

• Décembre 2014

Etude de la consommation de fruits et légumes frais par les enfants

Etude financée par FranceAgriMer et Interfel
Etude réalisée par le cabinet ABC +
(en collaboration avec la cabinet *Protéines*)

Contexte et objectif

En 2013, la commission mixte des études économiques des fruits et légumes frais FranceAgriMer/Ctif/Interfel a décidé de lancer une nouvelle étude afin d'obtenir des éléments de réponses sur la consommation de fruits et légumes frais par les enfants. Ainsi, FranceAgriMer et Interfel se sont groupés pour lancer un appel d'offres. Le cabinet ABC+ a été retenu pour la réalisation de l'étude.

L'objectif premier de l'étude est de permettre la mise en place d'une stratégie de conquête visant à la création d'un environnement favorable à la consommation des fruits et légumes frais pour les jeunes enfants. Elle a également pour but d'éclairer les professionnels de la filière sur l'adaptation de l'offre, pour le consommateur actuel et le consommateur futur.

Méthodologie

L'étude a été réalisée en différentes étapes :

- Analyse bibliographique : analyse d'un corpus de documents fournis par FranceAgriMer et Interfel enrichi de sources internes du cabinet ABC+. L'objectif de la première phase était d'obtenir une analyse du contexte général de la consommation des fruits et légumes frais par les enfants de 0 à 18 ans pour mieux comprendre leur comportement alimentaire de la naissance jusqu'à l'âge adulte. Cette analyse constitue le socle de connaissances indispensable à la deuxième phase de l'étude centrée sur les enfants de 6-12 ans pour permettre la mise en place d'outils de communication adaptés.
Interviews d'experts : en complément de l'analyse bibliographique, donnent un regard complémentaire apporté par des experts du sujet (psychologue, pédiatre, ingénieur agronome, directrice communication Blédina)

- Etude quantitative : 300 interviews online de 25 minutes auprès de mères d'enfants de 0 à 18 ans (à parts égales pour les mères d'enfants de 0 à 5 ans, de 6 à 12 ans et de 13 à 18 ans) et d'enfants de 6 à 18 ans.
- Etude des actions innovantes à l'international : sélection réalisée par le cabinet *Protéines* à partir d'une pige internationale (Europe, Etats-Unis, Canada, Japon) des 25 benchmarks les plus pertinents pour la problématique.
- Etude qualitative sous forme de duo-groupes de mères-enfants (séparés durant 2h30, puis réunis durant 30 minutes) : deux duo-groupes pour les 6-8 ans à Paris et Tours, puis deux duo-groupes pour les 9-12 ans à Paris et Tours.

Etant donné le rôle toujours prépondérant des mères dans l'éducation alimentaire des enfants, dans les achats alimentaires, dans la composition et la préparation des repas, l'étude se focalise principalement le lien entre la mère et l'enfant qui restent les cibles prioritaires pour favoriser la consommation de fruits et légumes frais par les enfants.

Ainsi, l'analyse des différentes étapes de l'étude doit apporter aux acteurs de la filière fruits et légumes des réponses aux questions suivantes :

- quel est le comportement des enfants (dans leur environnement, avec l'alimentation, avec les fruits et légumes)?
- quels sont les supports les plus adaptés pour sensibiliser la cible enfants à la consommation de fruits et légumes? Comment multiplier et optimiser les points de contacts avec les enfants?

Un imaginaire des fruits et légumes déconnecté de la dimension plaisir

Les chercheurs qui se sont penchés sur la question des déterminants alimentaires convergent sur ce point : le vrai levier de motivation à la consommation alimentaire n'est pas la nourriture elle-même, mais le plaisir qu'elle procure. Ceci est d'autant plus vrai

pour les enfants chez lesquels la part d'instinct et d'émotion sur les décisions et les choix d'action est plus influente encore que chez les adultes.

Le plaisir alimentaire est le fruit d'un processus d'acquisition : il résulte des multiples expériences de consommation auxquelles nous sommes confrontés au cours de notre vie.

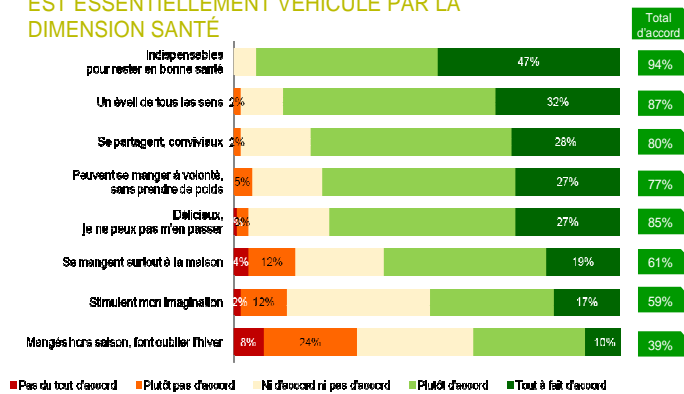
Le plaisir alimentaire comporte **trois dimensions** :

- Une dimension **sensorielle**, qui rend compte de l'appréciation organoleptique, visuelle et auditive des aliments
 - Sur le plan qualitatif : capacité à satisfaire au niveau du goût, de l'odeur, de la vue...
 - Sur le plan quantitatif : aptitude à rassasier
- Une dimension **cognitive**, qui s'appuie sur le fait que les aliments sont des supports de représentations
- Une dimension **sociale**, qui dépend des circonstances et des contextes précis de consommation des aliments

Le plaisir alimentaire naît d'un état de manque qui va créer un désir de le combler. Pour qu'un aliment apporte du plaisir, sa consommation doit répondre à des motivations réelles de gratification personnelle : expérimenter un goût, soulager sa faim, activer un imaginaire, créer un lien avec autrui...



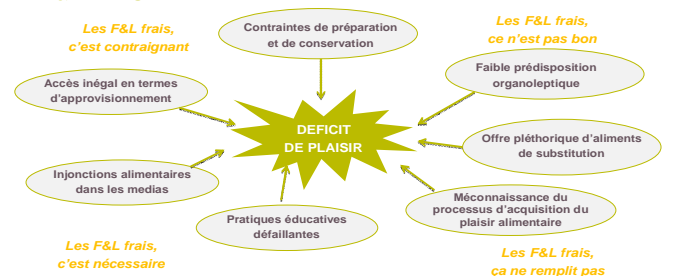
AUJOURD'HUI, S'IL EXISTE ENCORE UN IMAGINAIRE POSITIF À LA CATÉGORIE IL EST ESSENTIELLEMENT VÉHICULÉ PAR LA DIMENSION SANTÉ



40. Pour chacune des phrases suivantes, indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord ou non qu'elle s'applique aux fruits et légumes frais. Les fruits et légumes frais...



PLUSIEURS LEVIERS EXPLIQUENT CETTE DÉSAFFECTION DES JEUNES ET DES PARENTS POUR LES F&L FRAIS :



Les communications de ces dernières années ont certes permis une meilleure appropriation des enjeux nutritionnels mais en stigmatisant le légume dans une quête d'idéal obligatoire, contribuant à en faire un « ennemi » plutôt qu'un allié de plaisir.

Cet imaginaire est nourri par d'autres a priori négatifs qui n'ont pas été levés autour de la contrainte, de l'inappétence et de la cherté qui poussent les mères à se désimpliquer, entretenant ainsi les aversions instinctives de l'enfant.

40% des enfants de 0-18 ans mangent moins d'un fruit et légume frais par jour.

L'aversion se constate surtout pour les légumes frais, le plaisir à l'égard des fruits étant bien mieux intégré par la cible enfants

LES FRUITS UNE SUPÉRIORITÉ VS LES LÉGUMES, QUI SE MANIFESTE SUR TOUS LES PLANS

Celui des **qualités organoleptiques** des produits...

- Le goût : sucré, juste dose d'acidité
- L'aspect : couleurs vives et variées, formes arrondies, proximité de formes qui les englobe dans une famille visuellement harmonieuse
- L'odeur : presque insaisissable
- La texture : du croquant (pomme) au fondant (banane), avec une composante juteuse (majorité des fruits) très appréciée

...comme celui des usages

- Existence de nombreux fruits de petite taille, prêts à la consommation (fruits rouges ++)
- Epluchage pas toujours nécessaire et plus ou moins facile (banane et agrumes ++ vs poire, pommes et pêches --)

➤ Attention toutefois : le fait de se salir les mains avec les fruits est vécu par les enfants un frein à la consommation !

LES FRUITS : DES PRODUITS INTRINSÈQUEMENT APPÉTENTS ET LUDIQUES, QUI RECÈLENT UN VRAI POTENTIEL D'ATTRACTIVITÉ AUPRÈS DES 6-12 ANS

Une nécessaire implication des mères dans les pratiques et trajectoires de consommation

Si pour le déroulement des repas et les modalités des courses les mères vont à l'essentiel, cela influence peu la faible consommation de fruits et légumes frais...

Le repas est un moment de partage en famille, quel que soit l'âge des enfants et le niveau de consommation de légumes. Ils se déroulent de manière très homogènes dans les différents foyers : on mange ensemble (92 % des foyers), à heure fixe (90 % des foyers), la même chose (85 % de foyers) et ce pendant en moyenne 40 minutes.

Les courses apparaissent comme une contrainte et les mères vont au plus simple pour se faciliter la vie. Elles se rendent principalement en GMS, y compris pour les produits frais (67 % des achats de viande et poissons, 59 % des achats de fruits et légumes frais) Les produits sont choisis avant tout par habitude (87 %), parce qu'elles cherchent la praticité (67 %) Alors que le prix reste une variable de choix déterminante (74 %) et ce à plus forte raison pour les faibles consommateurs, globalement moins impliqués dans leur consommation.

...En revanche, le déficit de transmission des mères est nettement plus impactant



Seules 35% mangeaient au moins un fruit ou un légume frais par jour quand elles étaient petites*

Seules 66% disent des F&L frais qu'ils «sont délicieux, je ne peux m'en passer»**

Servent (connaissent?) beaucoup moins de préparations élaborées : purées, gratins, soupes, gâteaux, compotes...***

Leur maman



Base : Faible consommateurs de F&L frais = moins d'une fois par jour

ABC+ - Etude Fondamentale Fruits et Légumes - Synthèse Globale - 9 décembre 2014

18

Le désinvestissement des fruits et légumes frais par les mères rencontrées est étroitement lié à leur contexte sociétal :

- Des pratiques éducatives vis-à-vis des enfants fortement impactées par les effets générationnels
- Des mères fortement imprégnées par la culture de l'«enfant roi», qui se soumettent volontiers aux desideratas de leurs enfants, notamment sur le plan alimentaire
- Des mères très sensibles à l'évolution de l'actualité socio-économique, et pour lesquelles l'équilibre alimentaire de leurs enfants constitue une problématique secondaire, face aux incertitudes majeures auxquelles elles pensent devoir les préparer pour demain
- Des styles de vie résolument «modernes», qui orientent de manière conséquente le statut qu'elles attribuent à l'alimentation dans la vie quotidienne (rythmes de vie frénétiques, en quête de pragmatisme et d'efficacité dans tous les domaines...) et pour lesquelles l'alimentation et la cuisine revêtent un caractère fonctionnel, voire contraignant

En toute logique, les fruits et légumes frais constituent pour ces femmes, la catégorie alimentaire la plus désinvestie : une catégorie qui cumule deux faiblesses majeures à leurs yeux (déficit de praticité et difficulté d'acceptation par les enfants), ce qui les a amenées à progressivement abandonner ces aliments à l'âge adulte, en particulier au tournant de deux événements clés majeurs : l'entrée dans la vie active et l'arrivée d'enfants au sein du foyer.

Les trajectoires de consommation

La mère et ses propres habitudes de consommation conditionnent la consommation de leur enfant et ce, quel que soit son âge :

- Le mode de vie (niveau de vie, lieu d'habitation) est un contexte non actionnable mais indissociable de la consommation de fruits et légumes frais

- Les habitudes prises par la mère lorsqu'elles étaient petite fille influencent leur consommation actuelle (notamment leurs modes de préparation) et donc celle de leur enfant
- Aussi, les mères faibles consommatrices qui voient moins les bénéfices des fruits et légumes, depuis la dimension santé jusqu'au plaisir en passant par le bon goût, en font consommer peu à leurs enfants...
- ...alors que les mères volontaristes, engagées dans la consommation en général et sur les fruits et légumes en particulier sont aussi celles qui en font consommer davantage

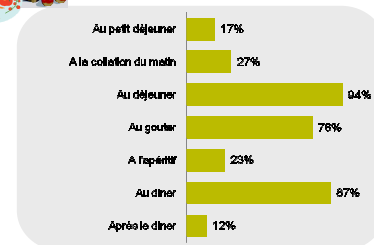
L'enfant, quand il grandit, trouve des clés pour affirmer la maîtrise de ses goûts

- Si les enfants ne sont pas définitivement fermés aux fruits et légumes frais (seuls 10 % des petits consommateurs déclarent ne pas les aimer du tout)
- Ils ferment la porte à la catégorie si la variété, le plaisir des yeux, les différences de texture ou encore la convivialité ne sont pas au rendez-vous pour installer la dimension de plaisir multi-sensoriel selon leurs goûts et attentes.

0-5 ans : tout s'installe



LES 0-5 ANS, CONSOMMATEURS DE FRUITS ET LÉGUMES FRAIS SUR LE PLUS D'OCCASIONS...



0-5 ANS

- 6 tout petits sur 10 mangent 1 fruit ou 1 légume frais chaque jour
- Des fruits et légumes frais consommés principalement au déjeuner, plus qu'au dîner
- 3 tout petits sur 4 mangent un fruit ou un légume frais pour le goûter...

49. Votre enfant consomme-t-il/elle des fruits et légumes frais à chacun des repas suivants?

ABC+ - Etude Fondamentale Fruits et Légumes - Synthèse Globale - 9 décembre 2014

25

6-12 ans : premiers flottements mais encore un poids de la contrainte

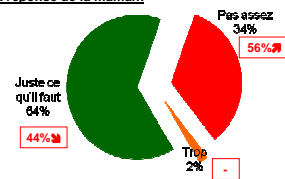


A PARTIR DE 6 ANS LES MÈRES PRENNENT CONSCIENCE DES CARENANCES DE CONSOMMATION DE L'ENFANT... L'ENFANT PAS ENCORE

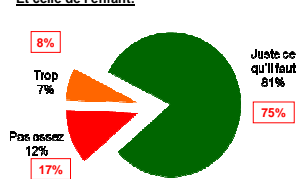


6-12 ANS

La réponse de la maman :



Et celle de l'enfant :



➢ Un 6-12 ans sur trois ne mange pas 1 fruit ou 1 légume frais chaque jour

➢ Les mamans ont conscience de cette carence ➢ Les enfants en revanche n'ont pas cette notion, et malgré des années de «5 fruits et légumes par jour», plus des ¾ de ceux qui en mangent moins d'une fois par jour estiment leur consommation suffisante

Cible F&L frais moins d'une fois par jour

ABC+ - Etude Fondamentale Fruits et Légumes - Synthèse Globale - 9 décembre 2014

29

51. Selon vous, votre enfant consomme-t-il/elle trop ou pas assez de fruits et légumes ?
67. D'après toi, est-ce que tu manges trop ou pas assez de fruits et légumes ?

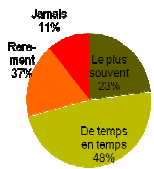
13-18 ans : tout est joué « j'aime/je n'aime pas et j'ai le pouvoir de choisir »



ILS SONT DÉFINITIVEMENT ACQUIS OU RÉFRACTAIRES À LA CATÉGORIE



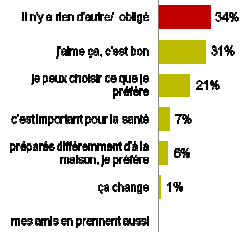
Au restaurant
La réponse de la maman :



► ... un 13-18 ans sur quatre choisit systématiquement un légume frais au restaurant.

50. Au restaurant, à quelle fréquence insertion [voire enfant] choisi-4 / elle des légumes frais pour son menu ?
64. À la cantine / au self ou au restaurant, lorsque tu choisis de manger des fruits et légumes frais, c'est...

Restaurant, cantine/ self*
Quand j'en prends, c'est parce que...



► ... des comportements très disparates : si la moitié des 13-18 ans choisit des fruits et légumes par préférence, 1/3 le fait par obligation

ABC+ - Etude Fondamentale Fruits et Légumes - Synthèse Globale - 9 décembre 2014

40

Conclusion générales

Trois enjeux majeurs et un objectif clé :

- 1/ Révolutionner l'imaginaire collectif en priorité sur les légumes
- 2/ Redonner à la catégorie des valeurs et promesses en cohérence avec la vie des mères d'aujourd'hui (à la fois nostalgiques des légumes d'antan mais contraintes par les réalités de la vie moderne, et de l'éducation d'aujourd'hui)
- 3/ Pour la communication, privilégier des dispositifs 360° en termes de cibles (parents et enfants déconnectés) et de dispositifs (multiplication des retombées sur la durée).



AIDER LES MÈRES ET LES ENFANTS À PORTER UN NOUVEAU REGARD SUR LA CATÉGORIE

ÉDUCUER ET RÉÉDUCUER AVEC :

→ Des messages propres à chaque cible et à chaque âge

- Une éducation au plaisir, inculquée par la mère dès le 1^{er} âge et de façon générale par les adultes proches de l'enfant (grand-parents, enseignants...) : à la fois des prescripteurs, des repères et des modèles clés pour les jeunes

- Une rééducation des enfants, qui plus ils grandissent plus ils entrent en phase de maîtrise et de création de leur propre référence à la nourriture. **En tenant compte des spécificités liées à l'âge** : des besoins et des motivations différentes à 0-2 ans, 3-5ans, 6-8 ans ou 9-12 ans.

→ Une capitalisation sur des relais spécifiques : internet, grande distribution, pédiatres, école, cantines

ABC+ - Etude Fondamentale Fruits et Légumes - Synthèse Globale - 9 décembre 2014

67

Les leviers à actionner pour encourager la consommation



DEUX CLÉS DE RÉUSSITE MAJEURES SELON LES EXPERTS RENCONTRÉS :

1. DEPASSER LES CAMPAGNES D'INFORMATION NUTRITIONNELLE « VERTICALES » ET À VALEUR INJONCTIVE
2. RÉHABILITER LA DÉSIRABILITÉ DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS, EN LES INSCRIVANT DANS LE PLAISIR

↓
CRÉER LA RUPTURE POUR ENCOURAGER LA REAPPROPRIATION

ABC+ - Etude Fondamentale Fruits et Légumes - Synthèse Globale - 9 décembre 2014

51



AU BILAN, SUR LA STRATÉGIE DE RECONQUÊTE À METTRE EN PLACE

CHANGER DE POSTURE :

- o Pour la SANTÉ
- o Changer RADICALEMENT les comportements
- o L'injonction : **IL FAUT**
- o Une information UNILATÉRALE et DESCENDANTE

- o Pour le PLAISIR
- o Modifier les comportement PROGRESSIVEMENT et EN DOUCEUR
- o L'implication : **J'AI ENVIE**
- o Une information PARTICIPATIVE et CO-CONSTRUITE + de l'ACTION

← UNE STRATÉGIE LINÉAIRE : UN ÉMETTEUR + UN RÉCEPTEUR

← UNE STRATÉGIE À 360°, RASSEMBLANT TOUTES LES PARTIES PRENANTES

ABC+ - Etude Fondamentale Fruits et Légumes - Synthèse Globale - 9 décembre 2014

60



Ont contribué à ce numéro : unité Culture et filières spécialisées/service Marchés et études des filières
Renseignements : julie.barat@franceagrimer.fr



MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DE L'AGROALIMENTAIRE ET DE LA FORÊT

FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

FranceAgriMer SYNTHÈSES / Une publication de FranceAgriMer. Directeur de la publication : Éric Allain.

Copyright : tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation de FranceAgriMer. L'établissement national des produits de l'agriculture et de la mer s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, il ne peut en aucun cas être tenu responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer de conseils personnalisés.

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil
Tél. : +33 1 73 30 30 00 / Fax : +33 1 73 30 30 30

www.franceagrimer.fr
www.agriculture.gouv.fr