



UNE ÉTUDE IPSOS POUR LIEBIG MET EN LUMIÈRE DES CHIFFRES INÉDITS SUR LA FRACTURE NUTRITIONNELLE FRANÇAISE

Paris, le 19 Octobre 2021 - Entre le 20 et le 27 septembre 2021, IPSOS a interrogé 2000 Français de 18 à 75 ans sur leur rapport à l'alimentation. L'objectif pour Liebig, commanditaire de l'étude : obtenir une lecture éclairée de la consommation et de la perception des légumes par les Français, et des freins potentiels à leur consommation. Et les conclusions de cette étude, commentées lors d'une table ronde rassemblant le 19 octobre le docteur Corinne Chicheportiche-Ayache, le professeur et sociologue Jean-Pierre Corbeau et le professeur et chercheur expert en nutrition Philippe Legrand autour de Liebig et d'IPSOS sont parlantes. Elles mettent en lumière les réalités d'une fracture alimentaire qui recouvre les fractures sociétales françaises (genre, génération et catégorie sociale). Parmi les points saillants, preuve est chiffrée que les inégalités alimentaires sont conséquentes (tant dans leur réalité que dans la perception des Français), et que les légumes, dont l'importance nutritionnelle n'est plus à démontrer, sont des leviers de cette fracture alimentaire.



LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS REFLÈTENT LES INÉGALITÉS ET LES FRACTURES FRANÇAISES

Les attitudes et comportements sont très inégalement répartis **entre les différentes catégories sociales**, qui portent une attention différente :

- à la richesse et la variété de leur alimentation - 69 % des CSP+ contre 56 % des CSP-
- à la consommation de produits alimentaires sains et équilibrés - 66 % des CSP+ contre 57 % des CSP-

Aux clivages sociaux s'ajoutent les **clivages générationnels**. Lorsqu'ils sont interrogés sur leur consommation de légumes :

- seuls 53 % des 18-34 ans déclarent en manger quotidiennement
- contre 67 % des 65-75 ans
- et seulement 49 % des 35-44 ans !

De plus, la consommation de légumes est particulièrement emblématique des **inégalités de genre**. Globalement, les femmes sont plus attentives à la qualité alimentaire que les hommes. **Moins d'1 homme sur 2** consomme des légumes tous les jours, contrairement aux femmes qui sont **65 %** à les intégrer à leur alimentation quotidienne.



LES FRANÇAIS DRESSENT UN DIAGNOSTIC SÉVÈRE MAIS JUSTE SUR LES INÉGALITÉS ALIMENTAIRES, ET SONT LUCIDES SUR LES CAUSES DE CETTE SITUATION

76 % des 2000 Français interrogés considèrent que nous ne sommes **pas égaux en termes d'alimentation** et que la situation se **dégrade** dans l'hexagone - plus de la moitié (52 %) des sondés estimant même que les inégalités se renforcent.

Lucides sur les causes de cette situation, le pouvoir d'achat est le premier facteur invoqué (facteur important pour 93 % des sondés - voir très important pour 67 % d'entre eux).

S'en suivent la transmission familiale et les habitudes alimentaires prises dans l'enfance (facteur important pour 86 %, voire très important pour 39 %).

Pour plus de 6 Français sur 10, **l'accès à une alimentation en quantité (62 % des Français) et en qualité (67 % des Français) suffisantes n'est tout simplement pas possible.**

Une fracture qui se lit lors du passage en caisse. La France se coupe alors en deux : **54 % des shoppers ne comptent pas** vraiment leurs dépenses alors que **46 %** font leurs courses du quotidien **à 10 euros près.**



LA CONSOMMATION DES LÉGUMES EST UNE CONSOMMATION "DE RAISON", LIMITÉE PAR DES FREINS FINANCIERS ET LA RECHERCHE DE PLAISIR DANS L'ALIMENTATION

78 % des personnes interrogées estiment que **les légumes sont indispensables pour être en bonne santé.** C'est d'ailleurs la famille d'aliment perçue comme la plus importante, devant les fruits (71 %), le poisson (51 %), les produits laitiers (51 %), les féculents (46 %), les œufs (37 %) ou la viande (37 %).

Mais **3 Français sur 4 sont actuellement insatisfaits de leur consommation de légumes.**

- Seuls **33 %** les trouvent **abordables** et 55 % des Français choisiraient d'acheter davantage de légumes si leur budget alimentaire augmentait de 20 %.
- Même s'ils estiment à 56 % que les légumes ont bon goût, seulement **27 %** des sondés jugent qu'ils permettent de se faire vraiment **plaisir**, contrairement aux produits sucrés.



L'homme est omnivore. L'équilibre du menu vient de la juxtaposition de différents produits. Les végétaux sont frugaux en densité énergétique. Chez une partie de la population ils ne sont pas assez consommés. »

Philippe Legrand

Docteur ès Sciences en Physiologie de la nutrition, Professeur et Directeur du laboratoire de Biochimie Nutrition Humaine à Agrocampus-INSERM de Rennes



LA CULTURE ET L'ÉDUCATION ONT UN RÔLE CLÉ À JOUER DANS L'ÉVOLUTION DE NOS HABITUDES ALIMENTAIRES

Au-delà des questions socio-économiques et socio-démographiques, la culture et l'éducation sont au cœur des habitudes alimentaires. Logiquement, on observe que ceux ayant été habitués à manger des légumes étant petits, en consomment plus à l'âge adulte. Parmi les Français estimant avoir mangé beaucoup de légumes enfant, 62 % d'entre eux en consomment quotidiennement aujourd'hui (une proportion plus importante que la moyenne qui est à 57 %).

D'autre part, la remise en cause totale du moment du repas est révélateur d'une fracture générationnelle forte et d'une évolution des mœurs. **Seulement 5 %** des Français **sacralisent le moment du repas** et en profitent systématiquement de façon traditionnelle, c'est-à-dire à table et jamais devant un écran ou sur une table basse. Au contraire, **59 % des Français** interrogés déclarent **manger fréquemment devant un écran** et ce sont aussi ceux qui mangent moins de légumes.



Donner le goût des légumes aux enfants passe par des dimensions ludiques dans l'alimentation, pour augmenter le plaisir de consommation. Il faut créer de l'intérêt dans l'assiette ! »

Jean-Pierre Corbeau

Sociologue et cofondateur de l'Institut du goût et vice-président de l'Institut européen d'histoire et des cultures de l'alimentation



ET SI LA SOLUTION ÉTAIT DANS LA SOUPE ?

Universelle et consensuelle, la soupe lève en partie les freins liés à la consommation de légumes. La soupe est fédératrice et **89 %** des sondés la trouvent même **délicieuse** ! Si **94 %** des Français ont **consommé de la soupe** au cours de l'année précédente, **59 %** d'entre eux ont opté pour la **soupe toute prête**.

Contrairement aux légumes, la soupe est consensuelle. Son appréciation est peu différenciée entre les différentes catégories socioprofessionnelles, les générations ou les hommes et les femmes.

93 % des personnes interrogées estiment que la soupe est une façon saine de manger des légumes et 92 % qu'elle permet de varier les légumes consommés.

La soupe bénéficie des qualités reconnues aux légumes et pallie plusieurs de leurs handicaps en offrant de la variété, de la praticité, de la rapidité et surtout du **plaisir**, élément manquant et essentiel de la consommation classique de légumes.

Elle est vue comme un plat réconfortant et économique par **87 % des Français** ainsi qu'un bon moyen pour faire consommer des légumes aux **enfants**, parfois récalcitrants à la consommation de légumes. Perçue comme un moyen de découvrir de nouvelles recettes et de varier les saveurs, la soupe toute prête est un gain de temps sain pour toute la famille.



La soupe toute prête apporte une vraie solution à la fracture nutritionnelle : elle est saine, pratique, économique, et permet de proposer une grande variété de légumes. Les consommateurs qui font leur soupe maison ont tendance à faire toujours les 2-3 mêmes recettes. Les soupes toutes prêtes leur donnent ainsi l'opportunité de découvrir des recettes plus élaborées et de nouvelles saveurs. Elles sont donc un bon complément à la soupe maison pour varier les plaisirs. »

Elsa Wagner Pinosa

Directrice Marketing Liebig (GB FOODS France)



Il y a une accélération sociétale récente sur certains mécanismes de consommation qui a encore modifié les habitudes : notre rapport à l'écran modifie notre façon de manger et nos choix alimentaires. Il y a donc une répercussion sur la teneur en légumes des bols alimentaires (...) La soupe peut répondre à cette fracture et devenir un repas complet à part entière. »

Corinne Chicheportiche

Médecin nutritionniste



À propos de Liebig

Née en 1865, Liebig est devenue l'experte de la soupe au service du goût. La marque ne cesse d'innover pour toujours mieux répondre aux besoins des consommateurs, avec une offre originale et variée (60 recettes). Liebig est ainsi devenue un allié du quotidien des Français, en proposant des repas pratiques, équilibrés et savoureux, afin de les aider à consommer la quantité de légumes recommandée dans le cadre d'une alimentation saine. La marque s'engage également à offrir de délicieuses soupes cuisinées en France, dans son unique atelier près d'Avignon, en Provence. Parce que la qualité est une priorité, les soupes sont sans conservateur* et préparées avec des légumes soigneusement sélectionnés et récoltés à maturité.

À propos d'IPSOS

Ipsos est l'une des plus grandes entreprises du marché des études dans le monde, présente dans 90 marchés et comptant 18 000 collaborateurs. Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles. Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SPF 120 et Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

LA FRACTURE NUTRITIONNELLE EN FRANCE



Les fractures sociales, sociétales, générationnelles se lisent dans l'assiette des Français avec comme marqueur puissant la consommation de légumes. Ce diagnostic inégalitaire est reconnu par la grande majorité des Français qui ont une vision lucide des causes : pouvoir d'achat & habitudes alimentaires prises pendant l'enfance.

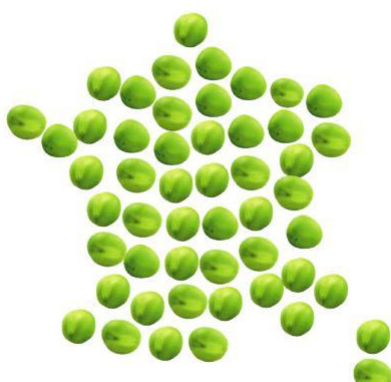
EN 2021,

DANS CE CONTEXTE



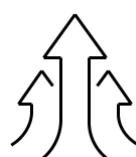
76%

des Français ont une perception d'**inégalité alimentaire...**



75%

des Français voudraient **augmenter** leur consommation de **légumes...**



CAUSES PRINCIPALES



L'accessibilité financière



Les habitudes alimentaires prises pendant l'enfance

EN 2021, LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS SONT LE REFLET DES INÉGALITÉS ET DES FRACTURES



57%

des Français mangent des **légumes** quotidiennement

Mais ce sont, **seulement ...**

51%

des moins aisés
-6pts vs. tous les Français

53%

des plus jeunes
-4pts

49%

des hommes
-8pts



LA CULTURE ET L'ÉDUCATION ONT UN RÔLE CLÉ DANS LES HABITUDES ALIMENTAIRES

Aujourd'hui, mangent moins de légumes **ceux qui...**



mangent **régulièrement** devant un **écran**

53%

contre **57%** des Français



en mangeaient **peu** pendant leur **enfance**

37%

contre **57%** des Français

LES LÉGUMES ET LES FRUITS : UNE CONSOMMATION DE RAISON, LIMITÉE PAR LES FREINS FINANCIERS ET LA RECHERCHE DE PLAISIR

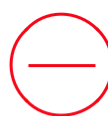
Une consommation de **raison** plus que de passion

ATOUTS

équilibre alimentaire, nutrition, santé

LIMITES

accessibilité financière plaisir, goût



LA SOUPE, UN PLAT CONSENSUEL QUI LÈVE EN PARTIE LES FREINS LIÉS À LA CONSOMMATION DE LÉGUMES

Un plat qui **réunit tout le monde**

94%

des Français en ont mangé l'an passé



70%

disent apprécier beaucoup ce plat (note de 7,3/ 10)



Soupe maison consommée par **les plus âgés**



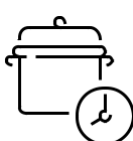
Soupe toute prête consommée **par tous**, de façon équivalente

La soupe: les bienfaits des légumes, leurs inconvénients en moins !



92%

trouvent ce plat **pratique**



91%

perçoivent ce plat comme une **façon rapide** de manger des légumes



89%

estiment que c'est une façon **délicieuse** de manger des légumes



87%

y voient une façon **économique** de manger des légumes



Source: étude quantitative Ipsos menée auprès de 2000 Français de 18-75ans du 20 au 27 Septembre 2021