

Symboles d'un modèle alimentaire en déclin, les fruits frais n'ont plus la cote

Franck Lehuédé

En 2001, le Programme National Nutrition Santé a désigné l'augmentation de la consommation de fruits et légumes comme l'un des objectifs nutritionnels à atteindre pour 2008. Trois ans plus tard, malgré les campagnes de communication liées à ce programme, les achats de fruits frais ont continué de se réduire. L'enquête du CRÉDOC « Comportements et Consommations alimentaires des Français » (CCAF 2004) révèle que cette diminution touche presque toutes les catégories d'adultes. Cette baisse s'inscrit dans une tendance de fond qui privilégie la consommation de produits transformés au détriment des produits traditionnels. D'un point de vue nutritionnel, la consommation de fruits frais semble révélatrice d'une bonne alimentation comme l'illustre l'analyse des gros consommateurs de fruits frais : ils bénéficient d'une alimentation plus variée et plus équilibrée que le reste de la population. Elle leur permet plus souvent d'atteindre les apports nutritionnels conseillés.

La consommation de fruits frais diminue fortement

Malgré les préconisations du Programme National Nutrition Santé (PNNS) qui désignait, en 2001, l'augmentation de la consommation de fruits et légumes comme l'un des objectifs nutritionnels à atteindre, les achats de fruits frais ont diminué de 3 % entre 2001 et 2003 selon le CTIFL (Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes). Le CRÉDOC mesure également cette évolution dans ses enquêtes portant sur les consommations alimentaires. Ainsi, en cinq ans, de 1999 (date de la précédente enquête) à 2003, la quantité moyenne de fruits frais consommée quotidiennement s'est fortement réduite, passant de 134 g à 113 g par jour et par personne (-16 %). Cette baisse concerne quasiment toutes les catégories de la population

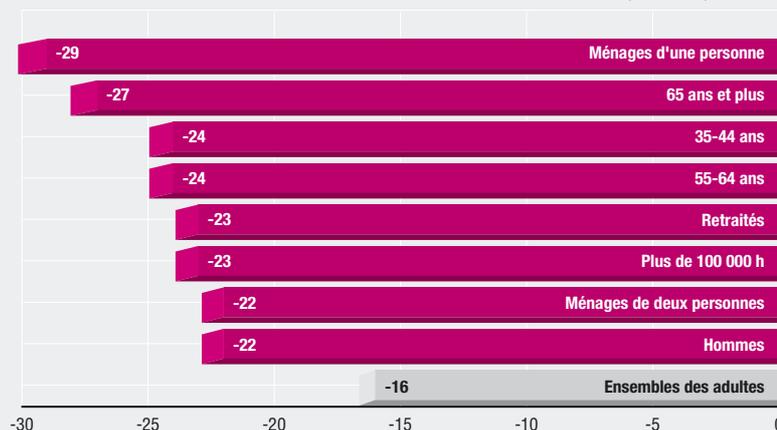
sans distinction de sexe, d'âge ou de profession. Elle est particulièrement importante chez les seniors (-24 % chez les 55-64 ans et -27% chez les plus de 65 ans), chez les hommes (-22 %) et les adultes entre 35 et 44 ans (-24 %). Elle concerne également plus souvent les résidents des villes de plus de 100 000 habitants ainsi que les ménages d'une ou de deux personnes.

C'est au déjeuner et au dîner, principaux moments de consommation de fruits frais, que celle-ci a le plus diminué (-19 % au déjeuner et -22 % au dîner). L'enquête du CRÉDOC montre également que les fruits frais n'ont pas pour autant été remplacés par d'autres types de desserts.

Cette baisse de la consommation de fruits est symptomatique des transformations lentes, mais constantes auxquelles le modèle alimentaire français traditionnel est soumis depuis de nombreuses années.

La consommation de fruits baisse fortement et surtout chez les seniors

Évolution de la consommation de fruits frais entre 1999 et 2003 (en % grammes/jour)



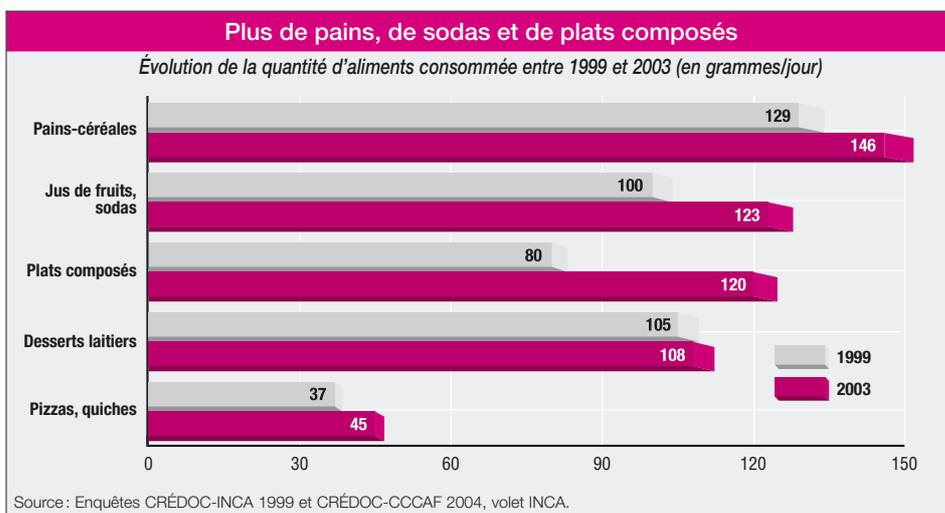
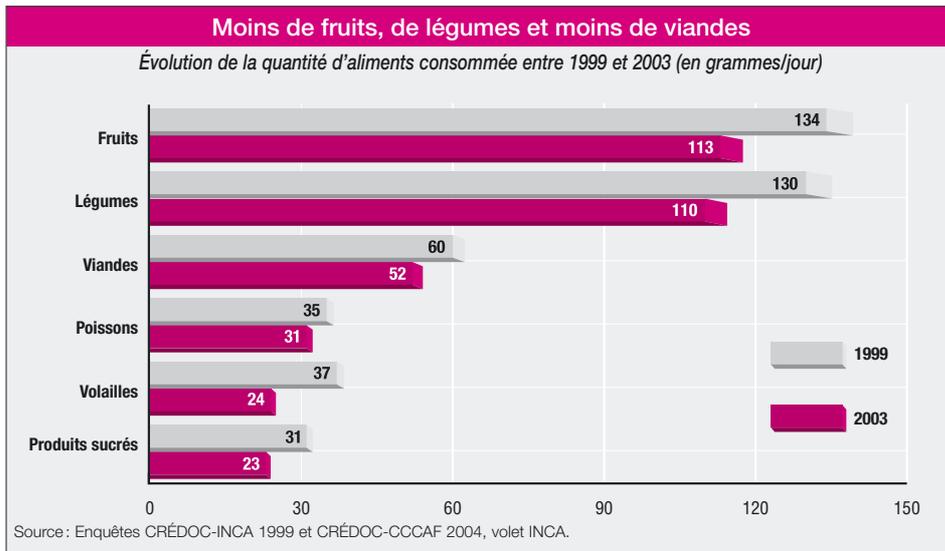
Sources : Enquêtes CRÉDOC-INCA 1999 et CRÉDOC-CCAF 2004, volet INCA.

Vers toujours plus de produits transformés

Depuis 1999, les quantités consommées de produits transformés, comme les boissons rafraîchissantes sans alcool (sodas, jus de fruits...), les plats composés, les produits laitiers (ultra-frais laitiers et entremets) et les pizzas, quiches et sandwichs ont particulièrement augmenté. À l'inverse, la consommation de produits non transformés traditionnels comme les fruits, les légumes, les viandes, les poissons ou les volailles ont toutes baissé de façon substantielle.

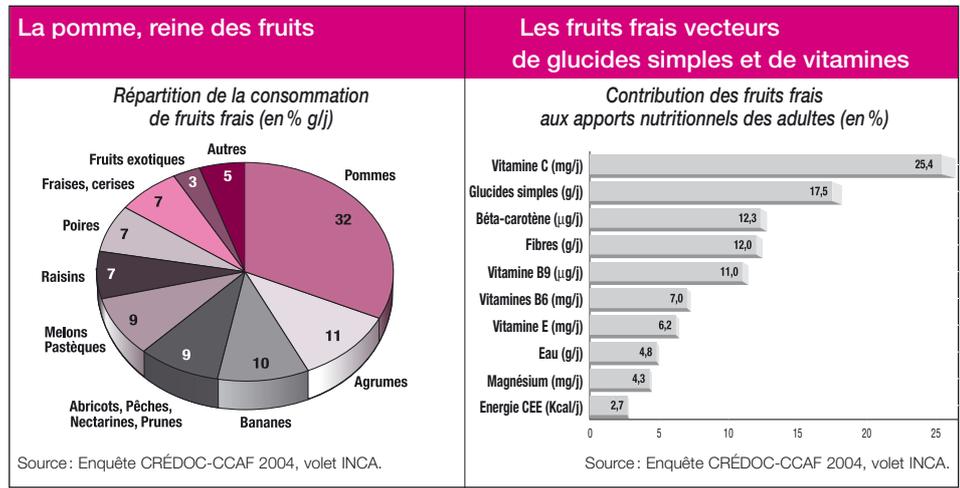
En recourant aux plats préparés et plus généralement aux aliments services, les consommateurs cherchent avant tout à réduire le temps de préparation des repas, un temps perçu comme contraint et qu'ils préféreraient employer à d'autres activités, notamment des loisirs.

Cet argument joue peu pour expliquer la baisse de la consommation de fruits frais, celle-ci ne demandant pas, la plupart du temps, de préparation. Cependant, la recherche de praticité s'exprime également aux autres étapes du processus de consommation, à savoir, le transport entre le point de vente et le foyer, le stockage et l'acte de consommation proprement dit. À tous ces stades, les fruits semblent pâtir d'un certain nombre de désavantages face aux produits transformés. Les consommateurs hésitent à acheter des fruits, produits fragiles à transporter. Leur conservation pose également problème : il est difficile pour les consommateurs de définir le meilleur lieu de stockage, assurant à la fois la préservation de la saveur et un temps de conservation assez long. Enfin, consommer des fruits peut pré-



senter quelques inconvénients, depuis l'épluchage jusqu'au risque de taches, notamment pour les fruits juteux. L'engouement des Français pour les produits transformés tient également au dynamisme et à l'innovation dont font preuve les industriels. Créer de nouveaux produits, inventer de nouveaux packagings, développer une marque grâce notamment à une poli-

tique de communication dynamique sont autant d'éléments incitatifs qui contribuent à susciter et à entretenir l'intérêt des consommateurs pour les produits transformés. Force est de constater que les fruits ne bénéficient pas des mêmes atouts en la matière. Dès aujourd'hui, l'existence d'un effet de génération vient renforcer cet ensemble d'éléments expliquant la baisse de la consommation de fruits. Les générations fortement consommatrices sont en effet remplacées par des générations en mangeant nettement moins, ce que semble attester la forte baisse de la quantité de fruits consommée chez les plus de 65 ans (-27%). On sait que les habitudes prises dans l'enfance et au début de la vie d'adulte déterminent fortement les comportements de consommation tout au long de la vie. Les plus de 60 ans ont conservé l'habitude de consommer des produits non transformés traditionnels. L'avènement de la grande distribution et des industries agroali-



mentaires, à partir des années 1960, n'a pas foncièrement transformé ce comportement. À l'inverse, la majeure partie des consommateurs a aujourd'hui l'habitude de consommer des produits industriels : avec le renouvellement des générations, cette catégorie d'aliments gagne un peu plus de terrain chaque année. La baisse de la consommation de produits traditionnels, et notamment de fruits frais, serait-elle quasi inéluctable ?

Le fruit frais, symbole d'une alimentation équilibrée

D'un point de vue nutritionnel, la consommation de fruits frais semble pourtant révélatrice d'une bonne ali-

mentation, comme l'illustre l'analyse des comportements alimentaires des « gros » consommateurs de fruits frais, ceux qui mangent au moins un fruit par jour en moyenne. 72 % ont une alimentation très diversifiée, contre 24 % de ceux qui mangent moins d'un fruit par jour. À l'inverse, seuls 3 % des gros consommateurs de fruits ont une alimentation peu variée, contre 24 % parmi les adultes consommant moins d'un fruit par jour.

Les gros consommateurs de fruits frais valorisent également les produits à bonne image nutritionnelle au détriment de ceux jugés gras ou sucrés. Ils mangent ainsi plus de pain, de légumes, de soupes, de produits laitiers ou de poissons. Ils consomment, à l'inverse, moins de sodas, de viennois-

series ou de pizzas-quiches-tartes salées qu'en moyenne.

Leur consommation alimentaire est ainsi en adéquation avec leur discours nutritionnel. Ils déclarent en effet accorder de l'importance au lien entre alimentation et santé et rechercher une alimentation variée et équilibrée (cf. encadré « Qui sont les gros consommateurs de fruits ? »).

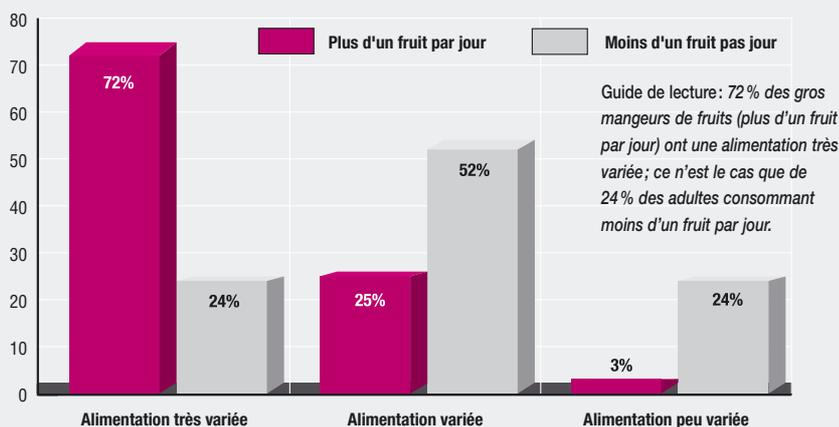
Ces amateurs de fruits au quotidien sont d'ailleurs plus nombreux que les autres à atteindre les apports nutritionnels conseillés (ANC) en vitamine B2, vitamine C, vitamine E, fibres, fer et magnésium.

Peut-on enrayer cette baisse ?

Reposant sur une évolution de nos modes de vie, cette baisse de la consommation de fruits frais semble difficile à enrayer. Elle s'inscrit dans une modification à moyen terme de notre modèle alimentaire, de plus en plus orienté vers une dichotomie entre une alimentation du quotidien, fondée sur la rapidité de préparation et faisant la part belle aux produits « industriels », et une cuisine d'exception, axée sur la convivialité, et ouvrant largement sa table à des aliments « frais », « naturels », à courte conservation et pouvant nécessiter un long temps de préparation. Si cette tendance paraît bien amorcée, deux éléments restent porteurs d'espoir. L'importance croissante qu'accordent

Les gros consommateurs de fruits ont une alimentation plus variée

Répartition des adultes selon leur indice de variété alimentaire (en %)



Source : Enquête CRÉDOC-CCAF 2004, volet INCA.

Qui sont les gros consommateurs de fruits frais ?

Comme en 1999, trois adultes sur dix peuvent être considérés aujourd'hui comme de gros consommateurs de fruits frais. Leur consommation moyenne de fruits (219,1 g/j) est presque deux fois supérieure à celle d'un adulte (113 g/j).

Des femmes et des seniors : Les femmes sont sur représentées parmi les gros consommateurs (34 %, contre 28 % des hommes), tout comme les habitants de la Région Parisienne (39 %), du Sud-Ouest (35 %) et des communes rurales (34 %). Dans ce dernier cas, l'approvisionnement en fruits passe en partie par l'auto-production grâce aux jardins.

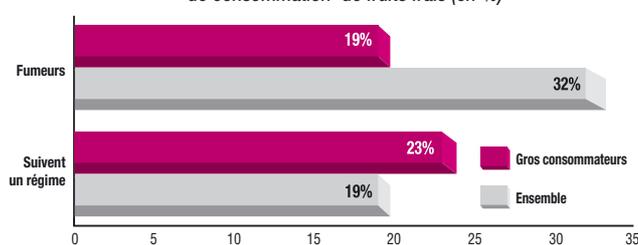
Plus on avance en âge, plus la proportion de gros consommateurs de fruits est forte (18 % entre 15 et 24 ans, contre 48 % chez les plus de 65 ans). La part de ces gros consommateurs dans l'ensemble des consommateurs de fruits frais s'élève d'ailleurs avec l'âge (21 % entre 15 et 24 ans, 52 % parmi les plus de 65 ans). Plus âgés, les gros consommateurs de fruits frais sont logiquement plus souvent des retraités (47 %) ou des personnes vivant seules (33 %). Ils appartiennent également plus à des couples sans enfants (38 %).

Meilleure hygiène de vie et préoccupation de l'alimentation-santé

Les gros consommateurs de fruits frais sont moins nombreux à fumer (19 % contre 32 % dans l'ensemble de la population). Ils déclarent plus souvent

Les gros consommateurs de fruits ont une meilleure hygiène de vie

Proportion de fumeurs et d'adultes suivant un régime selon le niveau de consommation de fruits frais (en %)



Source : Enquête CRÉDOC-CCAF 2004, volet INCA.

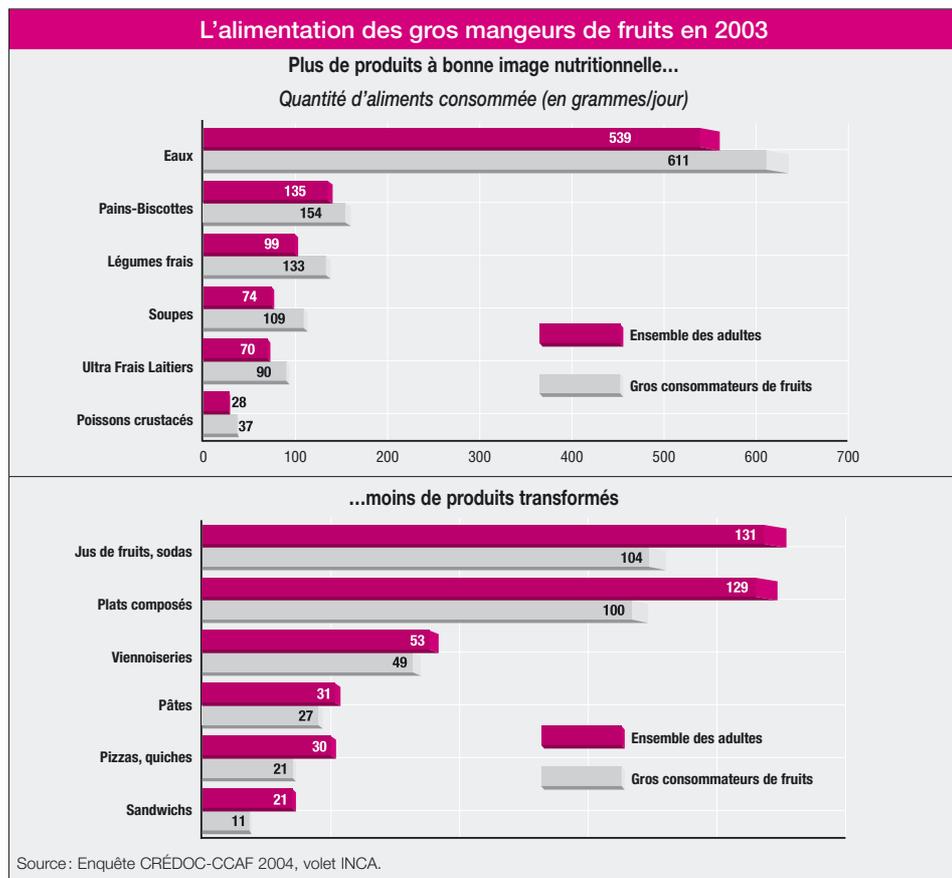
suivre un régime alimentaire (23 %, contre 19 %).

Près de neuf gros consommateurs de fruits sur dix estiment avoir une bonne alimentation (88 %, contre 84 % dans l'ensemble de la population), une alimentation saine (20 % contre 15 %) empreinte de variété (17 % contre 14 %) et de modération (12 % contre 9 %). Ils sont nettement plus nombreux à ne jamais sauter de repas (60 % contre 51 %) et à consommer des produits « allégés » en matières grasses (34 % contre 29 %) ou en sucre (20 % contre 17 %).

les consommateurs aux questions nutritionnelles, et notamment aux problèmes liés à l'obésité, incite à une plus forte

consommation de fruits. Par ailleurs, si la communication sur les fruits ne semble pas aujourd'hui couronnée de

succès, qui peut dire si ce sera toujours le cas demain. Les comportements se modifient lentement. Ce n'est donc que dans le temps qu'il sera réellement possible d'évaluer les effets de telles politiques de communication. ■



Présentation de l'enquête

Ces données sont extraites de l'enquête « Comportements et consommations alimentaires des Français » (CCAF 2004). Unique en son genre, elle se propose d'analyser le rapport des Français à l'alimentation sous toutes ses formes :

- Sous l'angle de leurs attitudes, de leurs opinions et de leurs comportements en termes de nutrition, de sécurité, de commodité, d'achats, de préparation, de consommation à domicile, hors domicile, lors de repas ou hors repas... (volet « Comportements »).
- Sous l'angle de leurs propres consommations (volet INCA). Faisant suite à l'enquête Individuelle et Nationale sur les Consommations Alimentaires (INCA) réalisée en 1999, ce volet poursuit deux objectifs principaux :
 - Connaître les consommations individuelles réelles ainsi que leurs déterminants, par occasion (petit-déjeuner, déjeuner, goûter, dîner, encas) et par lieu de consommation (au domicile et hors foyer),
 - Identifier les apports nutritionnels à partir des consommations déclarées et en déduire le statut nutritionnel des consommateurs.

Pour la première fois, les données du volet INCA peuvent être analysées au regard des questions posées dans le volet « Comportements » de l'enquête.

L'étude a été menée entre l'automne 2002 et l'été 2003 auprès de 1 042 ménages représentatifs de la population des ménages résidents. Tous les membres du foyer âgés de trois ans et plus ont été interviewés. Afin de disposer d'un nombre suffisant d'enfants, un suréchantillon de 622 ménages a été constitué dans lesquels seul un enfant a été enquêté.

Les informations ont été recueillies en face à face, au domicile des personnes interrogées. Le relevé des consommations alimentaires a été effectué sur une période de sept jours consécutifs, à l'aide d'un carnet de consommation. L'identification des aliments et des portions était facilitée par l'utilisation d'un carnet photographique.

Au total, 1 361 adultes normo-évaluants âgés de 15 ans et plus et 1 090 enfants de 3 à 14 ans ont été interrogés.

Cette enquête permet d'analyser la consommation d'un grand nombre de produits alimentaires grâce à des exploitations statistiques fines.

Pour en savoir plus

• De la transmission à l'apprentissage des savoir-faire culinaires : Regards croisés de filles et de mères, Agathe Couvreur, 2004, CRÉDOC, Collection des cahiers de recherche n° C198.

• Les pratiques alimentaires des Français : du discours à la réalité, A.-D. Brousseau, C. Gaignier, 2002, CRÉDOC, Collection des cahiers de recherche n° C179.

• Création d'un indice d'alimentation saine, A.-D. Brousseau, A. Couvreur, C. Simonet, sous la direction de J.-P. Loisel, 2001, CRÉDOC, Collection des cahiers de recherche n° C158.

• Enquête INCA individuelle et nationale sur les consommations alimentaires, CRÉDOC - AFSSA - Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, éditions TEC & DOC2000.

• L'estimation des consommations extrêmes - Impact de la durée d'observation et du taux de consommateurs, J. Maffre, J.-L. Volatier, 1999, CRÉDOC, Collection des Cahiers de recherche n° C139.

CRÉDOC Consommation et Modes de Vie

Publication du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie

Directeur de la publication : Robert Rochefort

Rédacteur en chef : Yvon Rendu

Relations publiques : Brigitte Ezvan
Tél. : 01 40 77 85 01
relat-presse@credoc.fr

Diffusion par abonnement uniquement
30,49 euros par an
Environ 10 numéros

142, rue du Chevaleret, 75013 Paris

www.credoc.fr