

ETUDE : Faute d'options saines, 1 Français sur 7 saute le déjeuner

Une étude internationale menée par Ipsos pour Picadeli, publiée dans le cadre de son baromètre annuel, le Vegocracy 2026, révèle l'impact très concret du manque d'options alimentaires saines sur les habitudes quotidiennes. En France, comme dans le reste de l'Europe et aux États Unis, 14 % des répondants déclarent sauter le déjeuner lorsqu'aucune option saine, rapide et abordable n'est disponible à proximité de leur lieu de travail ou d'études. Un chiffre qui illustre le décalage persistant entre l'envie de mieux manger et la réalité de l'offre alimentaire au quotidien.

Quand l'accès à une alimentation saine fait défaut, les habitudes s'adaptent

Selon le Vegocracy 2026 :

44 % des répondants en France n'ont pas accès à une offre saine et abordable près de leur lieu de travail ou d'études.

83 % souhaitent davantage d'alternatives fraîches et rapides en supermarché.

Lorsque ces options font défaut, les comportements changent et 14 % préfèrent sauter le déjeuner. Une part importante se tourne vers des raccourcis alimentaires, comme les barres ou les boissons énergétiques.

« Le problème n'est pas la motivation des consommateurs, mais l'accès réel à des options saines. Quand l'offre ne suit pas, les comportements s'adaptent, parfois en sautant le repas », explique David Bicheron, Directeur Général de Picadeli France.

Génération Z, une exposition encore plus forte

Les plus jeunes sont particulièrement concernés.

31 % des 18-29 ans déclarent remplacer régulièrement le déjeuner par des produits de substitution lorsque des options saines ne sont pas disponibles.

83 % affirment qu'ils consommeraient davantage de fruits et légumes si l'accès était facilité sur leur lieu de travail ou d'études.

Ces résultats prolongent les constats du Vegocracy 2025, qui montrait déjà qu'un jeune sur quatre n'avait pas accès à un déjeuner sain et abordable près de son lieu de vie quotidienne.

Le regard de l'expert : une relation culturelle à l'alimentation

Si les chiffres du Vegocracy 2026 montrent un recours croissant aux boosters énergétiques lorsque l'offre saine fait défaut, la situation française s'inscrit dans un rapport à l'alimentation très spécifique. En France, le temps consacré aux repas reste élevé, autour de deux heures par jour en moyenne, avec des horaires largement partagés par l'ensemble de la population, un modèle très différent de pays comme les États Unis ou le Royaume Uni, où l'alimentation est plus fragmentée et individualisée. Cette culture du repas structuré et du temps long contribue à une certaine réticence face aux boosters énergétiques, perçus comme incompatibles avec la notion même de déjeuner.

Pour Pierre Chandon, professeur et expert des comportements alimentaires, cette singularité française éclaire les résultats de l'étude :

« En France, l'alimentation ne se résume pas à des nutriments ou à un apport énergétique. Elle est liée à des traditions, à des souvenirs, à des expériences et à une forte dimension émotionnelle. Nous accordons une grande confiance aux agriculteurs et aux chefs pour produire et transformer des ingrédients de qualité, et nous attendons de la nourriture qu'elle procure du plaisir. C'est pourquoi culpabiliser ou stigmatiser certains choix alimentaires ne fonctionne pas. Ce qui incite réellement à manger plus sainement, c'est de rendre ces options désirables, lisibles et perçues comme de vrais repas ».

Pierre Chandon, professeur de marketing, directeur du Centre multidisciplinaire des sciences comportementales Sorbonne Universités-INSEAD

Chiffres clés, Vegocracy 2026

13 % sautent le déjeuner en l'absence d'option saine

44 % n'ont pas accès à une offre saine et abordable près du travail ou des études

83 % veulent plus d'alternatives fraîches et rapides en magasin

20 % des jeunes remplacent le déjeuner par des produits de substitution

83 % sont prêts à payer plus pour une alimentation bénéfique pour la santé

87 % des jeunes mangeraient plus de fruits et légumes si l'accès était facilité

91 % soutiennent la distribution gratuite de fruits et légumes à l'école

Pour toute information complémentaire, contactez :

Impulse Communication Paris

Morgane Plantrou - 07 80 93 09 05 - morgane@impulse-communication.fr

Marie Legrand - 06 09 88 62 27 - marie@impulse-communication.fr

À propos de Picadeli

Picadeli est une entreprise suédoise spécialisée dans la food-tech saine, dédiée à révolutionner l'industrie du fast-food grâce à des offres à la fois nutritives et savoureuses. Fondée sur la conviction que le fast-food doit privilégier la santé, Picadeli se spécialise dans les salades en libre-service, avec pour mission de démocratiser l'accès à une alimentation saine. Son concept de bar à salades high-tech combine commodité et nutrition, offrant des options fraîches et délicieuses qui bousculent les stéréotypes du fast-food considéré comme malsain. Avec plus de 2 000 implantations en Europe et aux États-Unis, Picadeli s'est imposée comme un leader du marché du fast-food sain, avec des ventes annuelles de plus de 130 millions d'euros, soit près de

260 millions d'euros en valeur au détail, ce qui correspond à plus de 50 millions de salades vendues chaque année.