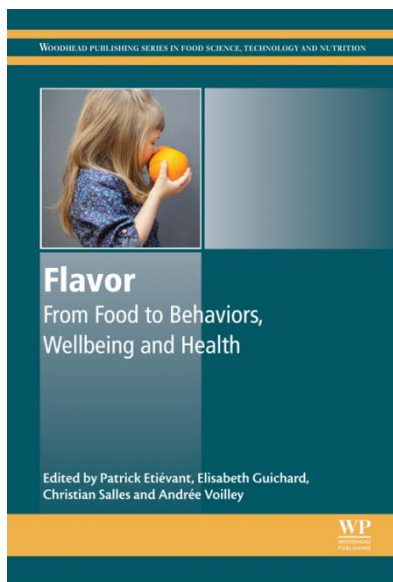


DE LA PERCEPTION AU COMPORTEMENT ALIMENTAIRE : UN NOUVEAU LIVRE



Edité par Patrick Etiévant, Elisabeth Guichard, Christian Salles et Andrée Voilley, cet ouvrage écrit en anglais vient d'être publié par Elsevier. C'est une réédition actualisée du livre « Flavour in Food » édité par Patrick Etiévant et Andrée Voilley en 2006, avec une nouvelle orientation prenant en compte les effets métaboliques et le contexte socio-économique. Il explique les différents mécanismes de la perception de la flaveur (arôme et saveur), depuis la mise en bouche de l'aliment jusqu'à sa perception sensorielle globale, et développe en particulier la composition chimique et biochimique de l'aliment, les aspects psychologiques, neurobiologiques et sociologiques de la perception.

La première partie de cet ouvrage présente les différentes molécules responsables de l'odeur et de la saveur des aliments et leurs interactions avec les constituants non volatils de l'aliment, leur libération au cours du processus oral, leur passage dans le liquide amniotique et le lait maternel et les conséquences sur les préférences des nouveaux nés. Une deuxième partie est consacrée à la perception des molécules de la flaveur (olfaction et gustation) et aux mécanismes sous-jacents ainsi qu'à la compréhension de la perception des mélanges, l'intégration au niveau du cerveau et la mémorisation. La troisième partie met en relation la perception de la flaveur et les mécanismes de la prise alimentaire et aborde notamment les bases génétiques de la perception, les mécanismes de régulation de la prise alimentaire et de la satiété ainsi que les effets de familiarité et d'exposition précoce aux odeurs. La quatrième partie est consacrée aux modifications de la perception en fonction de l'état physiologique ainsi qu'aux conséquences d'une diminution de la perception du goût ou de l'odeur sur le comportement. La cinquième partie présente l'influence de l'environnement sur la perception et les préférences en matière de goût, en particulier l'effet de l'apprentissage, du marketing et de l'expérience des consommateurs.

Contact :

GUICHARD Elisabeth, elisabeth.guichard@inra.fr
SALLES Christian, christian.salles@inra.fr

Pour en savoir plus :

Etiévant P, Guichard E, Salles C, Voilley A (2016). Flavor: From Food to Behaviors, Wellbeing and Health. Elsevier. <http://store.elsevier.com/product.jsp?isbn=9780081002957>

Mots-clefs :

Perception, aliment, boisson, flaveur, arôme, goût, gustation, olfaction, comportement alimentaire, bien-être.