



Que mettons-nous dans notre assiette ?

Le mois dernier, l'Inpes a révélé les résultats du troisième volet de la vaste enquête sur les mœurs alimentaires des Français, permettant d'en connaître les évolutions depuis les deux précédentes consultations de 1996 et 2002. Principaux constats : la représentation de l'acte alimentaire a très fortement évolué et l'évolution de la consommation des grandes familles d'aliments révèle des disparités. Avec des conséquences contradictoires sur la santé...

En janvier, l'Inpes (Institut national de prévention et d'éducation pour la santé) a publié ses résultats et l'analyse de son Baromètre santé nutrition 2008, troisième vague d'une enquête téléphonique initiée en 1996 et menée également en 2002. On peut s'interroger sur la pertinence à diffuser deux ans plus tard une étude ou plus simplement sur le différé entre sa réalisation et sa révélation commentée aux médias et au grand public. L'explication réside dans la largeur du panel sondé, du champ des questions posées et dans la profondeur analytique et statistique du traitement des réponses. Ce Baromètre santé nutrition 2008 a ainsi été réalisé auprès d'un échantillon constitué par la méthode aléatoire de 4714 personnes âgées de 12 à 75 ans. Sept régions (Franche-Comté, Haute-Normandie, Ile-de-France, Languedoc-Roussillon, Nord-Pas-de-Calais, Picardie, Provence-Alpes-Côte d'Azur), ont fait chacune l'objet de suréchantillons d'environ 1000 personnes, puis d'une analyse interrégionale spécifique. Concevoir puis analyser une telle banque de données exige du temps pour remplir sa vocation de mise en perspective sur une période de douze ans, et constituer un outil précieux dans le paysage des enquêtes nutritionnelles. L'objectif est ainsi d'évaluer et de suivre dans le temps les comportements, les attitudes, les connaissances et les perceptions des Français en matière d'alimentation et d'activité physique. Ces différentes dimensions ont également été analysées pour la première fois sous l'angle des inégalités sociales de santé. Car le fait de l'entendre de manière récurrente sur les ondes radio et télévisuelles n'érode en rien sa réalité : la nutrition est un facteur déterminant de l'état de santé de la population. Une alimentation variée, en quantité adaptée et une activité physique régulière permettent de préserver un bon état de santé et une meilleure qualité de vie. C'est pourquoi il est particulièrement important de disposer d'indicateurs précis concernant la population française afin de pouvoir adapter au mieux les politiques de prévention en la matière. On peut dresser deux constats princi-

paux. D'abord, entre 1996 et 2008, la représentation de l'acte alimentaire a très fortement évolué. En 1996, « *manger* » représentait pour les adultes un « *acte indispensable pour vivre* ». En 2008, c'est le plaisir gustatif qui est évoqué en premier par plus d'un quart de la population et, pour plus de neuf personnes sur dix, faire la cuisine est à la fois synonyme d'alimentation saine et de convivialité.

Ensuite, l'évolution de la consommation des grandes familles d'aliments révèle des disparités, avec des conséquences contradictoires dans la bonne application des conseils de santé délivrés par les Pouvoirs publics ou les fédérations des filières concernées.

Un peu plus de fruits et légumes...

Ainsi, sans doute provoquée par les campagnes « *Au moins 5 fruits et légumes par jour pour être en bonne santé* », une légère augmentation a été observée entre 2002 et 2008 pour les fruits et les légumes. Ce taux reste cependant faible. En 2008, 11,8% des Français âgés de 12 à 75 ans ont mangé des fruits et légumes au moins cinq fois la veille de l'interview ; alors que cela concernait 10% des personnes interrogées en 1992 et en 2002.

Les femmes suivent davantage cette recommandation que les hommes (13% contre 10,7%) et les 55-75 ans sont nettement plus nombreux à la suivre (22,5% contre 7,9% chez les moins de 55 ans).

... mais toujours pas assez de produits laitiers

L'autre campagne de stimulation alimentaire qui a le plus marqué le paysage audiovisuel français est celle vantant, par vagues successives depuis deux décennies, les produits laitiers, « *sensations pures* » puis « *nos amis pour la vie* ».

La veille de l'interview dans le cadre de l'enquête, 24,3% des 12-75 ans ont consommé le nombre de produits laitiers recommandé (18,3% des 18-54 ans en ont consommé trois, 44,6% des 12-17 ans et 31,4% des 55-75 ans en ont pris trois ou quatre). On observe,

en outre, une légère diminution de ce pourcentage entre 2002 et 2008.

L'analyse, selon le sexe et l'âge, révèle par ailleurs une nette diminution de ce pourcentage chez les jeunes filles âgées de 12 à 17 ans : en 2002, 50% d'entre elles consommaient le nombre de produits laitiers recommandés pour leur âge ; en 2008, elles ne sont plus que 39,6%.

Féculets, viande, produits de la pêche et œufs, comme il faut

70,1% des personnes interrogées déclarent avoir mangé des féculents au moins trois fois la veille de l'interview. Ce taux est relativement stable chez les adultes de 18-75 ans entre 1996 et 2008, mais est en légère baisse depuis 2002 (74,8% chez les 12-75 ans.

70,2% des hommes en ont mangé au moins trois fois la veille de l'interview contre 65,3% des femmes. La consommation varie avec l'âge, les plus jeunes et les plus âgés étant les plus gros consommateurs. Pourtant, seuls 10,3% des Français savent qu'il faut manger des féculents au moins trois fois par jour pour être en bonne santé. 59,1% estiment qu'il faut en manger seulement une ou deux fois par jour et 30,5% moins d'une fois.

82,7% des personnes interrogées ont consommé une à deux fois un aliment du groupe « *viande-produits de la pêche-œufs* » la veille de l'enquête. Ce taux est resté globalement stable depuis 1996. 45,3% des Français déclarent manger du poisson au moins deux fois par semaine, conformément aux recommandations. Ce pourcentage est plus élevé chez les femmes (47,6%) que chez les hommes (42,8%). C'est aussi davantage le cas des personnes plus âgées et des plus diplômées. Chez les adultes de 18-75 ans, ce pourcentage a légèrement augmenté entre 1996 et 2008 après avoir nettement diminué en 2002.

Trop de boissons et produits sucrés

Les 18-75 ans ont consommé plus de produits sucrés au moins une fois la veille de l'interview en 2008 (75,2%) qu'en 1996 (72%). Le taux de consom-

mateurs de boissons sucrées est également en augmentation depuis 2002 passant de 19,5 % à 22 %. Cette hausse est uniquement observée chez les hommes qui étaient déjà, en 1996 et en 2002, de plus gros consommateurs de ce type de boissons que les femmes. Bien qu'ils n'aient pas augmenté, les taux de consommateurs demeurent de loin les plus élevés chez les jeunes de 12 à 17 ans (36,2 %) et particulièrement chez les garçons (43,6 %) et chez les jeunes adultes âgés de 18 à 34 ans. Diffusées sous formes de messages oraux ou défilant par écrit sur tous les spots de publicité TV louant les produits ali-

mentaires à risque, les injonctions du Ministère de la Santé à ne pas manger trop sucré ne sont donc pour l'heure pas assez entendues.

Moins de sel et de matières grasses

Celles, diffusées dans les mêmes messages, nous conseillant de ne pas manger trop salé et gras, ont eu un impact plus fort dans la population française. Entre 2002 et 2008, l'habitude de mettre des matières grasses ou du sel sur la table a diminué. L'utilisation de l'huile de tournesol, du beurre ordinaire (pour la cuisson) et de la margarine,

que ce soit pour la préparation de la vinaigrette ou la cuisson, est en forte baisse entre 1996 et 2008. Ce changement se fait au profit de l'huile d'olive (et dans une moindre mesure de l'huile de colza) et des mélanges de matières grasses.

Et moins de boissons alcooliques

De même, la baisse de la consommation d'alcool se confirme. La proportion de personnes déclarant avoir bu la veille de l'enquête diminue depuis 1996 : 37,4 % des 18-75 ans en 2008, contre 39,4 % en 2002 et 44,7 % en



1996. Cette diminution corrobore celle mesurée à partir des données de vente d'alcool depuis environ quatre décennies.

Si la diminution entre 1996 et 2008 est nette chez les hommes, elle n'est surtout visible parmi les femmes qu'entre 1996 et 2002, la fréquence étant relativement stable entre 2002 et 2008. Les baisses les plus importantes concernent les individus de plus de 35 ans. En effet, si l'étude de l'Inpes ne le précise pas, les autorités sanitaires s'inquiètent de la hausse importante de consommation de boissons alcooliques (y compris à fort degré) dans la population jeune, notamment mineure.

Des repas plus simples

Pas de grands changements en revanche dans la structure des repères quotidiens de consommation alimentaire. En 2008, l'alimentation des Français a continué à s'organiser autour des trois repas quotidiens que sont le petit-déjeuner, le déjeuner et le dîner pour 87,1% des interviewés. Néanmoins, ce pourcentage est en légère baisse par rapport à 2002 et l'on observe chez les 18-75 ans une très légère augmentation de personnes sautant le déjeuner ou le dîner.

Le déjeuner reste donc pris par 94,5% des Français. Il est composé de trois plats pour 34,5% d'entre eux ou de deux plats pour 32,4%. Le dîner, pris par 97% des Français, est quant à lui constitué de deux plats pour 37,6% d'entre eux et de trois plats pour 31,9%. La structure de ces deux repas principaux s'est simplifiée depuis 2002, les Français ayant consommé en 2008 un nombre de plats par repas moins important. Y participent aussi l'augmentation de personnes déclarant avoir consommé un plat « *tout prêts* » au moins une fois par semaine, la proportion grimant de 32,2% en 2002 à 47,3% six ans plus tard (alors qu'elle avait diminué pour les adultes entre 1996 et 2002). Si cette tendance s'observe quel que soit l'âge, le taux reste néanmoins nettement plus important chez les jeunes et les jeunes adultes.

Enfin, si 94,4% des personnes interrogées déclarent avoir pris un petit-dé-

jeuner, seulement 12,1% l'organisent à partir d'aliments des trois groupes recommandés par les nutritionnistes : produits laitiers, féculents et fruits ou jus de fruits.

Où, quand et comment

Les campagnes de veille alimentaire pour la santé préconisent aussi de ne pas grignoter entre les repas, tendance qui concerne 5,4% des Français de 12 à 75 ans et surtout les plus jeunes (9,7% chez les 12-25 ans contre 4,9% chez les 26-54 ans et 2,8% chez les 55-75 ans). Le message bien reçu, selon les résultats du baromètre de l'Inpes : le grignotage a ainsi régressé depuis 2002, passant de 8,8% à 5,6%, l'évolution étant constatée chez les sondés âgés de 12 à 18 ans (13,3% en 2002 contre 8,5% en 2008).

Les repas sont le plus souvent pris au domicile : 92,7% des interviewés y prennent le petit-déjeuner, 65% le déjeuner (55,9% des personnes qui travaillent) et 87,2% le dîner. Il faut cependant noter que le pourcentage de sondés prenant leur repas hors du domicile a augmenté depuis 2002 : de 4,9% à 7,5% pour le petit-déjeuner, de 31% à 35,6% pour le déjeuner, de 10,9% à 13,8% pour le dîner. 84% des personnes interrogées partagent leur dîner avec d'autres personnes et 77% leur déjeuner. Le petit déjeuner est pris seul par 55% de Français.

Proximité paradoxale et prix logique

Les achats alimentaires sont surtout effectués dans les grandes et moyennes surfaces : 83,7% des personnes âgées de 15 à 75 ans s'y sont rendues au moins une fois au cours des quinze jours précédant l'enquête menée en 2008. Viennent ensuite la boulangerie (79,1%), les autres commerces de proximité (47,3%) et le marché (38,2%). Seuls 8,1% commandent par téléphone ou via Internet et 5,3% achètent dans la rue ou auprès d'un vendeur ambulancier.

Interrogés sur les deux principales grandes et moyennes surfaces dans lesquelles ils effectuent le plus souvent leurs achats alimentaires, 87,8% des

Français déclarent privilégier les hyper ou supermarchés (type *Carrefour*, *Auchan*, *Leclerc*, *Hyper U*, etc.) et 12,2% les magasins de hard discount (type *Leader Price*, *Lidl*, *Aldi*, *Ed*, etc.).

L'étude de l'Inpes révèle un paradoxe : alors que le commerce alimentaire de proximité peine à imposer sa valeur ajoutée, le choix du lieu d'achat reste principalement déterminé par la distance pour 39,6% des personnes interrogées. Les deuxième et troisième critères concernent les prix pratiqués pour 28,1% et la qualité et variété des produits pour 23,7%. L'étude note toutefois que, depuis 2002, si les citations du prix et du lieu d'achat ont presque doublé, les mentions de qualité et variété ont a contrario diminué de moitié. Enfin, bien plus marginaux sont la renommée du magasin (2,7%) et les horaires d'ouverture (2,3%).

Pour acheter un produit de qualité en grandes et moyennes surfaces, les personnes âgées de 15 à 75 ans disent faire confiance avant tout à la marque du produit (34,3%), à la composition de celui-ci (24,5%) et au label (18,1%). Le prix (11,3%) arrive en quatrième position mais, là encore, il a progressé depuis la consultation précédente de 2002, contrairement à la confiance aux labels qui accuse un recul.

Jérôme Alberola

