

Comportements et consommations alimentaires des français Focus sur les 3-14 ans.

Une interview de Pascale Hébel, directrice du département Consommation du Credoc,
par Isabelle Pinta-Costa

Le Crédoc vient de publier les résultats de la sixième vague de son enquête CCAF (Comportements et Consommations Alimentaires en France) réalisée en 2007. Après une première vague en 1988, actualisée une première fois en 1995, cette enquête est désormais renouvelée tous les trois à quatre ans. Cette enquête a été réalisée en face à face auprès de 1 203 ménages. L'enquête comprend un carnet de consommation et un questionnaire : tous les individus âgés de 9 ans et plus ont été interrogés et un échantillon d'enfants a été ajouté. Au total l'enquête portait sur un échantillon de 1 399 adultes « normoévaluants¹ » représentatifs des 15 ans et plus et 1 005 enfants représentatifs des 3 à 14 ans. L'enquête a été réalisée de novembre 2006 à juillet 2007 en France métropolitaine (échantillon représentatif de la population française).

Trois questionnaires différents ont été posés aux différentes populations :

- un questionnaire « ménage » auquel répondait le ou la responsable des achats, questionnaire posé à la 1^{ère} visite
- un questionnaire « adultes » posé à chaque individu de 15 ans et plus,
- un questionnaire « enfants » posé aux enfants de 9 à 14 ans.

Les deux derniers questionnaires étaient proposés à la 2^{ème} visite, une fois les carnets de consommation remplis.

Tous les aliments liquides et solides² consommés étaient notés par les différents individus composant le ménage dans un carnet de consommation pendant 7 jours, les quantités consommées étant estimées grâce au cahier photographique SUVIMAX. Toutes les occasions de consommation ont été prises en compte quel que soit le lieu de consommation (à domicile, hors domicile). La partie nutritionnelle a été traitée sur la base des tables CIQUAL.

Pascale Hébel, directrice du département Consommation du Crédoc, nous livre les principaux enseignements de cette 6^{ème} vague d'enquête.

Dans quel contexte a eu lieu l'actualisation 2007 de l'enquête CCAF ? Quels sont les principaux changements intervenus depuis la dernière vague d'enquête réalisée en 2004 ?

Pascale Hébel : En 2004, le contexte alimentaire était bouleversé par un fort ralentissement du pouvoir d'achat et un débat médiatique amplifié sur les prix en grande distribution. On est aujourd'hui dans un contexte similaire d'un point de vue économique mais avec une moindre médiatisation des crises alimentaires. Si la confiance des ménages s'était sensiblement améliorée en mai 2007 à la suite des élections présidentielles, le moral des Français s'est à nouveau infléchi depuis fin 2007, du fait de l'effet conjugué d'une croissance difficile, de mouvements sociaux très médiatisés et des

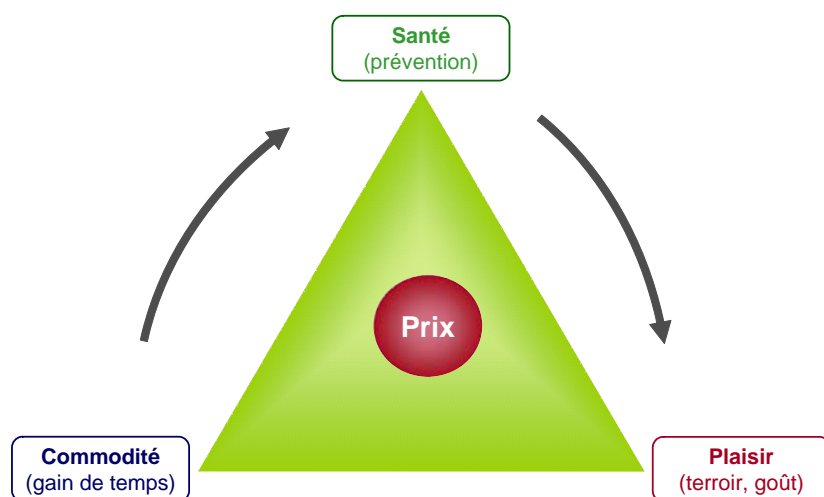
¹ Les individus dont les apports énergétiques étaient inférieurs à 1,05 fois le métabolisme de base n'ont pas été inclus dans l'échantillon final

² Les consommations de produits alimentaires prises en compte par l'enquête CCAF 2007 ne comprennent que les consommations de produits en l'état. Les consommations culinaires ne sont pas prises en compte, par exemple le lait d'un gâteau fait maison est comptabilisé dans la pâtisserie et non dans les produits laitiers. De même, les fromages utilisés comme ingrédients dans des pizzas ou quiches sont comptabilisés dans le groupe pizzas-quiches et non dans le groupe fromage.

hausse de prix de nombreux produits alimentaires. Au-delà du changement de contexte, des transformations de fond liées à la « modernisation » de nos modes de vie et à la nécessaire adaptation de nos comportements et de nos attentes se poursuivent et modifient notre rapport global à l'assiette.

Qu'est-ce qui conditionne l'alimentation aujourd'hui ?

Pascale Hébel : En 2007, le pouvoir d'achat et le prix sont au cœur des préoccupations des Français et conditionnent la relation qu'ils entretiennent avec leur alimentation. Au-delà de cette dimension économique, les aliments sont des vecteurs de nutriments et d'énergie dotés d'un fort potentiel symbolique. Cette symbolique recouvre deux domaines : celui du risque, de la menace et a contrario de la sécurité, et celui de la santé. Aujourd'hui un nouveau credo se fait entendre : manger pour vivre plus longtemps et en meilleure santé. Désormais la santé est le principal pilier d'un triptyque qui explique et structure notre rapport à l'alimentation. A cela il faut en ajouter un deuxième, celui de la praticité, qui traduit une évolution des modes de vie et d'un désir d'expression de soi au travers d'une demande croissante de « temps pour soi ». Enfin, le troisième pilier, plus traditionnel, qui ne s'exprime plus en termes de contenu, de vertu attendue de l'aliment mais est lié à ses qualités organoleptiques : le goût, voire le plaisir qui s'y rapporte. C'est par celui-ci que nous pouvons trouver l'envie répétée de nous nourrir.



Le triptyque apparaît, dans l'enquête 2007, toujours aussi structurant, décrivant à lui seul l'essentiel de nos comportements. C'est l'équilibre de ces quatre composantes qui semble s'être modifié en quatre ans, le poids et la perception de chacun d'entre eux ayant sensiblement évolué. Il met nettement plus l'accent cette année sur la santé. Adultes comme enfants privilégient en 2007 la dimension santé avant toute autre représentation de l'alimentation.

C'est la première fois que la dimension santé de l'alimentation passe pour les Français avant la dimension plaisir. Que peut-on en attendre au niveau des pratiques alimentaires : effets positifs ou effets pervers ?

Pascale Hébel : Jamais autant de personnes n'ont été convaincues du lien entre leur alimentation et leur état de santé : 89% en 2007 contre 85% en 2003. Au cours des vingt dernières années, la sensibilité des consommateurs à l'importance de bien-manger pour leur santé a progressé régulièrement. La diffusion massive de messages nutritionnels

dans les médias, par les médecins, et plus récemment dans le cadre du PNNS, a largement contribué à cela.

Face à cette diffusion massive de messages nutritionnels, il semble qu'un sentiment de culpabilité s'installe. Les Français sont de moins en moins nombreux à considérer qu'ils ont une bonne alimentation. Dans le modèle alimentaire français traditionnel, le plaisir du goût était en tête des représentations - c'était encore le cas dans l'enquête CCAF de 2004 - et avait pour effet secondaire des effets positifs pour la santé. Faire passer la santé avant le plaisir dans les attentes par rapport à l'alimentation n'est pas nécessairement un gage de meilleures pratiques alimentaires par rapport à la santé. L'avenir nous le dira.

Les Français connaissent-ils bien les messages du PNNS ? Les mettent-ils en pratique ?

Pascale Hébel : Le message du PNNS sur les fruits et légumes a été très bien mémorisé : 80% des Français le connaissent. En revanche le message « 3 produits laitiers/jour » est moins bien connu mais les consommateurs déclarent mieux suivre la recommandation sur les produits laitiers que celle sur les fruits et légumes : 46% des Français déclarent suivre la recommandation concernant les produits laitiers tous les jours contre seulement 28% pour celle concernant les fruits et légumes. Si l'on considère les produits réellement consommés, cette recommandation est encore loin d'être mise en pratique : seuls 35% des enfants et 31% des adultes consomment au moins 3 produits laitiers tous les jours.

La simplification des repas se poursuit-elle ?

Pascale Hébel : Le temps moyen consacré à la préparation des repas, notamment du dîner, a diminué de façon sensible entre 1988 et 2007 : on a perdu 13 minutes en semaine et le dîner du week-end a vu son temps d'élaboration amputé de 40%. Le fait de minimiser le temps consacré à la cuisine, qui répond à l'évolution de nos modes de vie, ne signifie pas pour autant que les Français rejettent la cuisine. Il existe une vraie tension dans la gestion d'un temps consacré à soi, à son épanouissement personnel, et d'un temps non valorisé. Une tension que l'on retrouve dans cette dichotomie de perception entre d'un côté une cuisine de tous les jours, fastidieuse et plutôt mal vécue, une « cuisine-corvée » et, d'un autre côté, une cuisine d'exception, réalisée sans limite de temps, dans un contexte plus flatteur de valorisation créative, une « cuisine-plaisir ». La cuisine d'assemblage à base de produits pré-élaborés par l'industrie séduit de plus en plus les ménages français. Répondant à une recherche de praticité et de gain de temps, les aliments service se diffusent dans la population par un effet générationnel et selon la taille du foyer.

La convivialité est-elle toujours au cœur du modèle alimentaire français ?

Pascale Hébel : La convivialité constitue le principal moteur de la prise des repas en commun en famille comme entre amis. Les déjeuners et dîners sont plus rapides mais se partagent toujours en famille et en mangeant le même menu. En plus de dîner en famille, les Français sont très loin d'un modèle où chacun irait se servir dans le réfrigérateur. La table demeure un lieu privilégié de l'échange familial.

Comment la consommation alimentaire des Français a-t-elle évolué depuis 2003 ?

Pascale Hébel : Si la plupart des produits alimentaires non transformés (fruits et légumes, viande, volailles, poissons, ...) sont de moins en moins consommés, les produits transformés (jus de fruits et boissons sans alcool, plats composés, ultra-frais laitiers ...) se développent. Les fruits subissent un effet générationnel négatif : chaque nouvelle génération dépense moins que les générations précédentes au même âge. Un constat que l'on retrouve pour la plupart des produits bruts. En revanche, les plats préparés et le yaourt connaissent un effet génération positif : chaque nouvelle génération dépense plus que les générations précédentes au même âge. Ainsi les plus jeunes consomment moins de produits « bruts », en particulier de fruits et légumes, que leurs aînés et plus de produits transformés.

Quelle place occupent les produits laitiers dans l'alimentation des Français aujourd'hui ?

Pascale Hébel : Les produits laitiers solides (ultra-frais et fromage) occupent une place de choix dans l'alimentation des Français et devancent les fruits et légumes frais, les produits carnés et de la mer, les plats composés, les pains et biscottes et les féculents. Les produits laitiers représentent 18% des quantités ingérées par les enfants et 10% par les adultes. Hommes, femmes, enfants, tous en consomment. Une grande majorité, 77%, en consomment tous les jours de la semaine. Les ultra-frais, notamment les yaourts, sont très présents chez les enfants comme chez les adultes. Le fromage est aussi largement consommé par les adultes. Le lait est la première boisson consommée après l'eau par les enfants mais est deux fois moins consommé par les adultes ; il arrive après l'eau, les boissons chaudes sans lait et les boissons alcoolisées.

Entre 2003 et 2007, on assiste à une baisse du nombre de « grands consommateurs » (consommation au moins égale à 437 grammes / jour) de produits laitiers chez les enfants et ce, quel que soit le produit laitier considéré. Chez les adultes, le poids des grands consommateurs est stable avec cependant une diminution de la part des grands consommateurs de fromage.

Deux périodes de la vie sont particulièrement propices à la consommation de produits laitiers : l'enfance et la maturité. Deux autres périodes nettement moins : l'adolescence et la quarantaine.

Les apports en calcium des Français sont-ils suffisants par rapport aux repères du PNNS aux divers âges ? Notamment chez les jeunes ?

Pascale Hébel : Non, nombreux sont les Français qui ont des apports en calcium inférieurs aux 2/3 des Apports Nutritionnels Conseillés (risques de carences) et d'abord les adolescentes qui sont 61% dans cette catégorie. Dans la même catégorie, entrent également 28% des enfants et 26% des adultes, en particulier les femmes âgées de 66 ans et plus. Le calcium est néanmoins le premier des micronutriments apportés par les produits laitiers : 51% des apports chez les enfants et 45% chez les adultes, suivi par la vitamine B2, respectivement 38% et 29%, et le phosphore, 30% et 24%. Les hommes ont des apports en calcium plus importants que les femmes, et ce quel que soit leur âge.

Quels sont les nutriments privilégiés par les Français ? Quels sont ceux évités ?

Pascale Hébel : Les Français espèrent beaucoup de leur alimentation pour être en bonne santé avec des attentes qui portent principalement sur des aspects nutritionnels. Il

s'agit surtout d'éviter de prendre trop de poids et d'obtenir l'énergie, les nutriments ou les vitamines nécessaires.

Pour atteindre ces objectifs les adultes déclarent privilégier le calcium dans leur alimentation (42%). C'est le nutriment le plus connu, celui sur lequel la communication est la plus ancienne et celui qu'il est le plus facile d'associer à des types d'aliments spécifiques. Pourtant et paradoxalement, le calcium est l'un des nutriments qui a le plus baissé dans les représentations entre 2003 et 2007 avec une perte de 7 points.

Parmi les nutriments que les Français adultes considèrent comme étant à éviter, les matières grasses arrivent en tête. C'était déjà le cas en 2003, mais le score n'avait jamais été aussi élevé ; il progresse de 9 points. Les matières grasses renvoient directement les individus à l'obésité, au « corps gras » dans toutes ses acceptions alimentaires ou physiques. L'alcool arrive en seconde position avec une progression de 8 points devant le sucre qui progresse de 9 points. Le sel gagne 6 points. Le message « évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé » semble donc avoir porté ses fruits.

Qu'en est-il des enfants ? Quel intérêt manifestent-ils pour l'alimentation ? Quel est le niveau de leurs connaissances sur les aliments ?

Pascale Hébel : La part des enfants manifestant de l'intérêt pour l'alimentation a augmenté entre 2003 et 2007 : 60% déclarent s'intéresser « beaucoup » et « assez » à l'alimentation contre 53% en 2003. Cet intérêt est multiforme. Il est d'abord nutritionnel. Le plaisir constitue la seconde source d'intérêt pour l'alimentation via principalement la découverte de nouvelles saveurs (plats nouveaux ou exotiques). La dimension ludique et l'autonomie grandissante des préadolescents sont également présentes. Une dimension en hausse par rapport à 2003 (+7 points).

Selon les enfants, quels sont les aliments considérés comme étant à privilégier ?

Pascale Hébel : Cinq types d'aliments sont cités par plus de la moitié des enfants interrogés comme devant être privilégiés : les légumes, +12 points par rapport à 2003, les fruits, +8 points, la viande, +2 points, les produits laitiers, -8 points et l'eau, -3 points.

Dans la consommation alimentaire déclarée par les Français, quels sont les aliments qui contribuent le plus aux apports énergétique, en particulier quels sont ceux qui apportent le plus de protéines, de glucides et de matières grasses aux enfants ?

Pascale Hébel : Chez les enfants les produits sucrés arrivent en 1^{ère} position avec 30% des apports énergétique, suivi par les féculents, 18%, les produits laitiers (lait, fromage et ultra-frais), 15%, les plats préparés, 13% et les produits carnés, 10%.

Les produits carnés sont le premier vecteur de protéines et représentent 25% des protéines consommées par les enfants. Viennent ensuite, les produits laitiers, 23,5%, les plats préparés, 16%, les féculents, 13%, et les produits sucrés, 11%.

Concernant les acides gras saturés, 30,5% des AGS consommés par les enfants proviennent des produits sucrés, 23% des produits laitiers, 15% des produits carnés et 14,5% des féculents. Enfin, pour ce qui est des glucides simples, 52% viennent des produits sucrés et 22% des produits laitiers.

Les consommations alimentaires sont plus ou moins liées au cycle de vie des mangeurs. Pouvez-vous nous en donner une illustration, avec les produits laitiers par exemple, une famille d'aliments très liée au cycle de vie ?

Pascale Hébel : La consommation de produits laitiers (y compris beurre et crème) est, dans son ensemble, extrêmement liée au cycle de vie des individus. Le nombre d'actes de consommation est très élevé à la petite enfance et décroît ensuite considérablement pour atteindre un minimum à l'âge de 20 ans. Le niveau de consommation croît à nouveau entre 20 et 30 ans, se stabilise ensuite jusqu'à la cinquantaine où l'on observe enfin une reprise de la consommation.

Le lait est par excellence l'aliment des enfants : 61% en boivent tous les jours, ce qui représente 2/3 des consommateurs enfants, alors que les adultes ne sont que 37% à en boire tous les jours, soit 60% des consommateurs adultes. Les adolescents se caractérisent, pour leur part, par une suppression fréquente du petit-déjeuner, notamment les 15-17 ans qui sautent en moyenne un petit-déjeuner par semaine.

Les ultra-frais - yaourts, laits fermentés, desserts lactés, fromages blancs et petits suisses - bénéficient d'un effet de génération positif, les plus jeunes générations les consommant plus souvent que leurs aînés.

Les consommateurs réguliers de fromage sont plus nombreux chez les adultes que chez les enfants. L'évolution du niveau de consommation de fromage est par ailleurs fortement liée à l'âge : plus on avance en âge, plus la fréquence de consommation s'intensifie.

La fréquence de consommation du beurre diminue de façon très marquée au fil des années et ce, quelle que soit la tranche d'âge considérée. Seuls 10% des Français en consomment tous les jours, essentiellement des seniors (50-75 ans). En plus de l'effet d'âge observé, on note un effet de génération négatif : les jeunes générations ont des niveaux de consommation inférieurs aux plus anciennes au même âge.

La fréquence de consommation du beurre diminue de façon très marquée au fil des années et ce, quelle que soit la tranche d'âge considérée. Seuls 10% des Français en consomment tous les jours, essentiellement des seniors (50-75 ans). En plus de l'effet d'âge observé, on note un effet de génération négatif : les jeunes générations ont des niveaux de consommation inférieurs aux plus anciennes au même âge.

Sur une période de 20 ou 30 ans, quelle a été l'évolution de la consommation globale des produits laitiers ?

Pascale Hébel : La consommation de produits laitiers, mesurée en nombre moyen d'actes de consommation, baisse depuis 25 ans, en raison notamment d'une forte baisse de la consommation de beurre. Le fromage maintient sa place et les ultra-frais progressent. Si le lait et le beurre sont avant tout consommés au petit-déjeuner, le fromage et les ultra-frais demeurent essentiellement consommés au déjeuner et au dîner. A noter : tous les produits laitiers sont en grande majorité consommés à domicile, dans près d'un cas sur 10, voire plus pour certains comme le lait et le beurre.