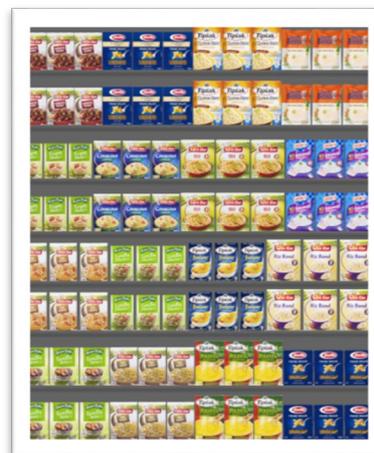


LES LÉGUMES SECS ATTIRENT-ILS NOTRE REGARD ? IMMERSION DANS UN SUPERMARCHÉ VIRTUEL

Malgré de nombreux avantages pour la santé et l'environnement, la consommation de légumes secs (lentilles, pois chiches...) reste faible en France (2 kg par an et par personne¹). Parmi les obstacles potentiels à leur consommation, des chercheurs du CSGA se sont intéressés à leur positionnement dans les supermarchés.

Dans les supermarchés français, les légumes secs se trouvent dans plusieurs rayons et sous différents formats (rayons des fruits et légumes, féculents, en plats cuisinés, en conserves)². Afin de suivre le regard des consommateurs sur les légumes secs dans ces différents rayons, les chercheurs du CSGA ont équipé 108 participants d'un casque de réalité virtuelle doté d'un dispositif d'eye-tracking. Ainsi, les participants pouvaient se déplacer dans un supermarché virtuel et remplir leur caddie selon différents scénarios : pour préparer un repas bon pour leur santé, respectueux de l'environnement, pour se faire plaisir...



Crédit photo : S Chambaron©

Les résultats ont montré que les légumes secs ne sont pas regardés de la même façon selon le rayon. S'ils attirent peu le regard dans les rayons de produits secs et de conserves, ils sont davantage regardés dans les rayons de produits frais ou de plats préparés. Enfin, si les légumes secs ont été davantage regardés que les légumes, ils restent moins regardés que les féculents ou les produits d'origine animale.

Ces résultats ouvrent des perspectives très intéressantes pour développer des stratégies afin d'attirer davantage l'attention des consommateurs sur les légumes secs dans les supermarchés et ainsi encourager leur consommation. Un petit pas de plus pour rééquilibrer notre consommation entre protéines animales et protéines végétales...

Contact

Stéphanie CHAMBARON : stephanie.chambaron-ginhac@inrae.fr

Pour en savoir plus

Melendrez-Ruiz J, Goisbault I, Charrier JC, Pagnat K, Dujourdy L, Arvisenet G & Chambaron S (2021). An exploratory study combining eye-tracking and virtual reality: are pulses good "eye-catchers" in virtual supermarket shelves? *Frontiers in Virtual Reality*, 2, 68.

Mots-clefs

Légumineuses ; Légumes secs ; protéines végétales ; choix alimentaires ; réalité virtuelle ; eye-tracking

¹<https://www.anses.fr/fr/content/les-protéines>; ²Rio, 2017, Cahiers de Nutrition et de Diététique