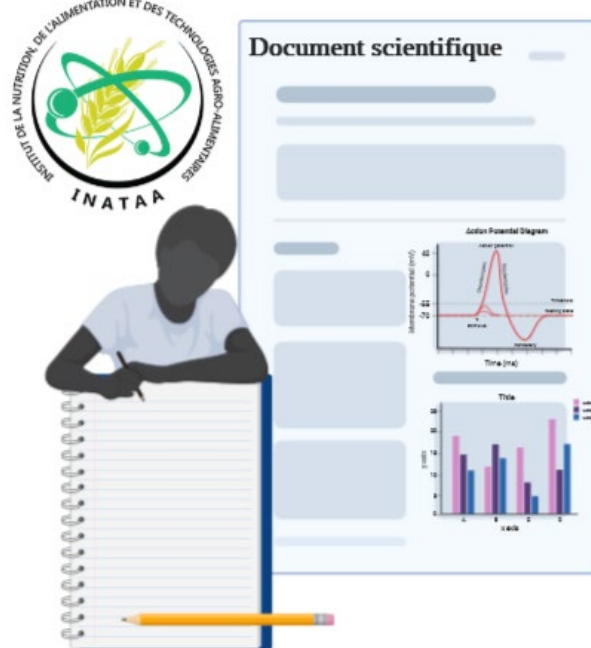




Université Frères Mentouri Constantine 1-INATAA
1st Year Bachelor in Food Science



Course of Written and Oral Expressions



TD07. The scientific article and the abstract

- **A scientific article is an academic document that serves to inform the reader who is actively interested in a particular field.**
- **The authors (researchers) are specialists and professionals in the field.**

- The scientific article is published in a specialized periodical (journal) in the field.**
- In order for it to be published, it must be refereed, evaluated and reviewed by a peer-reviewed peer review committee of experts and specialists in the field.**

- **The scientific research article stems from a scientific study (research) conducted by a group of researchers who are experts in the field.**
- **Its content is purely scientific and is commonly used by peers.**

IMReD structure of a research article

Cahiers de nutrition et de diététique (2017) 52S, S80-86



Disponible en ligne sur
ScienceDirect
www.sciencedirect.com

Elsevier Masson France
EM|consulte
www.em-consulte.com



Sucrage des yaourts : diversité des comportements et impact sur les apports en sucres

Adding sugars to plain yogurts: behavior diversity and impact on sugars intake

Anne Saint-Eve^{1,*}, Anne-Cécile Mabillet², Julien Delarue²

¹UMR Génie et Microbiologie des Procédés Alimentaires, AgroParisTech, INRA, Université Paris-Saclay, rue Lucien-Bréteignière, 78850 Thiverval-Grignon, France
²UMR Ingénierie Procédés Aliments, AgroParisTech, INRA, Université Paris-Saclay, 1, avenue des Olympiades, 91300 Massy, France

Title: representative of the research content

MOTS-CLÉS

Sucre ;
Yaourt nature ;
Comportements de consommation ;
Étude contextualisée ;
Repas

Résumé

En France, environ 50 % des yaourts nature sont sucrés au moment de leur consommation. Une première étude observationnelle a permis d'identifier la diversité des comportements de sucrage des yaourts (moment d'ajout du sucre, nombre de cuillerées, gestuelle...) dans un contexte réel de consommation d'un repas pris en groupe. Une seconde étude s'est ensuite intéressée à la quantité exacte de sucres ajoutés individuellement par les consommateurs à un yaourt nature dans des conditions de tests contextualisées. Pour cela, 199 adultes ont reçu, à la fin d'un repas, un yaourt nature (125 g) dans lequel ils pouvaient ajouter l'agent sucrant de leur choix (sucre en poudre, miel ou confiture). Les quantités d'agents sucrants ajoutées ont été mesurées indirectement puis exprimées en équivalent « sucres ajoutés ». En moyenne, les participants ont ajouté 13,6 g de sucres à leur yaourt, ce qui est plus élevé que la quantité moyenne contenue dans les yaourts présuqués du commerce (10,2 g de sucres pour 125 g de yaourt). Une quantité plus importante a été ajoutée lorsque les participants ont utilisé de la confiture en comparaison avec le sucre en poudre ou le miel. Les paramètres âge, catégorie socioprofessionnelle (CSP) et indice de masse corporelle (IMC) ont eu une influence significative sur la quantité de sucres ajoutés. Les participants ont été répartis en trois groupes selon la quantité de sucres qu'ils avaient ajoutée, puis leurs usages et habitudes de consommation ont été analysés : « les petits consommateurs de sucre » ont tendance à contrôler notamment leur consommation d'aliments sucrés, « les consommateurs moyens » et « les grands consommateurs » ont cherché une satisfaction immédiate. Les résultats montrent que d'une manière générale les consommateurs sous-estiment de moitié la quantité de sucres ajoutés à leur yaourt. © 2017 Société française de nutrition. Publié par Elsevier Masson SAS. Tous droits réservés.

*Auteur correspondant.

Adresse e-mail : anne.saint-eve@agroparistech.fr (A. Saint-Eve).

IMReD structure of a research article

Cahiers de nutrition et de diététique (2017) 52S, S80-86



Sucrage des yaourts : diversité des comportements et impact sur les apports en sucres

Adding sugars to plain yogurts: behavior diversity and impact on sugars intake

Anne Saint-Eve^{1,*}, Anne-Cécile Mabillet², Julien Delarue²

¹UMR Génie et Microbiologie des Procédés Alimentaires, AgroParisTech, INRA, Université Paris-Saclay, rue Lucien-Brétignière, 78850 Thiverval-Grignon, France

²UMR Ingénierie Procédés Aliments, AgroParisTech, INRA, Université Paris-Saclay, 1, avenue des Olympiades, 91300 Massy, France

MOTS-CLÉS

Sucre ;
Yaourt nature ;
Comportements
de consommation ;
Étude
contextualisée ;
Repas

Résumé

En France, environ 50 % des yaourts nature sont sucrés au moment de leur consommation. Une première étude observationnelle a permis d'identifier la diversité des comportements de sucrage des yaourts (moment d'ajout du sucre, nombre de cuillerées, gestuelle...) dans un contexte réel de consommation d'un repas pris en groupe. Une seconde étude s'est ensuite intéressée à la quantité exacte de sucres ajoutés individuellement par les consommateurs à un yaourt nature dans des conditions de tests contextualisées. Pour cela, 199 adultes ont reçu, à la fin d'un repas, un yaourt nature (125 g) dans lequel ils pouvaient ajouter l'agent sucrant de leur choix (sucre en poudre, miel ou confiture). Les quantités d'agents sucrants ajoutées ont été mesurées indirectement puis exprimées en équivalent « sucres ajoutés ». En moyenne, les participants ont ajouté 13,6 g de sucres à leur yaourt, ce qui est plus élevé que la quantité moyenne contenue dans les yaourts présués du commerce (10,2 g de sucres pour 125 g de yaourt). Une quantité plus importante a été ajoutée lorsque les participants ont utilisé de la confiture en comparaison avec le sucre en poudre ou le miel. Les paramètres âge, catégorie socioprofessionnelle (CSP) et indice de masse corporelle (IMC) ont eu une influence significative sur la quantité de sucres ajoutés. Les participants ont été répartis en trois groupes selon la quantité de sucres qu'ils avaient ajoutée, puis leurs usages et habitudes de consommation ont été analysés : « les petits consommateurs de sucre » ont tendance à contrôler notamment leur consommation d'aliments sucrés, « les consommateurs moyens » et « les grands consommateurs » ont cherché une satisfaction immédiate. Les résultats montrent que d'une manière générale les consommateurs sous-estiment de moitié la quantité de sucres ajoutés à leur yaourt. © 2017 Société française de nutrition. Publié par Elsevier Masson SAS. Tous droits réservés.

*Auteur correspondant.

Adresse e-mail : anne.saint-eve@agroparistech.fr (A. Saint-Eve).

Abstract and Keywords: Briefly outline the components of the study.

A search must always be accompanied by an abstract and keywords in French and English to be referenced in national and international scientific databases.

IMReD structure of a research article

Cahiers de nutrition et de diététique (2017) 52S, S80-86



Sucrage des yaourts : diversité des comportements et impact sur les apports en sucres

Adding sugars to plain yogurts: behavior diversity and impact on sugars intake

Anne Saint-Eve^{1,*}, Anne-Cécile Mabile², Julien Delarue²

¹UMR Génie et Microbiologie des Procédés Alimentaires, AgroParisTech, INRA, Université Paris-Saclay, rue Lucien-Brétiègne, 78850 Thiverval-Grignon, France

²UMR Ingénierie Procédés Aliments, AgroParisTech, INRA, Université Paris-Saclay, 1, avenue des Olympiades, 91300 Massy, France

MOTS-CLÉS

Sucre ;
Yaourt nature ;
Comportements
de consommation ;
Étude
contextualisée ;
Repas

Résumé

En France, environ 50 % des yaourts nature sont sucrés au moment de leur consommation. Une première étude observationnelle a permis d'identifier la diversité des comportements de sucrage des yaourts (moment d'ajout du sucre, nombre de cuillerées, gestuelle...) dans un contexte réel de consommation d'un repas pris en groupe. Une seconde étude s'est ensuite intéressée à la quantité exacte de sucres ajoutés individuellement par les consommateurs à un yaourt nature dans des conditions de tests contextualisées. Pour cela, 199 adultes ont reçu, à la fin d'un repas, un yaourt nature (125 g) dans lequel ils pouvaient ajouter l'agent sucrant de leur choix (sucre en poudre, miel ou confiture). Les quantités d'agents sucrants ajoutées ont été mesurées indirectement puis exprimées en équivalent « sucres ajoutés ». En moyenne, les participants ont ajouté 13,6 g de sucres à leur yaourt, ce qui est plus élevé que la quantité moyenne contenue dans les yaourts présués du commerce (10,2 g de sucres pour 125 g de yaourt). Une quantité plus importante a été ajoutée lorsque les participants ont utilisé de la confiture en comparaison avec le sucre en poudre ou le miel. Les paramètres âge, catégorie socioprofessionnelle (CSP) et indice de masse corporelle (IMC) ont eu une influence significative sur la quantité de sucres ajoutés. Les participants ont été répartis en trois groupes selon la quantité de sucres qu'ils avaient ajoutée, puis leurs usages et habitudes de consommation ont été analysés : « les petits consommateurs de sucre » ont tendance à contrôler notamment leur consommation d'aliments sucrés, « les consommateurs moyens » et « les grands consommateurs » ont cherché une satisfaction immédiate. Les résultats montrent que d'une manière générale les consommateurs sous-estiment de moitié la quantité de sucres ajoutés à leur yaourt. © 2017 Société française de nutrition. Publié par Elsevier Masson SAS. Tous droits réservés.

*Auteur correspondant.

Adresse e-mail : anne.saint-eve@agroparistech.fr (A. Saint-Eve).

The abstract (200 to 300 words) summarizes the main elements of the research: research purpose, type of methodology, sampling, population, tools and results.

Keywords, 5 to 10 at most, are used for indexing library and computer database searches.

IMReD structure of a research article

Introduction

Les yaourts et les laits fermentés sont parmi les produits laitiers frais les plus consommés dans le monde mais avec des habitudes de consommation qui varient considérablement selon les pays (type de yaourt consommé, fréquence et moment de consommation) (cf. article V. Ginder Coupez, ce numéro [1]). En France, l'achat de yaourt nature est particulièrement élevé par rapport aux autres pays et représente 40 à 50 % des ventes de yaourts (cf. article J. Charby, ce numéro [2]). Parmi les consommateurs de yaourt nature, environ deux tiers y ajoutent des agents sucrants, principalement présentés sous forme de sucre en poudre (67 %), de confiture ou de miel (21 %) ou d'édulcorants (9 %) [3,4]. L'ajout d'agent sucrant augmente ainsi la palatabilité et l'appréciation du yaourt et serait donc en faveur d'une consommation plus régulière de ce type de produits. En même temps, au-delà d'une certaine quantité de sucres ajoutés, ce comportement peut diminuer l'intérêt nutritionnel du yaourt ainsi composé.

Dans ce contexte, deux études ont été réalisées, ayant pour objectifs : i) de déterminer la quantité de sucres ajoutés par les consommateurs dans leur yaourt nature en conditions réelles de consommation, ii) d'explorer les déterminants sensoriels liés à l'ajout d'agents sucrants dans le yaourt et iii) d'acquérir une meilleure compréhension des comportements de sucrage, en particulier d'étudier la variabilité de comportements des consommateurs français et de relier d'éventuelles différences aux caractéristiques socioprofessionnelles, à l'âge ou au statut pondéral. Pour ce faire, nous avons donc recruté et invité des consommateurs à participer à deux tests: un test observationnel et un test quantitatif.

Afin de se rapprocher des conditions de consommation réelles, les études ont été conduites à la fin d'un repas, moment où le yaourt nature est le plus souvent consommé en France. Réaliser des tests dans des conditions contextualisées,

c'est-à-dire plus proches des conditions naturelles d'alimentation, est non seulement plus adapté, mais aussi plus prédictif du comportement réel de consommation [5]. Cependant, afin de réaliser une mesure précise des quantités de sucres ajoutés au yaourt, ces expérimentations ont été conduites en conditions contrôlées, à l'image des tests hédoniques conduits en laboratoire d'analyse sensorielle [6].

Matériels et méthodes

Étude observationnelle

Afin d'étudier les principaux déterminants à l'origine du comportement des consommateurs au cours de l'action de sucrage (gestuelle, répétition du sucrage, quantité de sucres ajoutés), une première étude observationnelle a été réalisée sur 70 consommateurs (étudiants volontaires, campus d'AgroParisTech, 20-24 ans). Ces derniers ont été invités à consommer un repas contenant un yaourt nature dans un home-lab équipé de caméras vidéo et aménagé en cuisine domestique avec une table de salle à manger. Les repas ont été pris en groupe de deux à dix personnes souhaitant déjeuner ensemble. Suite à un menu (entrée, plat) choisi parmi différentes propositions, un yaourt nature « standard » (ferme ou brassé) était proposé à chaque participant, ainsi que du sucre en poudre présenté dans son emballage d'origine, que les participants pouvaient utiliser librement pour sucrer leur yaourt. Toutes les gestes liées à ce repas et notamment à la consommation du yaourt ont été comptabilisées et analysées. Le nombre et le remplissage de cuillerées de sucre, la fréquence, la façon de mélanger ou non le yaourt ont été évalués pour chaque participant. Enfin la quantité de sucre ajoutée par le groupe a été déterminée en pesant avant et après le repas le contenant de sucre en poudre. À la fin du repas, un questionnaire a été remis aux

Introduction: clearly states the topic (problematic) and the objective of the research.

IMReD structure of a research article

Introduction

Les yaourts et les laits fermentés sont parmi les produits laitiers frais les plus consommés dans le monde mais avec des habitudes de consommation qui varient considérablement selon les pays (type de yaourt consommé, fréquence et moment de consommation) (*cf.* article V. Ginder Coupez, ce numéro [1]). En France, l'achat de yaourt nature est particulièrement élevé par rapport aux autres pays et représente 40 à 50 % des ventes de yaourts (*cf.* article J. Charby, ce numéro [2]). Parmi les consommateurs de yaourt nature, environ deux tiers y ajoutent des agents sucrants, principalement présentés sous forme de sucre en poudre (67 %), de confiture ou de miel (21 %) ou d'édulcorants (9 %) [3,4]. L'ajout d'agent sucrant augmente ainsi la palatabilité et l'appréciation du yaourt et serait donc en faveur d'une consommation plus régulière de ce type de produits. En même temps, au-delà d'une certaine quantité de sucres ajoutés, ce comportement peut diminuer l'intérêt nutritionnel du yaourt ainsi composé.

Dans ce contexte, deux études ont été réalisées, ayant pour objectifs : i) de déterminer la quantité de sucres ajoutés par les consommateurs dans leur yaourt nature en conditions réelles de consommation, ii) d'explorer les déterminants sensoriels liés à l'ajout d'agents sucrants dans le yaourt et iii) d'acquiescer une meilleure compréhension des comportements de sucrage, en particulier d'étudier la variabilité de comportements des consommateurs français et de relier d'éventuelles différences aux caractéristiques socioprofessionnelles, à l'âge ou au statut pondéral. Pour ce faire, nous avons donc recruté et invité des consommateurs à participer à deux tests: un test observationnel et un test quantitatif.

Afin de se rapprocher des conditions de consommation réelles, les études ont été conduites à la fin d'un repas, moment où le yaourt nature est le plus souvent consommé en France. Réaliser des tests dans des conditions contextualisées,

c'est-à-dire plus proches des conditions naturelles d'alimentation, est non seulement plus adapté, mais aussi plus prédictif du comportement réel de consommation [5]. Cependant, afin de réaliser une mesure précise des quantités de sucres ajoutés au yaourt, ces expérimentations ont été conduites en conditions contrôlées, à l'image des tests hédoniques conduits en laboratoire d'analyse sensorielle [6].

Matériels et méthodes

Étude observationnelle

Afin d'étudier les principaux déterminants à l'origine du comportement des consommateurs au cours de l'action de sucrage (gestuelle, répétition du sucrage, quantité de sucres ajoutés), une première étude observationnelle a été réalisée sur 70 consommateurs (étudiants volontaires, campus d'AgroParisTech, 20-24 ans). Ces derniers ont été invités à consommer un repas contenant un yaourt nature dans un home-lab équipé de caméras vidéo et aménagé en cuisine domestique avec une table de salle à manger. Les repas ont été pris en groupe de deux à dix personnes souhaitant déjeuner ensemble. Suite à un menu (entrée, plat) choisi parmi différentes propositions, un yaourt nature « standard » (ferme ou brassé) était proposé à chaque participant, ainsi que du sucre en poudre présenté dans son emballage d'origine, que les participants pouvaient utiliser librement pour sucrer leur yaourt. Toutes les gestes liés à ce repas et notamment à la consommation du yaourt ont été comptabilisées et analysées. Le nombre et le remplissage de cuillerées de sucre, la fréquence, la façon de mélanger ou non le yaourt ont été évalués pour chaque participant. Enfin la quantité de sucre ajoutée par le groupe a été déterminée en pesant avant et après le repas le contenant de sucre en poudre. À la fin du repas, un questionnaire a été remis aux

Methodology: explains in detail the choice of material and the method used.

IMReD structure of a research article

Résultats et discussion

Résultats issus de l'étude observationnelle sur le comportement de sucrage

Une première étude observationnelle a été réalisée pour identifier la variabilité des comportements de sucrage de consommateurs en situation réelle de consommation d'un yaourt. Pour cela, 70 personnes ont été filmées au cours d'un repas, puis questionnées à la fin du repas pour comprendre les raisons de leur sucrage.

Différents types de comportements ont pu être observés : certains participants mangent leur yaourt plutôt lentement et par petites quantités, tandis que d'autres le mangent à un rythme plus rapide et prennent des grosses cuillerées.

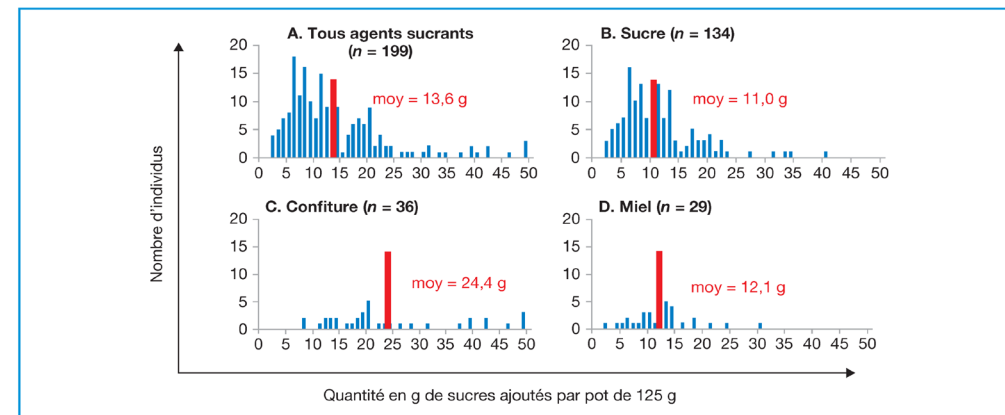
Résultats issus de l'étude quantitative

Impact de l'agent sucrant utilisé sur la quantité de sucres ajoutés dans le yaourt

En moyenne, les participants ont ajouté 13,6 g (\pm 0,7 g) de sucres à leurs yaourts de 125 g. Cette quantité est supérieure

à celle des yaourts de la littérature (10,5 g) que les participants de 30 à 40 ans ($p = 0,015$). Les participants dans les CSP moyennes et inférieures ont tendance à ajouter plus de sucres (+ 18,9 %) que ceux de la CSP supérieure ($p = 0,064$). Les participants ayant un IMC de 22 et plus ont ajouté en moyenne davantage de sucres (augmentation de 22,8 %) que les participants ayant un IMC inférieur à 22 ($p = 0,027$). Les travaux de la littérature concernant ce lien entre IMC et

Results: presents all the data and results obtained in the form of tables, graphs, etc.



IMReD structure of a research article

Lien entre habitudes et attitudes de consommation des participants et quantité de sucres ajoutés

La quantité de sucres ajoutés diffère fortement entre les participants. Ces derniers ont été segmentés en trois groupes de taille égale en fonction de la quantité de sucres qu'ils ont ajoutée au yaourt : un groupe de « petits sucreurs » (moins de 8,4 g de sucres ajoutés par pot), un groupe de « moyens sucreurs » (entre 8,4 et 14,1 g de sucres ajoutés par pot) et un groupe de « grands sucreurs » (plus de 14,1 g de sucres ajoutés par pot).

Les habitudes et attitudes de consommation de ces trois groupes de sucreurs (détaillées dans la figure 2) sont cohérentes avec les quantités de sucres effectivement ajoutées. Par exemple, les « petits sucreurs » sont plus nombreux à être moins motivés par le plaisir de manger et plus nombreux à avoir un IMC inférieur à 22 (23 % chez

les petits, 32 % chez les moyens et 42 % chez les grands sucreurs). Pour eux, les yaourts aromatisés et/ou aux fruits sont jugés plutôt trop sucrés et ils ont tendance à contrôler leur consommation en sucres. Ils sont plus nombreux à considérer que les aliments et boissons sucrés sont nuisibles à leur santé. À l'opposé, les « grands sucreurs » sont plus nombreux à avoir un IMC plus élevé (supérieur à 25) (45 % chez les grands consommateurs, 35 % chez les moyens et 22 % chez les « petits sucreurs ») et cherchent davantage la satisfaction et à combler une « envie soudaine » par la consommation de yaourt. Ils sont plus nombreux à avoir utilisé de la confiture et à avoir sucré leur yaourt en plusieurs fois [9].

Par ailleurs, la quantité de sucres ajoutés par les participants n'a pas été affectée par le type de yaourt consommé (standard, au bifidus, marque nationale ou MDD, ferme, brassé). En revanche, les quantités de sucres ajoutés étaient significativement plus élevées lors des dîners (+29 %) que lors des déjeuners ($p = 0,05$).

Discussion: analyzes, argues and questions the results of the study.

IMReD structure of a research article

Conclusion

Ces études ont permis de décrire le comportement des consommateurs lors du sucrage de leur yaourt. Une première observation par vidéo des gestes des consommateurs au cours des repas a permis d'émettre des hypothèses sur les déterminants sensoriels recherchés par le consommateur pour atteindre un optimum d'appréciation en sucrant en une ou plusieurs fois leur yaourt. Une seconde étude quantitative a permis de quantifier les sucres ajoutés par des consommateurs dans un yaourt nature dans des conditions réelles de consommation. Les principaux résultats sont, d'une part, que la quantité ajoutée par le consommateur est plus élevée que la quantité moyenne de sucres ajoutés dans les yaourts présués du commerce et d'autre part, que les consommateurs sous-estiment en moyenne de moitié la quantité de sucre qu'ils ajoutent. Les résultats ont également permis de montrer que le comportement des consommateurs est lié à l'âge, l'IMC et la CSP des participants.

Conclusion: Reviews the results and offers the reader a reflection on the subject.

Références

- [1] Ginder Coupez V, Hébel P. Le yaourt, un marqueur « universel » de la qualité de la diète? Cah Nutr Diététique 2017;52S:S35-47.
- [2] Charby J, Hébel P, Vaudaine S. Les produits laitiers en France : évolution du marché et place dans la diète. Cah Nutr Diététique 2017;52S:S25-34.
- [3] IFOP. Sondage sur le thème de l'image nutritionnelle des produits laitiers 2012:711-38.
- [4] TNS-SOFRES. Rapport d'étude « Évaluation quantitative de la quantité de sucre ajoutée par les consommateurs dans leur Yaourt Nature ». 2003.
- [5] Delarue J, Boutrolle I. The effects of context on liking: implications for hedonic measurements in new product development. Consum. Innov. Food Pers. Care Prod. Elsevier. 2010;175-218.
- [6] Tuorila H, Lähteenmäki L. When is eating "real"? Appetite 1992;19:80-6.
- [7] Likert R. A technique for the measurement of attitudes. Arch Psychol 1932;140.
- [8] ANSES (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail). Table CIQUAL : composition nutritionnelle des aliments 2013.
- [9] Saint-Eve A, Leclercq H, Berthelo S, Saulnier B, Oettgen W, Delarue J. How much sugar do consumers add to plain yogurts?

IMReD structure of a research article

Conclusion

Ces études ont permis de décrire le comportement des consommateurs lors du sucrage de leur yaourt. Une première observation par vidéo des gestes des consommateurs au cours des repas a permis d'émettre des hypothèses sur les déterminants sensoriels recherchés par le consommateur pour atteindre un optimum d'appréciation en sucrant en une ou plusieurs fois leur yaourt. Une seconde étude quantitative a permis de quantifier les sucres ajoutés par des consommateurs dans un yaourt nature dans des conditions réelles de consommation. Les principaux résultats sont, d'une part, que la quantité ajoutée par le consommateur est plus élevée que la quantité moyenne de sucres ajoutés dans les yaourts présucrés du commerce et d'autre part, que les consommateurs sous-estiment en moyenne de moitié la quantité de sucre qu'ils ajoutent. Les résultats ont également permis de montrer que le comportement des consommateurs est lié à l'âge, l'IMC et la CSP des participants.

Références



- [1] Ginder Coupez V, Hébel P. Le yaourt, un marqueur « universel » de la qualité de la diète? Cah Nutr Diététique 2017;52S:S35-47.
- [2] Charby J, Hébel P, Vaudaine S. Les produits laitiers en France : évolution du marché et place dans la diète. Cah Nutr Diététique 2017;52S:S25-34.
- [3] IFOP. Sondage sur le thème de l'image nutritionnelle des produits laitiers 2012:711-38.
- [4] TNS-SOFRES. Rapport d'étude « Évaluation quantitative de la quantité de sucre ajoutée par les consommateurs dans leur Yaourt Nature ». 2003.
- [5] Delarue J, Boutrolle I. The effects of context on liking: implications for hedonic measurements in new product development. Consum. Innov. Food Pers. Care Prod. Elsevier. 2010;175-218.
- [6] Tuorila H, Lähteenmäki L. When is eating "real"? Appetite 1992;19:80-6.
- [7] Likert R. A technique for the measurement of attitudes. Arch Psychol 1932;140.
- [8] ANSES (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail). Table CIQUAL : composition nutritionnelle des aliments 2013.
- [9] Saint-Eve A, Leclercq H, Berthelo S, Saulnier B, Oettgen W, Delarue J. How much sugar do consumers add to plain yogurts?

References: **exhaustive bibliographic list of documents consulted by the authors.**

TD7 Activity: Summarizing a Scientific Research Paper:

The work will be done in groups of 5 students:

i. Read the article provided, propose an abstract of 150 to 200 words (10 to 15 lines) in French or English;

Original Article Food Science and Technology	Food Sci. Technol, Campinas, v42, e26621, 2022	ISSN 0101-2061 (Print) ISSN 1678-457X (Online)
DOI: https://doi.org/10.1590/fst.26621		
Local honey goat milk yoghurt production. Process and quality control		
Nesrine FEKNOUS ^{1*}  , Lina Lamis OUCHENE ¹ , Mahieddine BOUMENDJEL ² , Djamel-Eddine MEKHANCHA ³ , Yasmine BOUDIDA ³ , Ahmed CHETTOUM ⁴ , Amel BOUMENDJEL ² , Mahfoud MESSARAH ²		

TD7 Activity: Summarizing a Scientific Research Paper:

The work will be done in groups of 5 students:

- i. Read the article provided, propose an abstract of 150 to 200 words (10 to 15 lines) in French or English;**
- ii. Propose 5 keywords identifying the article (in French or English).**

The report, to be made in groups of 5 students (article files + report template available on the telum.umc.edu.dz platform) is to be given in paper version to the teacher during the next session.