€⁹⁰
 0,96€/kg


 Confiture extrafraise bio
 360g
 2€²⁰
 5,95€/kg


 Sucre de canne poudre Bio
 500g
 2€⁸⁷
 5,74€/kg


 Piment d'espelette AOP
 40g
 5€⁵⁰
 137,5€/kg


 Sel moulu de Guérande
 250g
 1€⁹³
 7,72€/kg


 Gâche IGP
 400g


 Huile de Colza
 75cl
 7€⁰⁰
 9,33€/L


 Confiture fraise allégée
 350g
 1€⁴⁶
 4,17€/kg


 Confiture de fraises
 320g
 1€⁴⁰
 4,38€/kg


 sel de camargue piment
 110g
 4€⁶²
 42€/kg


 Moutarde à l'ancienne
 200g
 0€⁹⁶
 4,8€/kg


 Pruneaux d'agen
 500g
 3€⁶²
 7,24€/kg


 Pâte d'Spaetzl
 250g


 Vinaigrette huile d'olive
 25 cl
 1€⁸²
 7,3€/L


 Beurre Bio
 245g
 2€³⁹
 9,76€/kg


 Pâte à tartiner
 400g
 2€⁵⁶
 6,4€/kg


 Lentilles vertes AOC AOP
 500g
 6€⁰⁰
 12€/kg


 Sauce pesto rosso
 200g
 2€⁵⁵
 12,75€/kg


 Farine de blé noir
 1kg
 5€⁸⁰
 5,8€/kg


 Spaghetti d'Alsace
 250g


 Vinaigrette Légère
 45cl
 2€⁵³
 5,63€/L


 Fourrés Framboises Bio
 175g
 2€⁴⁹
 14,23€/kg

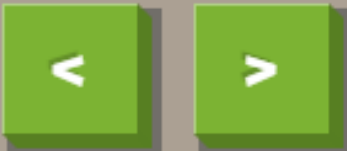

 Farine de blé Bio
 1kg
 0€⁹³
 1,93€/kg


 Sauce hollandaise
 400g
 2€⁰⁰
 5,3€/kg


 Riz de Camargue IGP
 1kg
 1€⁶⁴
 1,64€/kg


 Moutarde de Bourgogne IGP
 210g
 3€⁵⁰
 16,67€/kg


 Dattes
 500g



CADDIE

CONSIGNES

PASSER À LA CAISSE



INFOS



Pain aux céréales Bio

Marque : Market



Prix : 2,05 €

Prix au Kg/L. : 4,10 €

Volume/poids : 500g

Origine : France

NUTRI-SCORE



Ingrédients :

Céréales 91,5% (farine de blé* 85%, blé concassé* 1,8%, farine de seigle* 1,8%, graines de sarrasin* 1,2%, farine d'orge* 1,2%, graines de millet* 0,5%), graines (sésame* 4,9%, lin 1,8%), huile végétale de tournesol*, levure, sucre*, sel, gluten de blé*, agent de traitement de la farine : acide ascorbique. *Ingrédients issus de l'agriculture biologique.

Valeurs nutritionnelles :

pour 100 g Énergie 1707 kj (405 kcal) Matières grasses / Lipides 9 g dont Acides gras saturés 1 g Glucides 66 g dont Sucres 3.5 g Fibres alimentaires 6 g Protéines 12 g Sel 1,1 g

Date de consommation :

à consommer de préférence avant 01/12/2022

Conseils de conservation / Mode d'emploi :

A conserver dans un endroit frais et sec

Labels :

Bio , Bio européen

Mentions :

Agriculture UE



Barres de céréales
choco
125g
2€¹²
16,96€/kg



Rice Kripsies
200 g
3€⁴³
17,16€/kg



Céréales Miel pops
600g
3€²³
5,39€/kg



Céréales Crunch
375g
2€¹⁶
5,76€/kg



Caddie

Consignes

Passer à la caisse



LES SÉANCES POUR LE COLLÈGE

SÉANCE 1

Découvrir les choix alimentaires

Cette première séance a pour objectif d'identifier les différentes composantes des choix d'achat alimentaire à travers l'utilisation du jeu en ligne *Epidaure Market*.

+ **INFOS**

SÉANCE 2

Expérimenter en équipe 3 composantes de choix d'achat

L'objectif de cette séance est d'approfondir les notions autour des composantes vues précédemment pour donner aux jeunes la capacité de faire des choix d'achat éclairés.

+ **INFOS**

DEVOIR MAISON

Qu'est-ce qu'il y a dans mon frigo ?

Inclure les familles dans la démarche d'une alimentation plus durable

+ **INFOS**

SÉANCE 3

Mettre en application les acquis pour devenir acteur de ta santé

Pour cette dernière séance, les jeunes devront restituer les éléments qu'ils ont acquis sur les séances précédentes pour créer un repas durable.

+ **INFOS**

ÉVALUATION EN CLASSE

Évaluer les compétences acquises

Pratiquer des langages
Adopter un comportement éthique et responsable

+ **INFOS**

CHAQUE SÉANCE SE DÉROULE EN 3 ÉTAPES :

1

Apport de connaissances

2

Application sur le jeu en groupe

3

Débriefing avec la classe

LES OUTILS POUR LE COLLÈGE

Plusieurs outils sont proposés pour utiliser Epidaure Market. Certains sont à destination des enseignants, d'autres sont des outils à destination des jeunes.

POUR L'ENSEIGNANT

- Le site internet d'Epidaure Market avec le compte utilisateur de l'enseignant
- Un tutoriel d'utilisation du jeu pour mieux y naviguer et du compte utilisateur
- Un diaporama à présenter aux élèves pour débiter le projet et conclure chaque séance

POUR L'ÉLÈVE

- Le jeu Epidaure Market accessible par un code donné par l'enseignant
- Un diaporama interactif par séance pour avoir les notions de base et suivre les étapes du projet
- Des fiches élève pour permettre aux élèves de noter les informations importantes et tester leurs acquis



EVALUATION

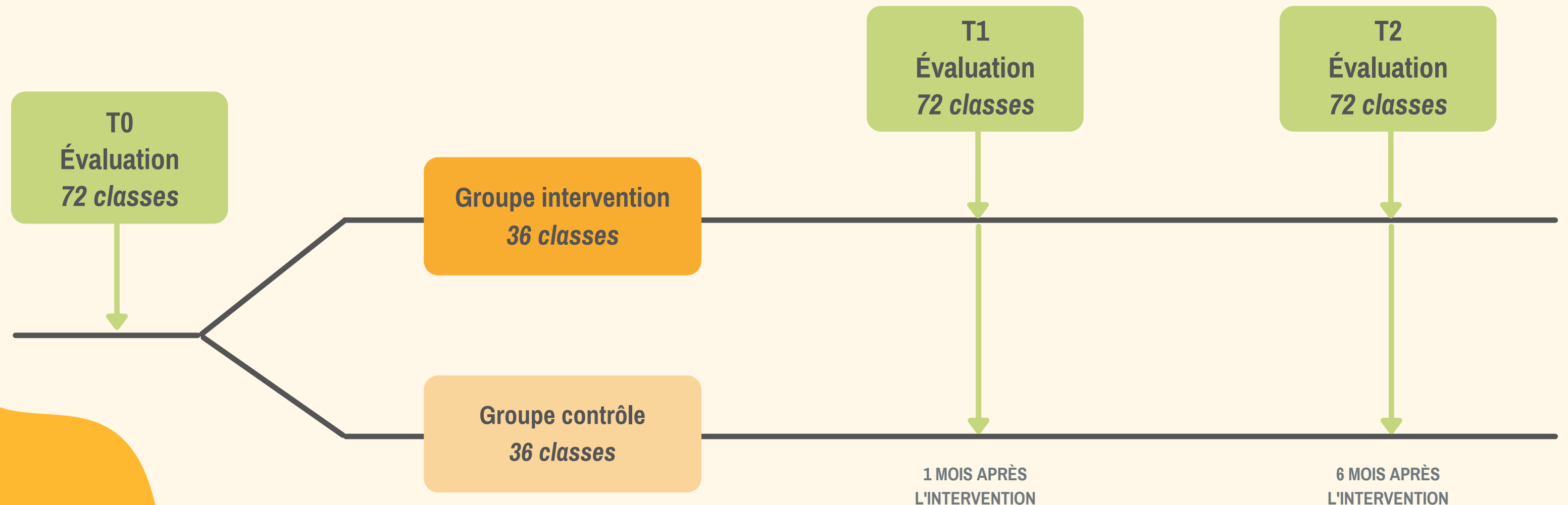
MÉTHODE

POPULATION :

Collégiens de classe 5ème
(éducation prioritaire, milieux
urbain et rural), N = 1800

DESIGN :

Essai randomisé en cluster, l'unité de randomisation est la
classe



EVALUATION DE L'EFFICACITÉ



L'efficacité de l'intervention sera évaluée par la proportion d'élèves ayant amélioré leurs paramètres après intervention.

Nous avons ciblé la motivation de choix alimentaire car il est difficile de mesurer directement les modifications du comportement alimentaire à proprement parlé, en particulier chez les adolescents.

La motivation est un facteur indispensable au changement de comportement en santé et l'on dispose de plus d'un outil de mesure grâce à une version adaptée aux adolescents du questionnaire de Sautron et al., 2015.


Appetite 87 (2015) 90–97

Contents lists available at [ScienceDirect](#)

 **Appetite** 

journal homepage: www.elsevier.com/locate/appet

Research report

Validity of a questionnaire measuring motives for choosing foods including sustainable concerns 

Valérie Sautron ^a, Sandrine Péneau ^a, Géraldine M. Camilleri ^a, Laurent Muller ^{b,c}, Bernard Ruffieux ^{c,d}, Serge Hercberg ^{a,e}, Caroline Méjean ^{a,*}

^a Université Paris 13, Equipe de Recherche en Epidémiologie Nutritionnelle (EREN), Centre de Recherche en Epidémiologie et Statistiques, Inserm (U1153), Inra (U1125), Cnam, COMUE Sorbonne Paris Cité, F-93017, Bobigny, France
^b INRA, GAEL UMR 1215, F-38000 Grenoble, France
^c Université de Grenoble Alpes, GAEL UMR 1215, F-38000 Grenoble, France
^d Institut National Polytechnique Grenoble INPG, Génie Industriel, F-38000 Grenoble, France
^e Department of Public Health, Hôpital Avicenne, Bobigny, France

EVALUATION DE L'EFFICACITÉ

Critères de jugement secondaire

1. Normes sociales : auto-questionnaire de 6 questions sur les normes descriptives (ex : en général, mes parents font des achats alimentaires bon pour leur santé) et de 6 questions sur les normes injonctives perçues (ex : mes amis pensent que je devrais faire attention aux techniques qui me poussent à acheter quand je fais des achats alimentaires)
2. Sentiment d'auto-efficacité personnelle : Questionnaire de Ravaniarison & Gollety sur la confiance dans son jugement pour atteindre un résultat sur la santé et la confiance dans la capacité à bien choisir des aliments santé
3. Les connaissances en nutrition : tâche de choix de produits utilisée dans l'intervention Opticourses (Darmon et al., 2020).
4. Connaissances sur l'influence du marketing : questionnaire d'Epidaure Market V1.0

EVALUATION DE LA TRANSFERABILITÉ

Les données des questionnaires élèves éclaireront les informations issues des focus groups, des entretiens individuels semi-dirigés et le recueil des éléments de la grille ASTAIRE (Cambon et al. 2013).

QUALITATIF

10 focus groups avec des élèves : motivations, freins aux changements de comportements d'achat et de consommation, freins et leviers possibles

15 entretiens avec enseignants : freins à la mise en oeuvre des séances, attentes, intégration dans le programme scolaires, pistes d'amélioration de l'intervention

15 entretiens avec les parents : connaissances de l'intervention proposée à leurs enfants, Informations nutritionnelles transmises, motivations aux changements d'achat, ce qui freine ces choix

10 entretiens avec le personnel d'encadrement des collèges : conditions, freins et leviers de l'implémentation



MERCI POUR VOTRE ATTENTION

 **Contactez-nous :** Florence Cousson-Gélie / florence.cousson-gelie@icm.unicancer.fr
Florian Lecêtre / 04 67 61 25 44 / florian.lecetre@icm.unicancer.fr

 **Pour plus d'informations, rendez-vous sur :** www.epidauremarket.fr