



# **Matière**

# **Expressions écrites et orales**

# **TD07. L'article scientifique et le résumé**

**- L'article scientifique est un document académique qui sert à informer le lecteur qui s'intéresse activement à un domaine en particulier.**

**- Les auteurs (chercheurs) sont des spécialistes et des professionnels du domaine.**

- **L'article scientifique est publié dans un périodique (une revue) spécialisé du domaine.**
- **Pour qu'il soit publié, il doit être arbitré, évalué et révisé par un comité de lecture (pairs) formé d'experts et de spécialistes du dit domaine.**

- **L'article de recherche scientifique découle d'une étude scientifique (recherche) menée par un groupe de chercheurs experts dans le domaine.**
- **Son contenu est purement scientifique et est couramment utilisé par les pairs.**

# Structure IMReD d'un article de recherche

Cahiers de nutrition et de diététique (2017) 52S, 580-86



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<sup>1,\*</sup>, Anne-Cécile Mabillet<sup>2</sup>, Julien Delarue<sup>2</sup>

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

**Titre : représentatif du contenu de la recherche**

**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 présucrés 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).

# Structure IMReD d'un article de recherche

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<sup>1,\*</sup>, Anne-Cécile Mabile<sup>2</sup>, Julien Delarue<sup>2</sup>

<sup>1</sup>UMR Génie et Microbiologie des Procédés Alimentaires, AgroParisTech, INRA, Université Paris-Saclay, rue Lucien-Brétilgnière, 78850 Thiverval-Grignon, France

<sup>2</sup>UMR 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 contextualisés. 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).

**Résumé et mots clés : exposent brièvement les composantes de l'étude.**

**Une recherche doit toujours être accompagnée d'un résumé et de mots clés en français et en anglais pour être référencée dans des banques de données scientifiques nationales et internationales.**

# Structure IMReD d'un article de recherche

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<sup>1,\*</sup>, Anne-Cécile Mabillet<sup>2</sup>, Julien Delarue<sup>2</sup>

<sup>1</sup>UMR Génie et Microbiologie des Procédés Alimentaires, AgroParisTech, INRA, Université Paris-Saclay, rue Lucien-Brétilgnière, 78850 Thiverval-Grignon, France

<sup>2</sup>UMR 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).

**Le résumé (200 à 300 mots), reprend les éléments principaux de la recherche: but de la recherche, type de méthodologie, échantillonnage, population, outils et résultats.**

**Les mots clés, 5 à 10 au plus, servent à l'indexation de la recherche en bibliothèque et dans les bases de données informatiques.**



# Structure IMReD d'un article de recherche

## 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 socio-professionnelles, 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 cuillères 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 : précise clairement le sujet (problématique) et l'objectif de la recherche.**

# Structure IMReD d'un article de recherche

## 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 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

**Méthodologie : explique de façon détaillée le choix du matériel et la méthode utilisée.**

# Structure IMReD d'un article de recherche

## 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.

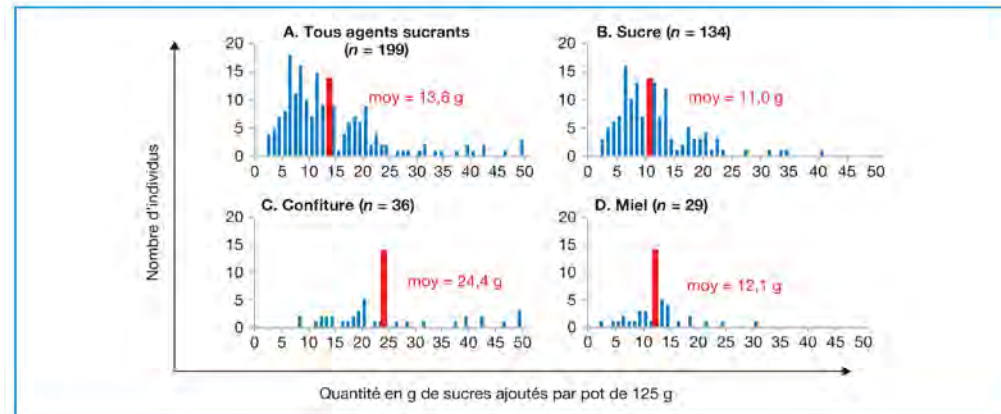
### Résultats issus de l'étude quantitative

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 participants de la CSP inférieure (moyenne de 10,1 g) que les participants de la CSP moyenne (moyenne de 13,6 g) ( $p = 0,015$ ). 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

**Résultats : présente l'ensemble des données et des résultats obtenus sous forme de tableaux, graphiques, etc.**



# Structure IMReD d'un article de recherche

## 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 : analyse, argumente et questionne les résultats de l'étude.**

# Structure IMReD d'un article de recherche

## 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 : effectue un rappel des résultats et propose au lecteur une réflexion sur le sujet.**

## 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?

# Structure IMReD d'un article de recherche

## 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?

**Références : liste bibliographique exhaustive des documents consultés par les auteurs.**

# Activité TD7 : Résumer un article de recherche scientifique :

**Le travail se fera en groupes de 5 étudiants :**

**i. Lire l'article fourni, proposer un résumé de 150 à 200 mots (de 10 à 15 lignes) en français ou en anglais ;**

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

# **Activité TD7 : Résumer un article de recherche scientifique :**

**Le travail se fera en groupes de 5 étudiants :**

- i. Lire l'article fourni, proposer un résumé de 150 à 200 mots (de 10 à 15 lignes) en français ou en anglais ;**
- ii. Proposer 5 mots clés identifiant l'article (en français ou en anglais).**

**Le compte rendu, à réaliser en groupe de 5 étudiants (fichiers article + modèle de compte rendu disponibles sur l'espace cours [telum.umc.edu.dz](http://telum.umc.edu.dz)) est à remettre en version papier à l'enseignant(e) lors de la séance suivante.**