

NOTE DETAILLEE

Les Français et les calories : quel rapport à la nutrition ?

Etude *Harris Interactive* pour le *Mouvement pour l'Equilibre Nutritionnel (MENU)*

Enquête réalisée du 24 au 26 juin et du 04 au 06 novembre 2014. Echantillons de 1 000 et 1 002 personnes représentatifs des Français âgés de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région d'habitation de l'interviewé(e).

*_**

A la demande du *Mouvement pour l'Equilibre Nutritionnel (MENU)*, Harris Interactive a réalisé **une enquête auprès des Français sur leur rapport aux calories et à la nutrition en général**. Quelle connaissance et quel intérêt ont-ils pour ce sujet ? Comment définissent-ils l'équilibre nutritionnel et comment le mettent-ils en pratique ? Comment appréhendent-ils le sujet de la nutrition dans le contexte des fêtes de fin d'années ? Enfin, observe-t-on des différences significatives dans ces domaines selon le profil des répondants (sexe, âge, corpulence, etc.) ?

Que retenir de cette enquête ?

- **62% des Français déclarent connaître l'apport calorique des aliments et boissons qu'ils consomment**, une connaissance nettement plus courante parmi les milieux privilégiés, les personnes ayant déjà fait un régime et les femmes.
- **Pour la plupart des Français (60%), l'équilibre nutritionnel consiste à manger des repas incluant différentes familles d'aliments**. On remarque néanmoins une nuance différente selon le sexe, les femmes se concentrant davantage sur cet équilibre dans la composition des repas quand les hommes insistent un peu plus souvent sur une compensation des apports par l'activité physique.

- **Les Français se montrent partagés quant à la facilité de composer des menus équilibrés**, 53% estimant qu'il s'agit d'une tâche facile et 46% d'une tâche difficile, et plus particulièrement pour les personnes ne faisant pas de sport, en situation d'obésité ou peu diplômées.

- Les aliments très caloriques qui viennent le plus souvent à l'esprit des Français en spontané sont le **beurre**, les **frites**, le **sucre** et la **charcuterie** mais en cumulé ce sont les **aliments sucrés** qui dominent. Les aliments associés au « light » sont en revanche principalement les légumes. **Les édulcorants sont bien identifiés** (87%) et pourraient répondre à une certaine demande puisque 57% des répondants indiquent renoncer au moins de temps en temps à des aliments parce qu'ils sont trop caloriques.

- **Plus de quatre Français sur dix indiquent avoir déjà suivi un régime** alimentaire pour perdre du poids, le plus souvent hypocalorique ou protéiné et préfèrent dans cette optique manger moins (65%) ou faire plus de sport (41%) plutôt que de privilégier des produits édulcorés (25%).

- **La prise en compte « directe » des calories apparait toutefois relative dans la gestion de l'équilibre nutritionnel.** En effet, si les Français se déclarent majoritairement attentifs à leur poids (69%), aux propriétés des aliments qu'ils consomment (66%) et à la pratique régulière d'un sport (57%), le comptage des calories est relégué au second plan (22%).

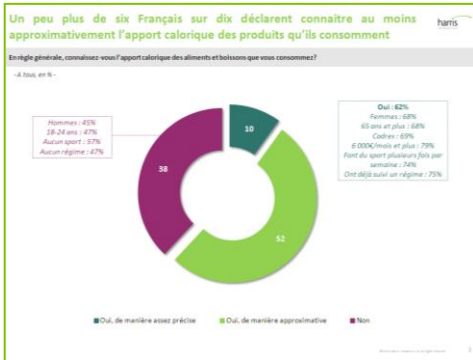
- **Leur première source d'information** en matière de nutrition est **l'étiquetage** (24%), devant Internet (14%) alors que les acteurs médicaux sont peu cités.

- **Près d'un Français sur deux** (48%) **estime qu'il va prendre du poids pendant les fêtes** de fin d'année, la plupart anticipant une prise de poids **entre 1 kilo et 2 kilos** (66%).

- Dans le détail :

62% des Français déclarent connaître l'apport calorique des aliments qu'ils consomment

Plus de six Français sur dix (62%) déclarent connaître l'apport calorique des aliments et boissons qu'ils consomment. **Certaines catégories apparaissent plus sensibilisées** à ce sujet comme les personnes ayant déjà



suivi un régime (75%) et celles faisant du sport plusieurs fois par semaine (74%) mais également les femmes (68%), les plus âgés (68%) et les milieux privilégiés (79% des plus aisés et 69% des cadres et professions libérales).

Seuls 10% indiquent néanmoins connaître cet apport de manière précise, quand 52% en ont une idée approximative. Les 38% restants témoignent au contraire de leur ignorance sur ce sujet, attitude plus fréquente parmi

les personnes ne pratiquant aucune activité physique (57%) et n'ayant jamais suivi de régime (47%) ainsi qu'au sein des plus jeunes (47%) et des hommes (45%).

Qu'entend-on par équilibre nutritionnel ?

Pour 60% des Français, l'équilibre nutritionnel c'est avant tout **manger des repas incluant différentes familles d'aliments** (comme les viandes, les légumes, les produits laitiers, les fruits, etc.). Pour 24%, cela consiste plutôt à **équilibrer les apports et les dépenses caloriques** quand moins d'un Français sur dix y associe le fait de manger moins gras, moins sucré et moins salé (8%) ou de manger des produits de qualité, de saison (8%).

Sur cette question, on remarque à nouveau des différences statistiquement significatives en fonction du sexe, **les femmes se concentrant davantage sur l'équilibre dans la composition des repas (64%) quand les hommes insistent un peu plus souvent sur une compensation des apports par l'activité physique (28%)**. On note par ailleurs que les plus âgés et les ouvriers se montrent au contraire un peu plus réceptifs à l'idée de « manger moins gras, moins sucré, moins salé » (respectivement 11% et 17%*¹).

¹ Les chiffres suivis d'un astérisque dans ce document sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs.

Des aliments caloriques bien identifiés mais une association du « light » plutôt aux légumes qu'aux produits édulcorés

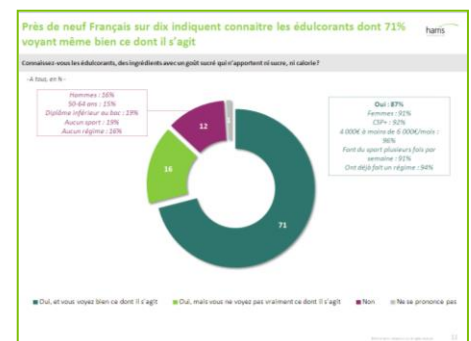
Les aliments très caloriques qui viennent le plus souvent à l'esprit des Français en spontané sont le **beurre**, les **frites**, le **sucre** et la **charcuterie** puis les sodas, le fromage, les chips, les gâteaux, l'huile ou encore le chocolat.

Si les représentations des Français apparaissent sur ce sujet assez diversifiées, en cumulé ce sont les **aliments sucrés** (gâteaux, pâtisseries, chocolat, etc. – 19% des citations) qui sont le plus cités, devant les « **bonnes** » **calories** (viandes, noix, fruits, etc. – 17%), les **matières premières** (beurre, huile, sucre, etc. – 15%), les **aliments gras** (charcuterie, sauces, plats préparés, etc. – 15%) et la « **junk food** » (hamburgers, frites, chips, etc. – 14%). Les **boissons sucrées et alcoolisées** sont un peu moins souvent évoquées (9%).



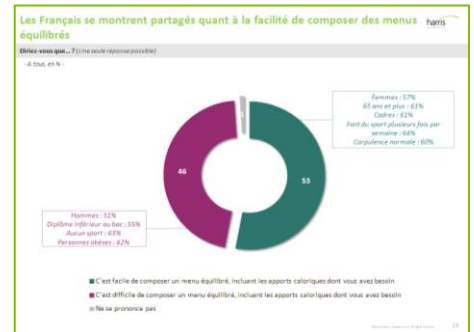
Lorsqu'on les interroge sur les produits « light » ou allégés au contraire, les citations sont beaucoup plus homogènes et principalement concentrées autour des légumes (36% des citations) même si les fruits (14%) et certaines viandes (12%) sont également évoqués. Les produits allégés ne sont donc pas immédiatement associés à la notion d'aliments « light » ou hypocaloriques.

En assisté, les édulcorants sont pourtant bien identifiés : 87% des Français indiquent en avoir entendu parler dont 71% qui voient même bien ce dont il s'agit. De plus, on constate qu'ils pourraient répondre à une certaine demande puisque **57% des répondants indiquent renoncer au moins de temps en temps à des aliments parce qu'ils sont trop caloriques** (contre 21% rarement et 22% jamais). A nouveau, les personnes ayant déjà fait un régime ou faisant très régulièrement du sport, les femmes et les milieux privilégiés se distinguent puisque ces profils se montrent à la fois mieux informés sur les édulcorants et plus enclins à renoncer à certains aliments très caloriques.



Des Français partagés quant à la facilité de composer des menus équilibrés

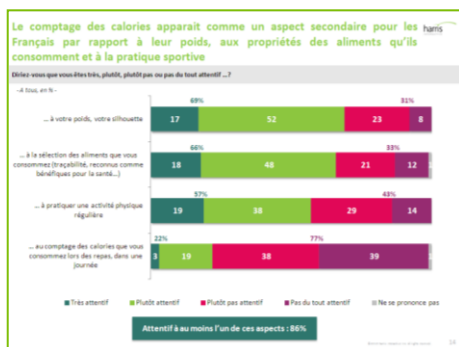
Si **53% des personnes interrogées estiment qu'il est facile de composer un menu équilibré**, incluant les apports caloriques nécessaires, **46% font au contraire part de leurs difficultés dans ce domaine** et en particulier ceux qui ne pratiquent aucune activité physique (63%), les personnes obèses (62%) et dans une moindre mesure les moins diplômés (55%) et les hommes (51%).



La première source d'information des Français en matière de nutrition est **l'étiquetage des produits (24%)**, devant Internet (14%). Les autres supports d'information comme les professionnels de santé (médecin généraliste, nutritionniste, pharmacien), l'entourage ou les médias traditionnels qui ne sont cités que par moins d'un Français sur dix. **A noter que 23% des enquêtés indiquent ne pas s'informer du tout sur ce sujet car cela ne les intéresse pas.** On note donc une distance qui perdure par rapport au sujet majeur de santé publique que constitue l'alimentation.

Des Français qui appréhendent de manière très secondaire le comptage des calories dans la gestion de leur équilibre nutritionnel

Si la majorité des répondants se disent **attentifs à leur poids** et à leur silhouette (69%), **à la sélection des aliments** qu'ils consomment (66%) **et à la pratique régulière d'une activité physique** (57%), seuls 22% se



présentent comme vigilants sur le comptage des calories consommées lors des repas, dans une journée.

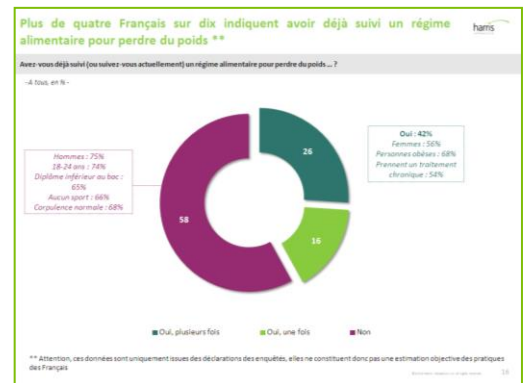
Sur tous ces sujets, les femmes, les milieux les plus privilégiés et les personnes faisant du sport plusieurs fois par semaine ou ayant déjà fait un régime se déclarent plus attentives. On note néanmoins que le comptage des calories apparaît également plus souvent comme une préoccupation

parmi les plus âgés et les personnes prenant un traitement contre une maladie chronique.

Plus de quatre Français sur dix déclarent avoir déjà fait un régime, avec une préférence pour les régimes hypocaloriques ou protéinés et un recours plus marginal aux produits édulcorés

Plus de quatre Français sur dix indiquent avoir déjà suivi un régime alimentaire pour perdre du poids – surtout parmi les personnes obèses (68%) et les femmes (56%) –, le plus souvent hypocalorique ou protéiné et préfèrent dans cette optique manger moins (65%) ou faire plus de sport (41%) plutôt que de privilégier des produits édulcorés même si un quart d’entre eux y ont recours (25%).

Ces produits sont par ailleurs largement consommés (75% des Français indiquent consommer au moins occasionnellement des produits édulcorés) mais à des fréquences relativement peu élevées (entre 16%

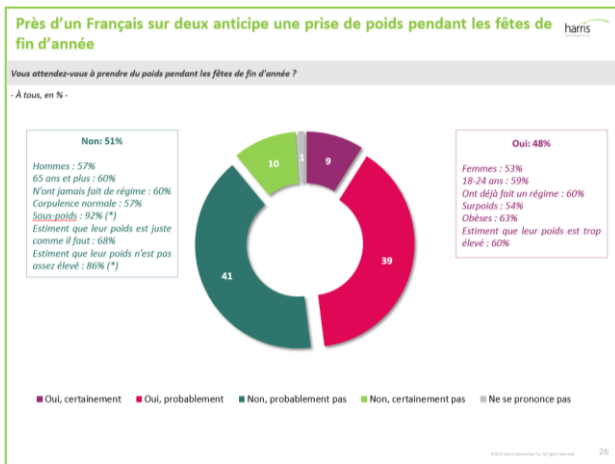


- pour les sucrettes - et 34% - pour les boissons - des Français indiquent en consommer « au moins de temps en temps » dont 8% à 14% « souvent »). Les personnes ayant déjà fait un régime indiquent généralement des fréquences de consommation un peu plus élevées sans pour autant que cela atteigne une majorité d’entre eux. Dans le détail, on remarque que les hommes évoquent davantage les boissons light, que les jeunes citent plus souvent les boissons et chewing-gums alors que les plus âgés, les ouvriers et les personnes obèses se tournent plutôt vers les sucrettes.

Si la nutrition et les conséquences de l’alimentation et de l’activité physique sur sa santé et sa silhouette sont donc bien des sujets qui sont présents à l’esprit des Français au quotidien, il apparaît que **les produits édulcorés n’émergent pas aujourd’hui comme un levier évident** sur ces enjeux. Bien identifiés en tant que tels mais peu fréquemment consommés, ils ne sont pas spontanément associés à une alimentation équilibrée et la notion de régime uniquement fondé sur le comptage des calories n’apparaît pas comme suffisante pour bien manger. Les personnes ayant déjà suivi un régime et les femmes semblent un peu plus promptes à privilégier ces options pour perdre du poids mais les autres déclarent plutôt préférer moins manger ou faire davantage de sport, ce dernier argument trouvant particulièrement écho parmi les hommes.

Près de la moitié des Français anticipe une prise de poids pendant les fêtes

Près d'un Français sur deux (48%) estime qu'il va prendre du poids pendant les fêtes de fin d'année et plus particulièrement les plus jeunes (59% des 18-24 ans), les femmes (53%) et les profils sensibles à ce sujet comme



les personnes ayant déjà fait un régime (60%), estimant que leur poids est trop élevé (60%) ou en situation d'obésité (63%).

La plupart des Français qui déclarent effectivement qu'ils pensent grossir pendant les fêtes anticipe une prise de poids **entre 1 kilo et 2 kilos** (66%). 16% prévoient une évolution moindre, de moins de 1 kilo, et 14% un gain de 2 à 3 kilos. Seuls 3% estiment que les fêtes auront un impact très conséquent sur leur poids, de 3 kilos ou plus.

On note que **les profils se montrant peu sensibles aux questions de poids**, comme les personnes déclarant n'avoir jamais fait de régime et ne jamais faire de sport, tendent à **anticiper des conséquences moins importantes** que la moyenne alors que les moins diplômés et les habitants du Nord-Est envisagent un peu plus souvent sur des prises de poids plus conséquentes. **On remarque enfin que sur cette question les réponses des hommes ne se distinguent pas significativement de celles des femmes.**

* *
*

Dans cette enquête se dessine donc une appréhension de l'équilibre nutritionnel encore très partielle et qui reste largement déficitaire auprès de certaines catégories de population, sans véritable relais dans les médias ou le secteur médical à l'heure actuelle qui émergent comme des moyens d'information marginaux pour les Français dans ce domaine.

*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP (société mère de Toluna) permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harrisinteractive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

Contacts :

Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe - 39 rue Crozatier - 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr