

# Etat des lieux

**Béatrice de Reynal,**

Nutritionniste et administrateur de la  
Fondation Louis Bonduelle



# Sommaire

- Où en est-on de la consommation de légumes et quels progrès avons nous faits en France?
- Que pensent les Français de leur alimentation et que recherchent-ils ?
- Est-il toujours aussi important d'agir en prévention nutritionnelle ?



# Où en est on avec la consommation de légumes ?

70% des Français n'en mangent pas assez... mais 77,3% de la population française s'estime bien informée sur la nutrition (baromètre nutrition 2002 INPES)

**La consommation moyenne de fruits et de légumes en France reste trop faible et n'a pratiquement pas progressé au cours des huit dernières années** : selon les données de la dernière étude INCA, la consommation de légumes se serait stabilisée à 135 gramme par jour dans la population masculine et à 141 grammes par jour chez les femmes.

INCA2 (Etude Individuelle Nationale des Consommations Alimentaires 2), 2006-2007



# Connaissance du repère « au moins 5 F&L par jour »



- Notoriété croissante :
  - En 2005, 36 % des 15 ans et plus le citent spontanément
  - En 2007 : 48 %
- Enfants : 54 % le citent en 2007

*Source: Situation nutritionnelle en France, colloque du 12/12/07*

# Évolution de la consommation en F&L



## Entre 1999 et 2006

- Adultes
  - Augmentation de 16 % de la consommation de fruits frais ou transformés
  - Légumes : **stagnation** à 145 g/j pour les hommes et 141 g/j pour les femmes
- Enfants 3 à 14 ans
  - **Stabilité** de la consommation de F&L, aussi bien pour les fruits que pour les légumes
  - Augmentation de 16 % des compotes et fruits cuits
- Enfants 15 à 17 ans
  - + 12 % pour les fruits (64 g/j à 71 g/j)

*Source: INCA 2, premiers résultats, décembre 2007*

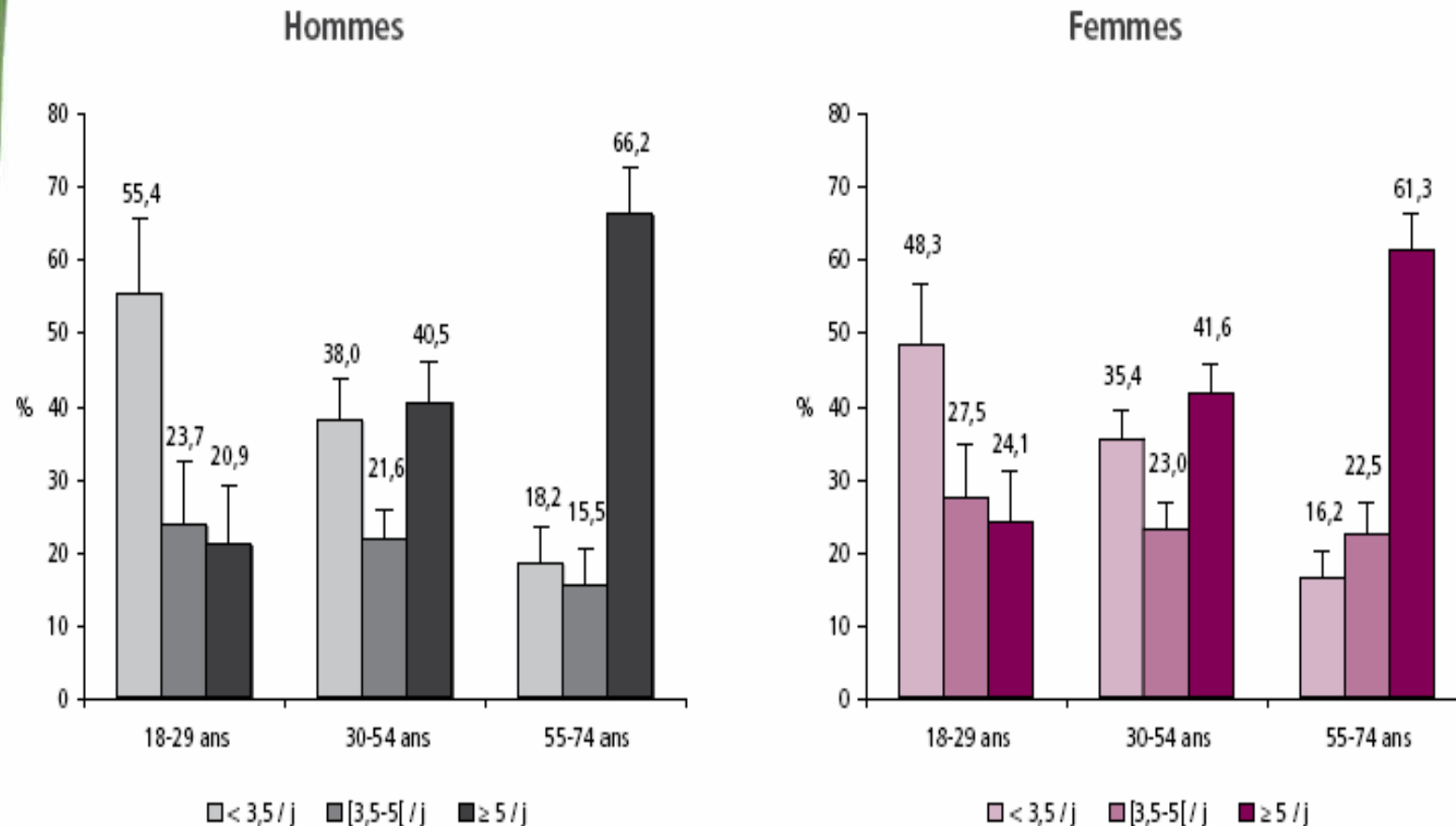
# Consommation de F&L en 2006



## Chez les adultes (18-74 ans)

- 65 % consomment au moins 3,5 portions de F&L (280 g)
- 42,8 % consomment au moins 5 portions (400 g)
- **Petits consommateurs (< 3,5 portions) = 35 %**
  - 37,3 % petits consommateurs de fruits (< 1,5 portion),
  - 45,7 % petits consommateurs de légumes (< 2 portions).

Source : ENNS, 2006



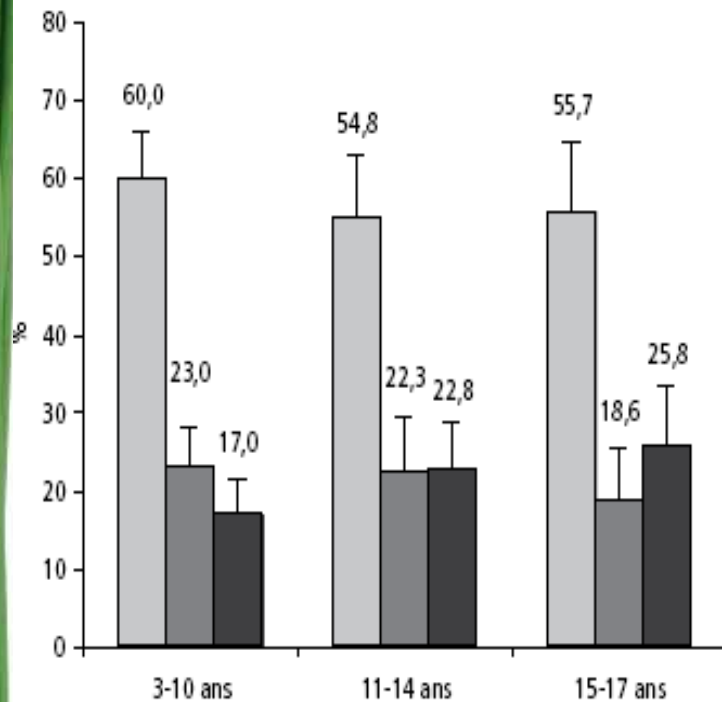
# Consommation de F&L en 2006



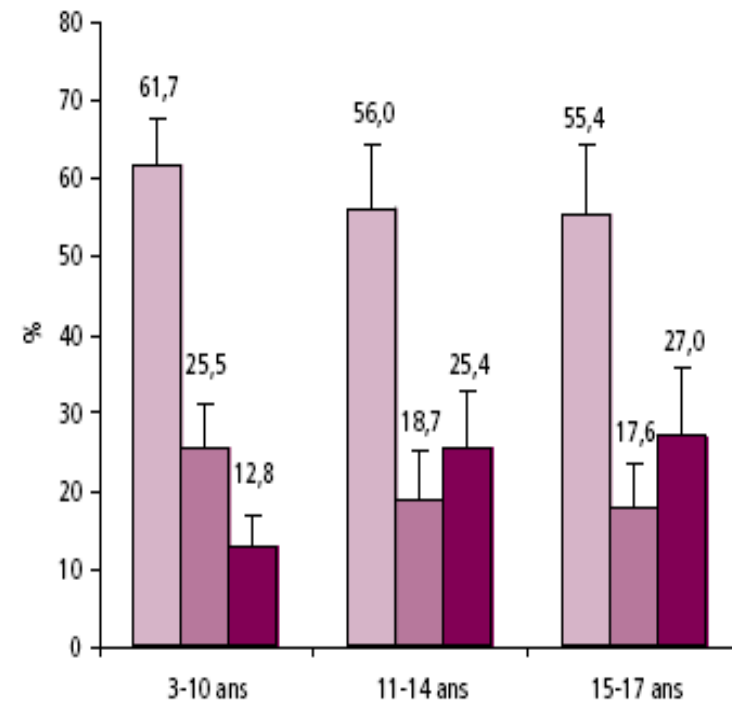
## • Chez les enfants (3-17 ans)

- Au moins 3,5 portions de F&L (280 g) pour 41,7%
- Au moins 5 portions (400 g) pour 19,7 %
- Soit 58 % de petits consommateurs de F&L
  - 44 % petits consommateurs de fruits (< 1,5 portion par jour)
  - 78,9 % petits consommateurs de légumes (< 2 portions par jour).

Garçons



Filles



Source : ENNS, 2006

□ < 3,5 /j   ■ [3,5-5 /j   ■ ≥ 5 /j

□ < 3,5 /j   ■ [3,5-5 /j   ■ ≥ 5 /j

# Alimentation et Santé



## Les Français ne se préoccupent donc pas de leur santé ?

- **85 % des ménages Français pensent que leur alimentation influence leur état de Santé**
- **Ils étaient 78 % en 2000**

source : Credoc 2006

# Perception de l'alimentation



	Rang	
<b>Une alimentation variée, saine et équilibrée</b>	<b>76</b>	<b>1</b>
La pratique régulière d'un sport	51	2
Le fait de bien dormir	42	3
La réduction du stress	33	4
Un suivi régulier par votre médecin	27	5
Des repas structurés	20	6
L'information et la pédagogie, dès le plus jeune âge de l'enfant	18	7
La limitation des activités sédentaires (TV, jeux vidéos, ordinateurs...)	17	8
Sans opinion	0	9
	% (1)	

Les comportements les plus importants pour préserver sa santé.

Source : TNS ANIA, Février 2008

(1) Le total des pourcentages est supérieur à 100, les personnes interrogées ayant pu donner trois réponses.



# Les critères qui retiennent l'attention lors de l'acte d'achat



- La date de péremption : 72 %
- Le prix : 57 %
- **La Composition : 48 %**
- Les labels de qualité : 44 %
- La provenance : 31 %
- La Marque : 27 %
- L'origine Bio : 23 %

Source : étude TNS SOFRES pour l'ANIA réalisée les 6 et 7 septembre 2006

# Acte d'achat

- 36,1 % des Françaises déclarent vérifier les taux de sucre et de MG des produits qu'elles achètent (TNS Secodip 2005)
- 56 % des consommateurs déclarent regarder toujours ou souvent la composition des aliments qu'ils achètent (63 % des femmes, 48 % des hommes. Source Cidil)
- 44% des personnes interrogées déclarent consommer plus d'une fois par mois des produits allégés en matière grasse et 39% des aliments fonctionnels, ils plébiscitent ensuite les produits allégés en sucre. (Source : Credoc 2006)

# Les Français face à la nutrition



- 93 % des Français ont besoin d'être informés pour mieux équilibrer leur alimentation.
- Seuls 23 % des Français déclarent comprendre complètement l'étiquetage nutritionnel
- 39 % des Français ne connaissent pas la signification du mot « Lipides »

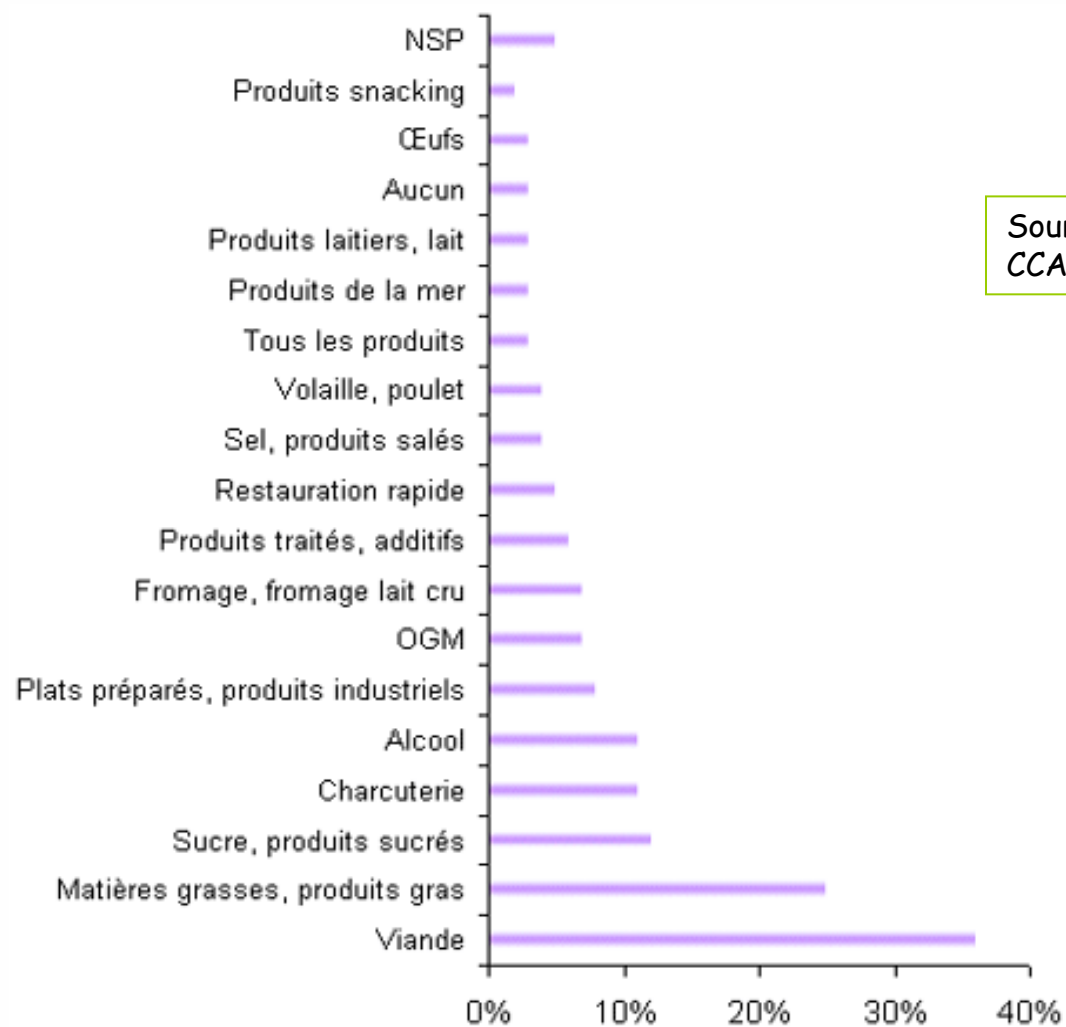
Sources CLCV

## 2 à 15 ans

- 64,9 % des enfants font attention à l'alimentation pour rester en bonne santé (+ 2,1 % vs 2002), mais surtout pour grandir et être fort (ou belle)
- 47,6 % font attention à ce qu'ils mangent pour ne pas grossir
- Le discours nutritionnel relayé par les parents, les médias et les enseignants commence à porter ses fruits

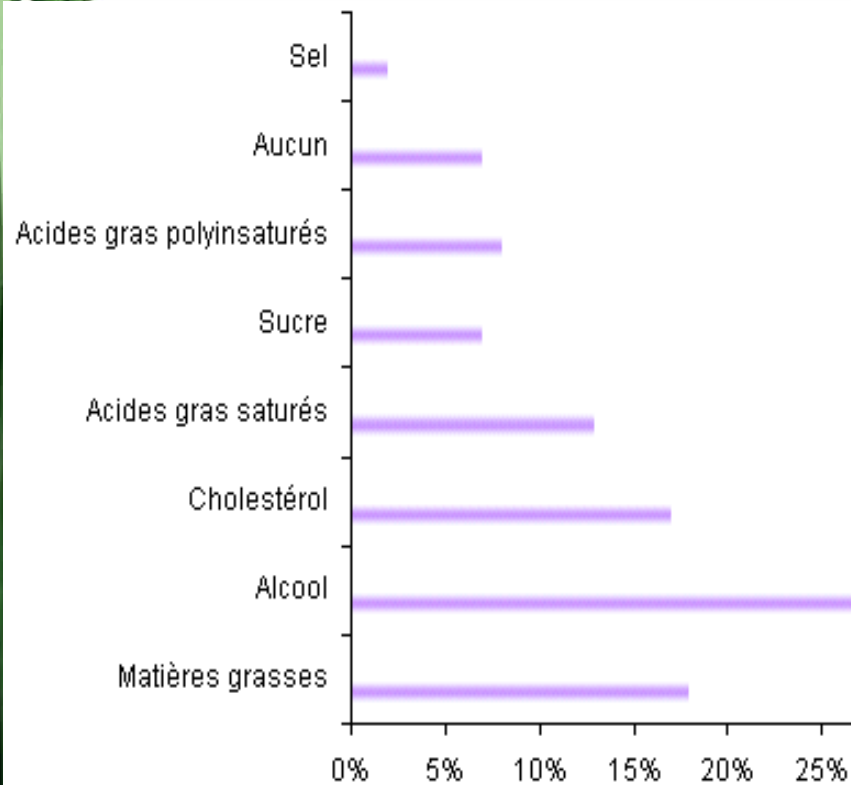
Source : TNS média Intelligence « juniors nouveaux enjeux alimentaires 2005 »

# Les produits alimentaires présentant le plus de risques pour la santé

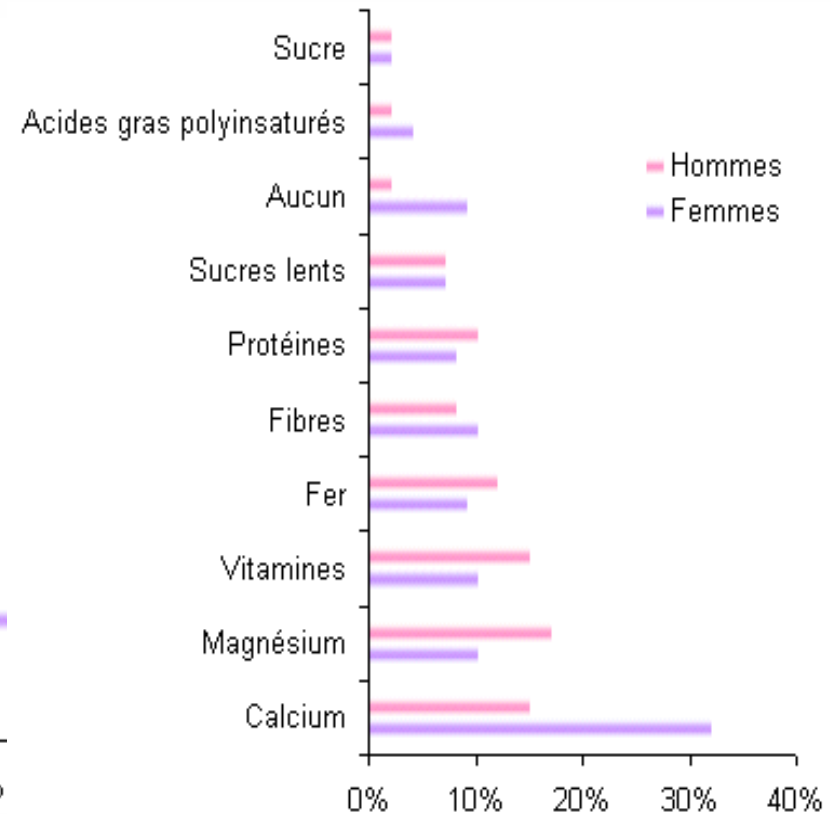


Source : Credoc enquête CCAF 2004

## Les éléments nutritionnels évités dans l'alimentation

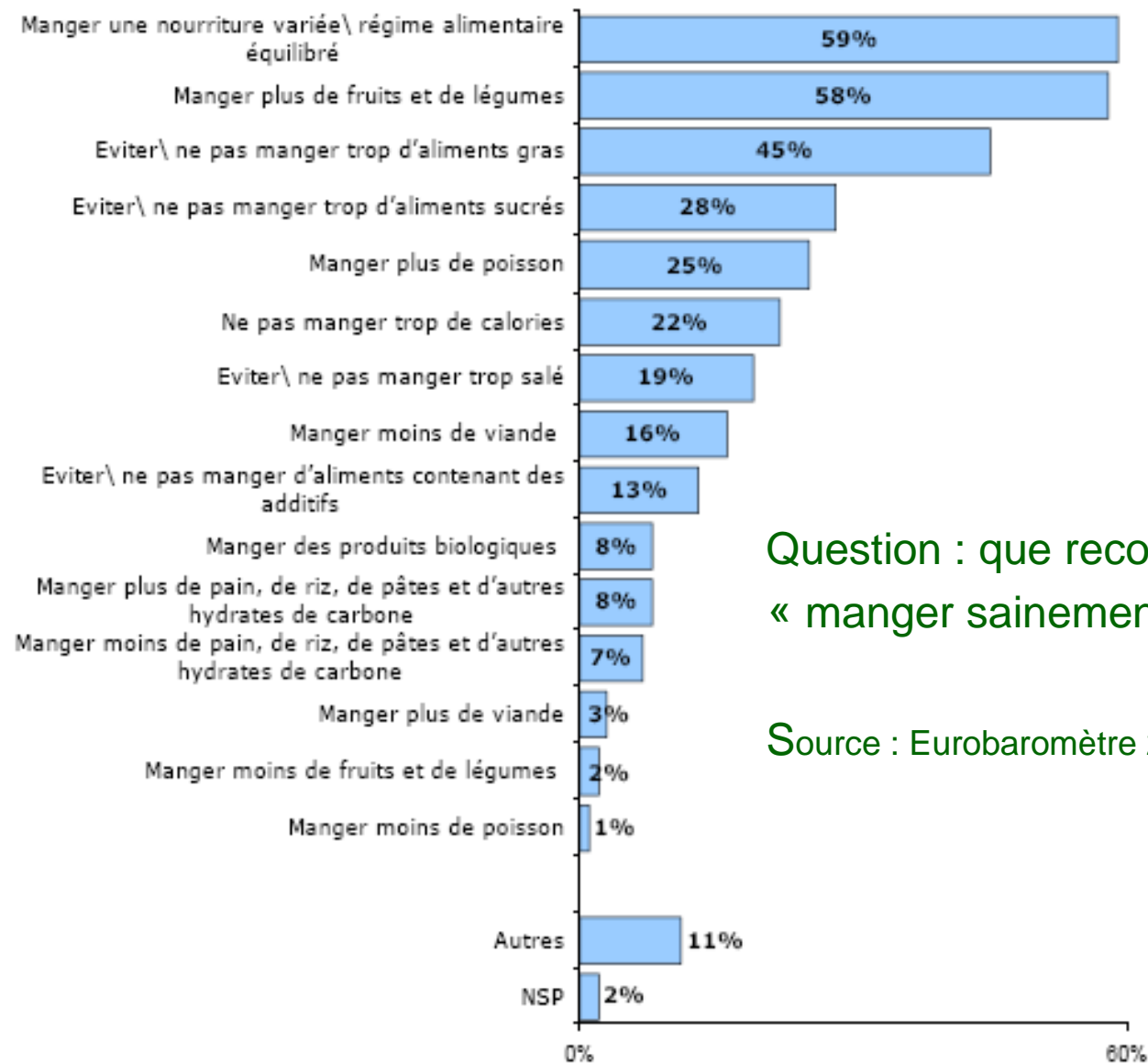


## Les éléments nutritionnels privilégiés



Source : Credoc enquête CCAF 2004

# Manger sainement en Europe



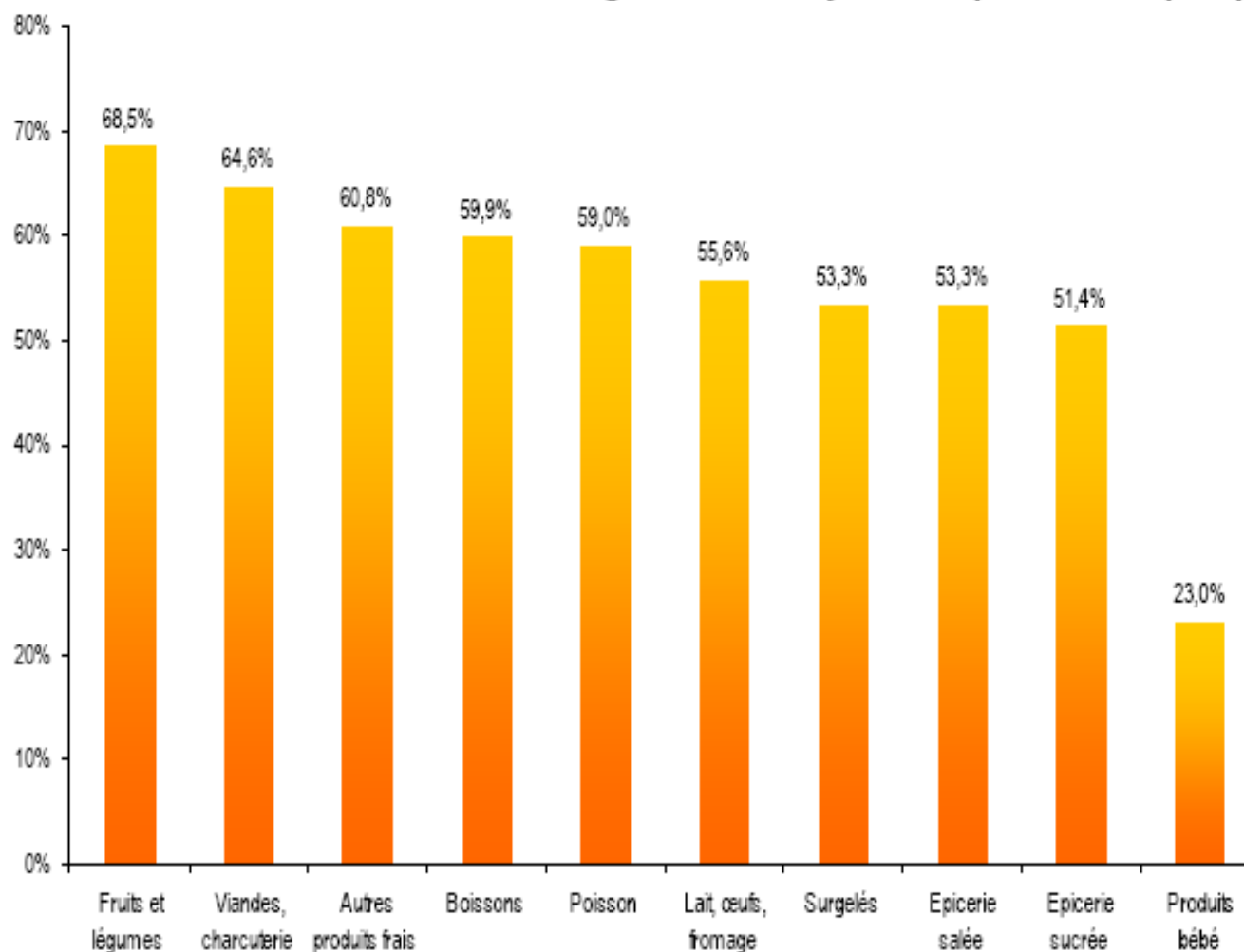
Question : que recouvre l'expression « manger sainement » ?

Source : Eurobaromètre 2006

# Le prix des F&L : une préoccupation



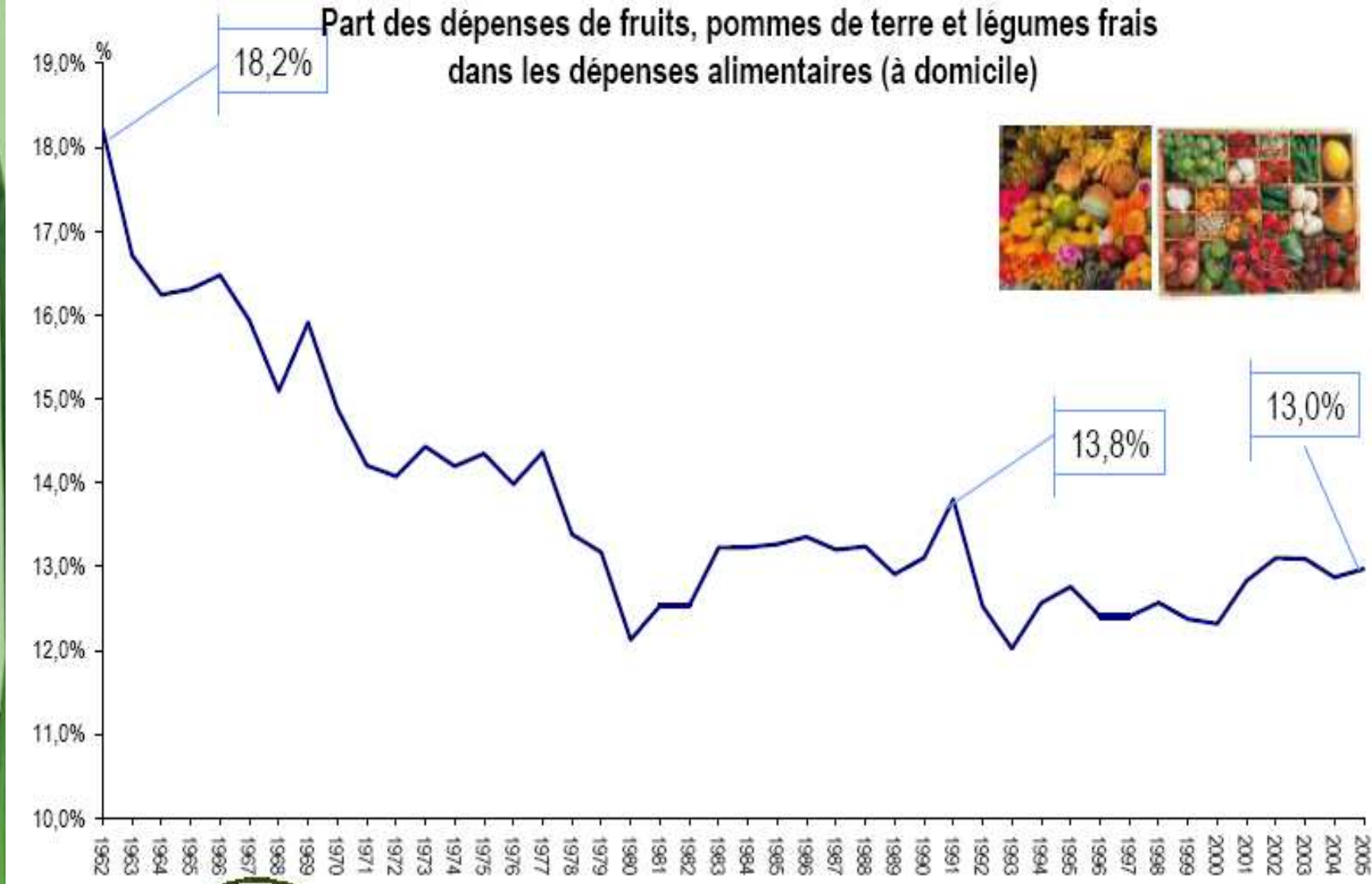
Lorsque vous faites des courses courantes, regardez-vous systématiquement les prix pour ... ?



Source : Crédoc - Pouvoir d'achat - les nouveaux arbitrages des consommateurs, juin 2006



### Part des dépenses de fruits, pommes de terre et légumes frais dans les dépenses alimentaires (à domicile)

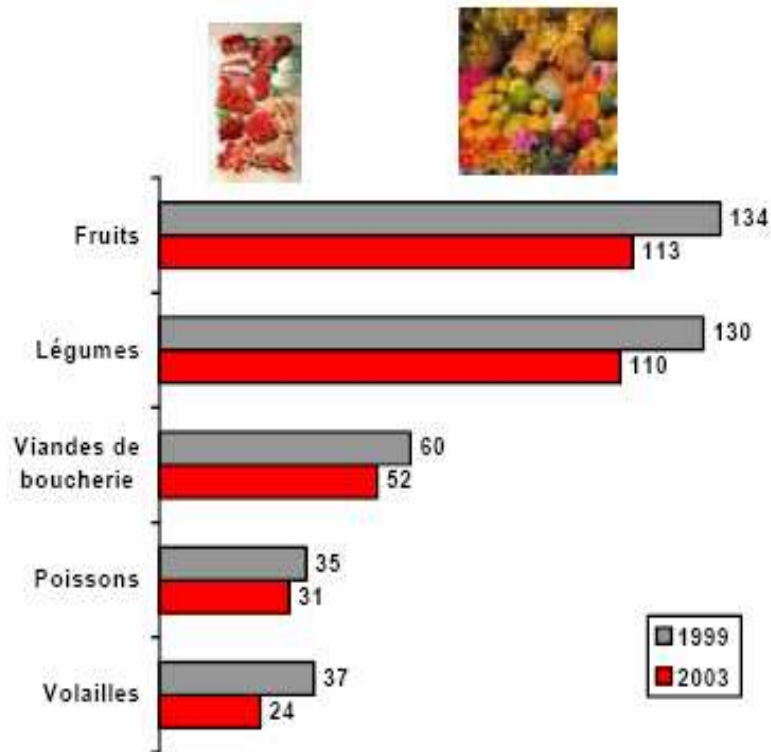


Source : Crédoc - Pouvoir d'achat - les nouveaux arbitrages des consommateurs, juin 2006

# Recherche de praticité : consommation de produits transformés

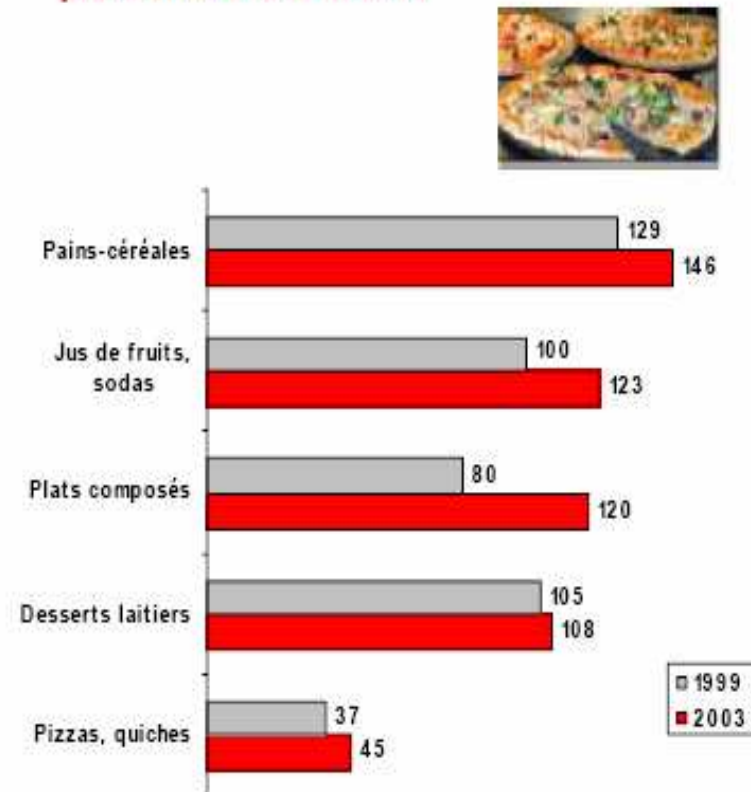
## Les groupes alimentaires en recul

### produits non transformés



## Les groupes alimentaires en progression

### produits transformés



Source : CREDOC, CCAF 2004 -volet INCA

Source : Crédoc - Pouvoir d'achat - les nouveaux arbitrages des consommateurs, juin 2006

# Conclusion de l'étude Crédoc 2006



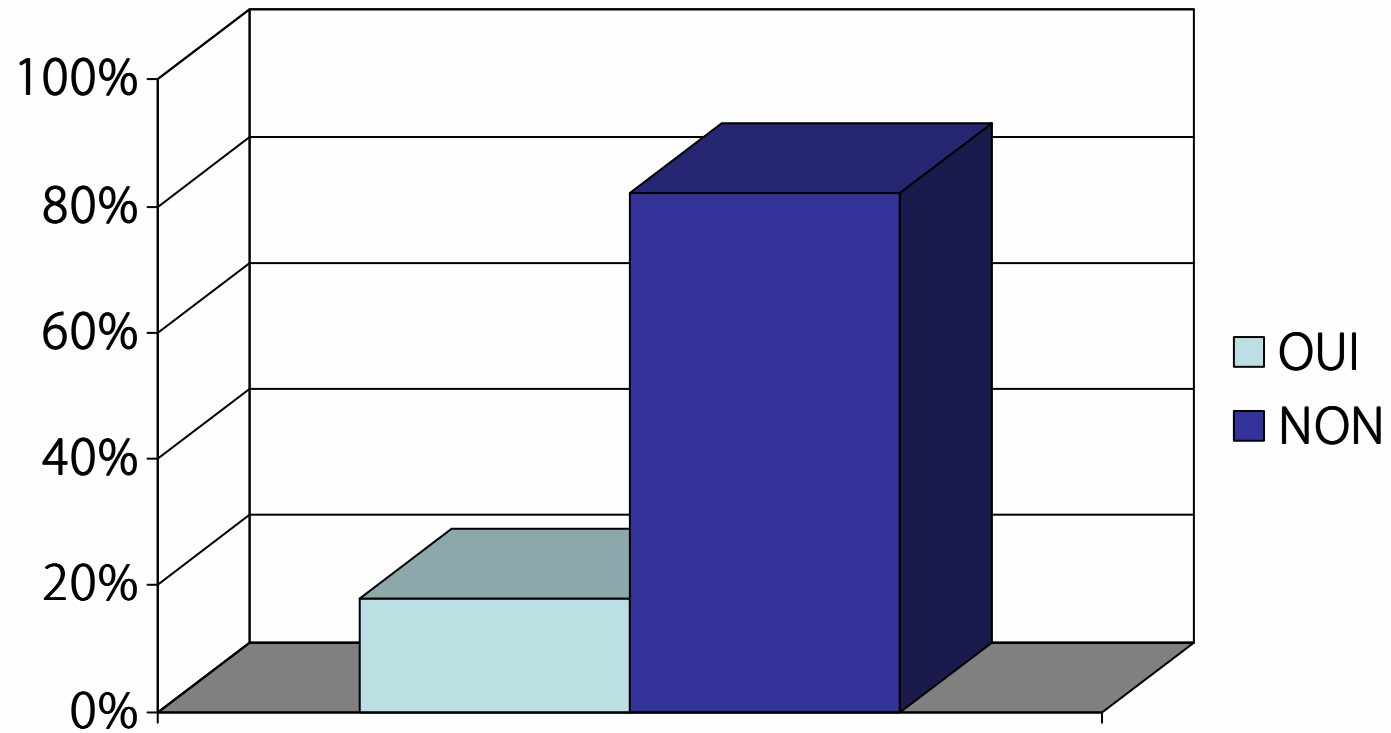
- La perception prix des fruits&légumes est très fortement impactée par le rapport qualité/prix
- Pour redonner le goût des fruits et légumes aux nouvelles générations il faut améliorer :
  - L'accès (points de vente sur les lieux de vie, offre plus attrayante, ...)
  - La praticité (recettes, produits plus petits (ex. tomates, cerises, bananes demi-portion, ...), et offrir des produits préparés,
  - La constance sur la qualité

# POST-TEST DES MESSAGES SANITAIRES

apposés sur les publicités alimentaires  
auprès des 8 ans et plus

- Enquête INPES réalisée par BVA en octobre 2007

Avez vous changé votre alimentation au cours  
des 6 derniers mois ? Base 1063 p



Source : INPES BVA, octobre 2007

# Connaissance du repère sur les fruits et légumes

LE

- Q12. A votre avis, à quelle fréquence faut-il manger des fruits ou des légumes pour être en bonne santé (Réponse spontanée pour s'exprimer en jour, en semaine ou en mois)
  - Base : Tous (GP : 1063)

S'exprime...

« Par jour »      « Par semaine »

97%

3%



S/T Moins de 5 par jour

48%

S/T Au moins 5 par jour

48%

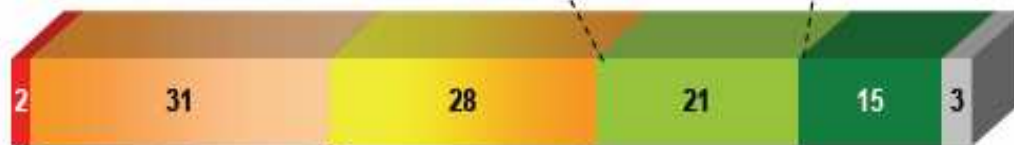
Rappel nov 2006



52%

47%

Rappel mai 2005



61%

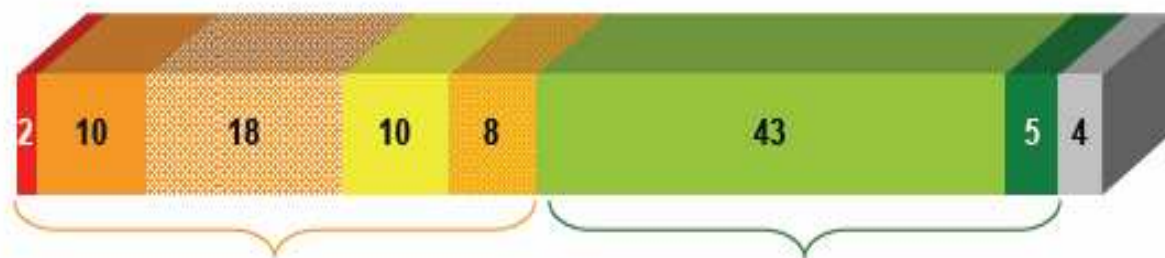
36%



# Focus : Connaissance du repère sur les fruits et légumes

LLE

■ Moins de 1   ■ 1   ■ 2   ■ 3   ■ 4   ■ 5   ■ Plus de 5   ■ (nsp)



S/T Moins de 5 par jour : 48%

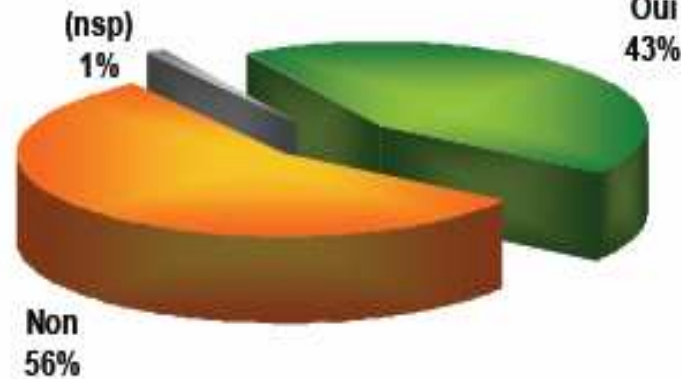
S/T Au moins 5 par jour : 48%

• Homme 52%  
 • Agglo. Parisienne 56%  
 • Consomme moins de 5 fruits & légumes/jour 53%  
 • Ne connaît pas « mangerbouger.fr » 51%

• Femme 53%  
 • 25-34 ans 59%  
 • Bac +2 et plus 54%  
 • IMC normal 52%  
 • Connaît « mangerbouger.fr » 55%

▪ Q.19 Finalement, ces messages vous ont-ils incité à REFLECHIR sur ce que vous mangez?

▪ Base : A vu un ou plusieurs messages (GP : 1037)



OUI	43%
•Femme	48%
•15-24 ans	50%
•Employé	52%
•Plus faibles revenus	49%
Agglo. Paris.	54%
•Se trouve trop gros	53%

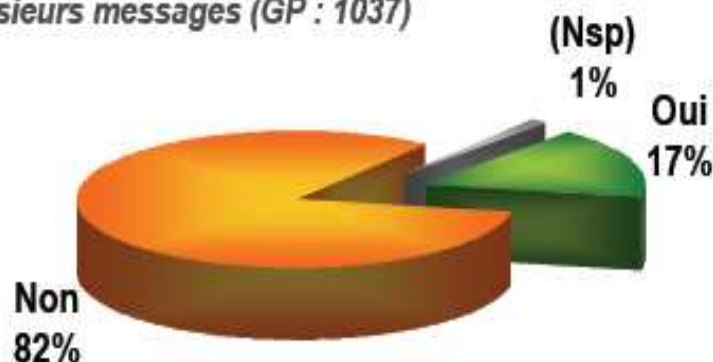
NON	56%
•Homme	62%
•65 ans et +	71%
•Se trouve du bon poids	63%

# Changement des habitudes d'achat

- Q23. Ces messages vous ont-ils fait **CHANGER** vos habitudes d'achat de produits alimentaires ou de boissons ?

- Base : A vu un ou plusieurs messages (GP : 1037)

<b>NON</b>	<b>82%</b>
*Homme	86%
*65 ans et +	92%
*Cadre sup.	89%
*Commune rurale	87%
*Se trouve trop maigre	94%
*Se trouve du bon poids	86%



<b>OUI</b>	<b>17%</b>
*Femme < 50 ans	27%
*Employé	26%
*IMC Obésité	29%
*Se trouve trop gros	25%

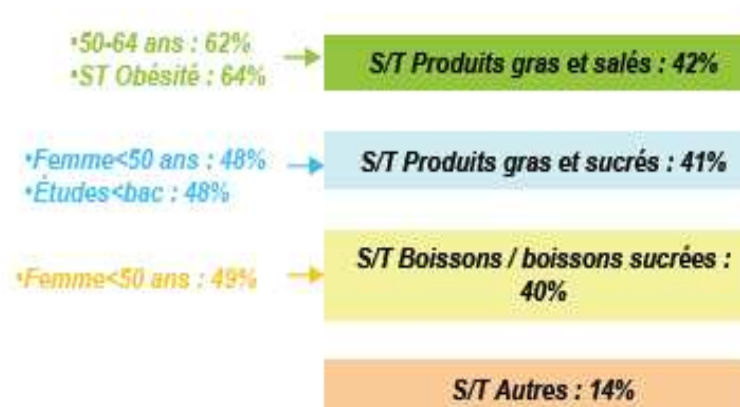
- Q24a. Et concrètement, depuis la diffusion de ces messages, quels sont les produits que vous achetez plus qu'avant ?

- Base : A changé ses habitudes d'achat (GP : 180)



- Q24b. Quel sont les produits que vous achetez moins qu'avant ?

- Base : A changé ses habitudes d'achat (GP : 180)





Au final...



## Le contexte : connaissance des repères

### Une nette amélioration de la connaissance du repère « fruits et légumes »

- **Le repère sur l'activité physique continue d'être surestimé** (87% de réponses justes mais 48% citant 1 à 2 heures contre 35% citant 30 minutes)
- **Le repère des fruits et légumes est de plus en plus connu mais reste sous-estimé, surtout par les hommes :**
  - ✓ 48% de réponses justes (5 fruits et légumes ou plus par jour). Le chiffre « 5 » gagne en notoriété depuis 2 ans (21% en 2005, 33% en 2006 et 43% en 2007)
  - ✓ l'autre moitié (48%) sous-estime le repère dont 30% donnant même un nombre inférieur à 3 par jour

Source : INPES BVA, octobre 2007

# Conclusions

Si les Français ont bien retenu les leçons nutritionnelles qui leur ont été proposées, ils ont encore bien du mal à passer à l'acte.

Il nous faut donc encore inventer les « travaux pratiques » nutritionnels qui permettront de montrer le chemin vers « PLUS ».

La proximité avec les Consommateurs, surtout les moins favorisés, est donc impérative : tous les outils, jeux, méthodes, ateliers... permettant de démontrer en pratique comment faciliter la consommation de légumes sont les bienvenus

