



MANGER MIEUX ET BOUGER PLUS : ET S'IL SUFFISAIT D'UN SIMPLE (DÉ)CLIC AVEC GOOD MOVE ?

Depuis l'an dernier, la campagne européenne Good Move invite la jeune génération à manger mieux et bouger plus. En particulier les Français, les Polonais et les Espagnols de 18 à 34 ans, une population qui utilise beaucoup les réseaux sociaux...

Justement, ces derniers pourraient influencer positivement sur leurs comportements alimentaires : c'est ce dont témoigne une récente étude¹, qui fait écho au dernier baromètre Santé Publique France².

Dans cet esprit, Good Move lance une collaboration avec l'emblématique YouTubeur Ben Névert et le facétieux diététicien nutritionniste Benoît Diagne, qui vont accompagner les créateurs de contenus Kaatsup et Marcus.



Ben Névert



Benoît Diagne

**L'IDÉE : ÉVOLUER PAS À PAS,
TOUT EN Y PRENANT
DU PLAISIR !**

Ben publiera également des vidéos pour montrer sa propre évolution, tandis que Benoît partagera son expertise pour guider les jeunes vers un meilleur équilibre alimentaire.

¹ Hawkins, L., Farrow, C., Clayton, M., & Thomas, J. M. (2024). Can social media be used to increase fruit and vegetable consumption? A pilot intervention study. Digital Health, 10, 20552076241241262.

² « Fréquences nationales et régionales de consommations alimentaires par rapport aux recommandations nutritionnelles des adultes français : résultats des baromètres 2021 hexagonal et DROM de Santé Publique France », Valérie Deschamps, Benoît Salanave, Charlotte Verdot, 13 septembre 2024. Enquête menée par l'institut Ipsos auprès de plus de 31 000 adultes âgés de 18 à 85 ans.



LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR BOOSTER LA CONSOMMATION DE FRUITS ET LÉGUMES ?

« 5 portions de fruits et légumes par jour » : les Français disent avoir bien retenu la recommandation... Mais ils reconnaissent ne pas toujours la suivre. Comme l'indique **le dernier baromètre de Santé Publique France²**, publié le 29 avril 2025, seuls 24% des femmes et 18% des hommes suivent ce conseil, chiffre qui tombe à 20% pour les 25-34 ans et même 17% chez les 18-24 ans.

Pourtant, une alimentation saine et incluant la consommation quotidienne de fruits et légumes joue un rôle positif pour la santé, et contribue notamment à la prévention des maladies chroniques.

Augmenter d'une portion quotidienne (80 g) sa consommation de fruits et légumes réduirait environ de 5% le risque

de mortalité prématurée due aux maladies non transmissibles³. Mais les changements d'habitudes alimentaires peuvent prendre du temps et, **si informer ne semble pas suffire**, le baromètre souligne l'importance d'évoluer, même à petits pas.

Dans ce contexte, les réseaux sociaux pourraient donc s'avérer **un outil efficace dans les stratégies de communication « santé »**. En effet, leur influence repose sur des **mécanismes inconscients favorisant le changement**, tandis que le **sentiment d'appartenance à une communauté en ligne agit comme un amplificateur**. Reste à **diffuser des contenus attractifs et en phase avec les recommandations**, comme s'y engage la campagne Good Move !

RÉSEAUX SOCIAUX : QUELLE INFLUENCE ?

L'étude « Réseaux sociaux : une influence ambivalente sur les comportements alimentaires »⁴, relayée par Aprifel dans un Équation Nutrition en mars 2025, met en lumière **l'impact des réseaux sociaux sur l'adoption de bonnes habitudes alimentaires**. En résumé, un groupe d'utilisateurs d'Instagram ayant été davantage exposé à des contenus promouvant une alimentation saine a vu sa consommation de fruits et légumes augmenter de 1,37 portion par jour en moyenne, tout en réduisant la part des aliments à forte densité énergétique.

A contrario, les réseaux sociaux peuvent parfois véhiculer des idées fausses et nocives, ayant elles aussi un fort pouvoir d'influence. Ainsi, des travaux⁵ soulignent qu'une **faible part de contenus publiés sur ces médias respectent les recommandations nutritionnelles**. Par exemple, l'analyse de 114 recettes partagées sur Instagram et taguées #healthy a révélé que seules 3 d'entre elles étaient jugées réellement saines et dignes de confiance. La plupart se sont révélées déséquilibrées, voire trop restrictives, et donc à risque pour la santé, qu'elle soit physique ou mentale, à moyen ou long terme.



² « Fréquences nationales et régionales de consommations alimentaires par rapport aux recommandations nutritionnelles des adultes français : résultats des baromètres 2021 hexagonal et DROM de Santé Publique France », Valérie Deschamps, Benoît Salanave, Charlotte Verdot, 13 septembre 2024. Enquête menée par l'institut Ipsos auprès de plus de 31 000 adultes âgés de 18 à 85 ans.

³ Source : Background paper for the FAO/WHO workshops international workshop on fruits and vegetable, 2020, effects of fruit and vegetable intakes on health).

⁴ Hawkins, L., Farrow, C., Clayton, M., & Thomas, J. M. (2024). Can social media be used to increase fruit and vegetable consumption? A pilot intervention study. Digit Health.

⁵ « Réseaux sociaux : une faible part de contenus respectent les recommandations nutritionnelles », Équation Nutrition, N° 251, août 2024.



RENDEZ-VOUS EN LIGNE AVEC BEN NÉVERT, BENOÎT DIAGNE ET LEURS GUESTS

Durant cette deuxième année de campagne, pour **se booster avec humour et légèreté**, Good Move signe une collaboration avec des personnalités influentes sur les réseaux sociaux. Ensemble, elles se sont pliées au jeu de la **table ronde dans un format original** baptisé « **Sous la cloche** ». Ben, Marcus et Kaatsup, accompagnés de Benoît Diagne (diététicien nutritionniste), se dévoilent autour de trois cloches qui cachent des aliments évocateurs : plat d'enfance, repas de la flemme, recette doudou... L'occasion de rire, de partager des anecdotes et de recueillir les conseils bienveillants du diététicien nutritionniste, pour dédramatiser notre rapport à l'alimentation. Une table ronde fun et sincère, sans injonction ni culpabilisation, pour inspirer les jeunes à faire leurs propres choix et avancer pas à pas vers un meilleur équilibre.

La [vidéo de la table ronde](#) vient d'être mise en ligne sur la chaîne YouTube de Ben.

Pour initier un changement de comportements, Kaatsup, Marcus et même Ben partagent leur rapport à l'alimentation et à leur mode de vie. Benoît, diététicien, également présent, vient partager son regard professionnel, apporter des conseils et des astuces, et bousculer certaines idées reçues sur l'alimentation et les fruits et légumes. Chacun tente ensuite d'adopter certaines de ces bonnes pratiques, en partageant ponctuellement des contenus sur TikTok autour de leur expérience et de leurs impressions. De courtes vidéos « bilan », enrichies des conseils de Benoît, seront publiées sur le compte des créateurs de contenus sur TikTok.

L'objectif : **toucher les 18-34 ans et, surtout, transmettre le message que chaque petit pas compte** pour adopter de meilleures habitudes. Pas besoin d'être parfait : l'essentiel est de faire ses propres choix... et d'y prendre plaisir !

LA TEAM GOOD MOVE... À RETROUVER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR FINIR L'ANNÉE EN BEAUTÉ !



BEN NÉVERT

YouTubeur en vogue, suivi par 607 000 personnes, il propose des contenus originaux, notamment des tables rondes qui libèrent la parole sur des sujets parfois tabous.

77 000 abonnés sur TikTok



BENOÎT DIAGNE

Diététicien nutritionniste, spécialiste des troubles du comportement alimentaire et éducateur spécialisé, il motive avec humour plus de 54 000 personnes sur Instagram.

20 600 abonnés sur TikTok



MARC AKA MARCUS

Touchant et solaire avec sa bonne humeur légendaire, il s'est remis au sport récemment, mais souhaite être soutenu pour l'aspect alimentaire.

364 000 abonnés sur TikTok



KALINA AKA KAATSUP

Créatrice de contenu polyvalente, Kaatsup partage son univers mêlant sport, lifestyle et gaming, mais a du mal à gérer son alimentation avec ce rythme intense.

1,8 million d'abonnés sur TikTok



DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE : AVANCER PAS À PAS AVEC GOOD MOVE !

Cofinancée par l'Union européenne, la campagne Good Move a été pensée pour encourager la jeune génération à **manger mieux et bouger plus**. De 2024 à 2026, elle se déploie en France, en Pologne et en Espagne avec pour ambition de toucher plus de 25 millions de 18-34 ans.

Deux leviers doivent permettre d'atteindre les objectifs de Good Move :

- **Informier et sensibiliser sur l'intérêt de consommer des fruits et légumes au quotidien**, en complément d'une activité physique régulière.
- **Inciter et aider à passer à l'action** en partageant des petites astuces toutes simples, qui permettent de lever les obstacles de chacun.

Plus facile à dire qu'à faire ? Bien sûr, on ne change pas ses habitudes d'un claquement de doigts... C'est pourquoi la campagne Good Move s'appuie sur **le modèle de Prochaska**⁵, qui théorise les différentes étapes dans l'évolution des comportements. On prend d'abord conscience des changements qui seraient bénéfiques, puis vient la phase de motivation qui permet d'envisager un début de mise en pratique. Mais ce passage à l'action reste fragile et nécessite souvent un accompagnement pour s'ancrer, avant de pouvoir maintenir ces nouvelles habitudes dans la durée. Une méthode reconnue scientifiquement, qui a d'ailleurs fait ses preuves pour l'arrêt du tabac !

Pas d'injonction, ni de culpabilisation, donc, mais une invitation à avancer pas à pas, **chacun à son rythme, selon ses besoins**. D'autant que la diversité des fruits et légumes comme des activités physiques permet à tous les profils de s'y retrouver. Avec, en prime, la contribution de Good Move et des réseaux sociaux pour décupler sa motivation !



⁵ Prochaska and Di Clemente's transtheoretical model of change (1982).



3 ANS D'ÉVÉNEMENTS POUR BOOSTER SON QUOTIDIEN AVEC GOOD MOVE !

Une émission web pour lancer la campagne en 2024 :

sous la forme d'une table ronde consacrée aux habitudes alimentaires et sportives des jeunes, animée par la journaliste Laurie Samama, elle réunissait des spécialistes de la nutrition, du sport et de la psychologie.

Des modules de e-learning à destination des coachs sportifs :

Proches des jeunes au quotidien, leur complicité permet de relayer des messages clés sur l'équilibre alimentaire, son optimisation ou encore son lien avec l'activité physique et le sommeil.

Des partenariats avec de grandes rencontres sportives partout en France :

Marche en Fête, le Festival Cross Country et d'autres événements emblématiques mis en place par la Fédération Française d'Athlétisme.

Des opérations sur les réseaux sociaux :

Publication de contenus sur TikTok, collaborations avec des influenceurs, co-crédation de micro-trottoirs viraux avec Le Bonbon...



Financé par l'Union européenne. Cependant, les positions et opinions exprimées appartiennent aux auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour la recherche (REA). Ni l'Union européenne ni l'autorité chargée de l'octroi ne sauraient en être tenues pour responsables. Pour obtenir des conseils sur une alimentation équilibrée et saine, veuillez vous référer à mangerbouger.fr

Enjoy it's from Europe
= Plaisirs d'Europe