

■ Des études plutôt rassurantes sur notre comportement alimentaire

Les Français bien dans leur assiette



Un tiers des Français actifs déjeunerait hors de chez eux et leur pose oscillerait entre trente minutes et une heure. (©Archives Le Rép.)

Deux enquêtes récentes dressent le portrait du consommateur français vis-à-vis de l'alimentation. Elles témoignent d'une attitude plutôt responsable et équilibré. Un tiers des Français actifs déjeunerent hors de chez eux, révèle une étude Gira Sic réalisée pour Sirest Ideas et le Sirha*. On rentre de moins en moins à la maison à midi. En moyenne,

la pause déjeuner oscille entre 30 minutes et une heure (contre 19 minutes aux Etats-Unis). Particularité française : la résistance à la "street food" : 88 % des Français éprouvent le besoin d'être assis pour déjeuner. Parmi eux, 60 % continuent à privilégier le service à table, 28 % s'adonnent à la restauration rapide et 12 % déjeunerent au bureau. Les Français subissent

les pressions de la vie moderne mais ils n'abandonnent pas leur foyer : ils consomment seulement 1 repas sur 7 à l'extérieur, contre 1 sur 6 pour les Espagnols, 1 sur 3 pour les Britanniques et 1 sur 2 pour les Américains.

Points faibles : l'augmentation du grignotage dans la matinée ou l'après-midi (pour un quart de l'échantillon étudié) et le côté expéditif du petit déjeuner, avalé trop vite, souvent en solitaire, et souvent réduit à une simple boisson.

Il n'empêche, les trois quarts des Français sont conscients qu'une alimentation variée, saine et équilibrée est le comportement le plus important pour préserver et entretenir leur capital santé, révèle à son tour une enquête TNS Sofres présentée par l'Ania** à l'occasion des 2^e assises de l'industrie alimentaire. Loin de nier toute responsabilité individuelle, ils attribuent l'augmentation de

l'obésité chez les enfants à l'alimentation déséquilibrée, au grignotage, au manque d'éducation alimentaire et au mode de vie sédentaire.

La sécurité alimentaire n'est plus en question

Plus des trois quarts des personnes interrogées sont par ailleurs satisfaites de la sécurité de l'alimentation. Elles jugent positivement l'offre de produits alimentaires, leur variété, leur facilité de préparation et de conservation. Et attendent surtout de l'industrie agroalimentaire qu'elle participe à la lutte contre l'obésité, qu'elle mette en place un étiquetage compréhensible sur la valeur nutritionnelle des produits, qu'elle développe les labels de qualité, voire les produits bio.

Le principal objet de mécontentement est le prix :

3 consommateurs sur 4 trouvent que les produits alimentaires coûtent trop cher et que la part du budget consacrée à l'alimentation ne cesse d'augmenter. Le prix est le principal élément auquel on fait maintenant attention au moment de l'achat (devant les informations sanitaires et nutritionnelles). Mais la part du budget des ménages consacré à l'alimentation semble incompressible et c'est le dernier domaine dans lequel les Français envisagent de réduire leurs dépenses à l'avenir.

Au total, ces enquêtes renvoient l'image de consommateurs plutôt satisfaits. Ils tiennent l'équilibre entre tradition et modernité, et ils veillent au grain.

■ Nutrinews Hebdo

*Salon international de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation (Sirha).

**Association nationale des industries alimentaires (Ania).