

ÉDUCATION ALIMENTAIRE : UN ENJEU DE SOCIÉTÉ QUI S'INVITE DANS LE DÉBAT POLITIQUE

Ipsos bva pour La Tablée des Chefs

Alice Tetaz
Pierre Latrille

Octobre 2026

Méthodologie

ÉCHANTILLON

- **Cible et taille de l'échantillon:**

1000 Françaises et Français âgé(e)s de 18 ans et plus

- **Sélection des répondants:** Méthode des quotas avec les critères suivants :

- sexe
- âge (en 5 tranches)
- catégorie socio-économique de l'individu (en 8 tranches)
- Région
- Taille d'agglomération

- **Échantillon pondéré** (Méthode de calage sur marges) en utilisant les critères suivants : sexe, âge, catégorie socio-économique, région, taille d'agglomération.

COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain:** Du 25 au 29 septembre 2026
 - **Durée de Questionnaire:** 10 mn
 - **Mode de recueil:** Panel online Ipsos
-

- **Type d'incentive:** Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses:** surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 2 ans (par défaut, sauf demande spécifique du client).



LES RÉSULTATS

Principaux enseignements

77% des Français déplorent **des scandales sanitaires tellement fréquents qu'ils ne savent plus quoi consommer**

Trois quarts des Français (**74%**) jugent **l'éducation alimentaire des jeunes défailante**

L'école est jugée en retard sur l'éducation alimentaire : **53%** affirment qu'elle n'en fait pas assez

Pour 9 Français sur 10, **l'alimentation est empreinte d'inégalités sociales**

L'éducation alimentaire s'invite dans la campagne présidentielle : 63% des Français attendent des propositions concrètes de la part des candidats

Un thème capable de faire bouger les intentions de vote ? Un Français sur deux (49%) affirme que si un candidat abordait ce sujet, cela l'inciterait davantage à voter pour lui ou elle



DES FRANÇAIS CONVAINCUS... MAIS DÉSORIENTÉS FACE À LEUR ALIMENTATION

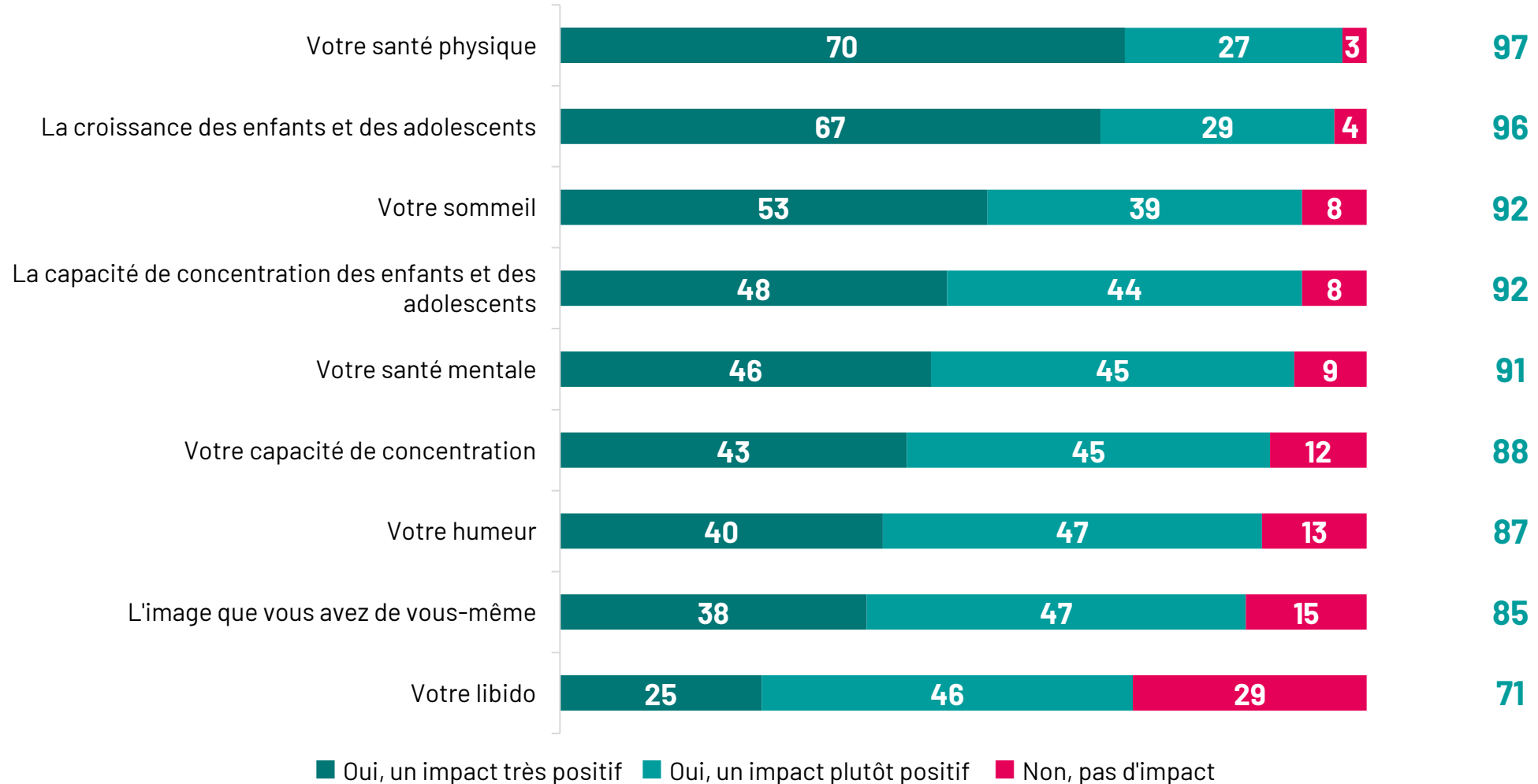
1

L'alimentation est perçue comme un levier majeur de santé et de bien-être

Avoir de bonnes habitudes alimentaires peut-il avoir un impact positif sur les éléments suivants ?

Base: Tous (n=1000)

% Un impact positif



Les moins de 35 ans croient un peu plus que les autres au pouvoir de l'alimentation

Avoir de bonnes habitudes alimentaires peut il avoir un impact positif sur les éléments suivants ?

Base: Tous (n=1000)

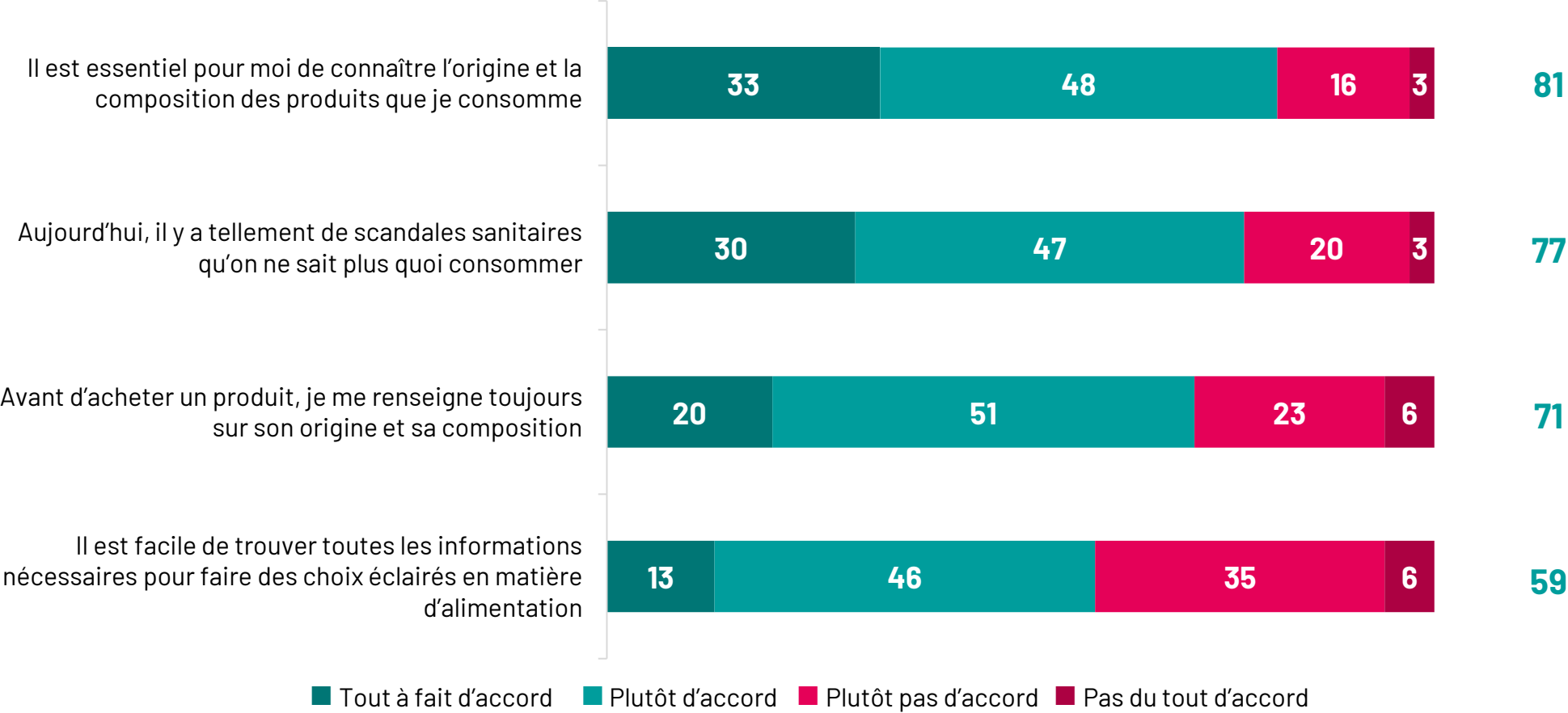
	TOTAL	Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP			Présence d'enfants au sein du foyer
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs	A des enfants
% Un impact très positif										
Votre santé physique	70	70	70	76	70	65	73	70	67	70
La croissance des enfants et des adolescents	67	66	67	71	63	68	65	67	68	70
Votre sommeil	53	53	54	62	51	50	54	58	49	54
La capacité de concentration des enfants et des adolescents	48	46	51	55	47	45	50	49	47	52
Votre santé mentale	46	44	48	56	42	43	47	51	42	48
Votre capacité de concentration	43	39	48	53	41	39	46	50	37	50
Votre humeur	40	38	42	50	38	35	43	44	36	44
L'image que vous avez de vous-même	38	37	39	48	37	30	41	40	34	42
Votre libido	25	29	22	32	24	23	27	29	21	29

Cependant, les consommateurs sont en quête de repères dans une alimentation jugée parfois opaque

Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ?

Base: Tous (n=1000)

% D'accord



Les femmes déplorent davantage de scandales sanitaires impactant leur consommation que les hommes

Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ?

Base: Tous (n=1000)

% D'accord	TOTAL	Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs
Il est essentiel pour moi de connaître l'origine et la composition des produits que je consomme	81	80	81	77	77	88	78	78	84
Aujourd'hui, il y a tellement de scandales sanitaires qu'on ne sait plus quoi consommer	77	71	83	83	76	74	71	80	79
Avant d'acheter un produit, je me renseigne toujours sur son origine et sa composition	71	71	72	70	64	82	70	66	77
Il est facile de trouver toutes les informations nécessaires pour faire des choix éclairés en matière d'alimentation	59	64	55	64	60	56	60	65	55

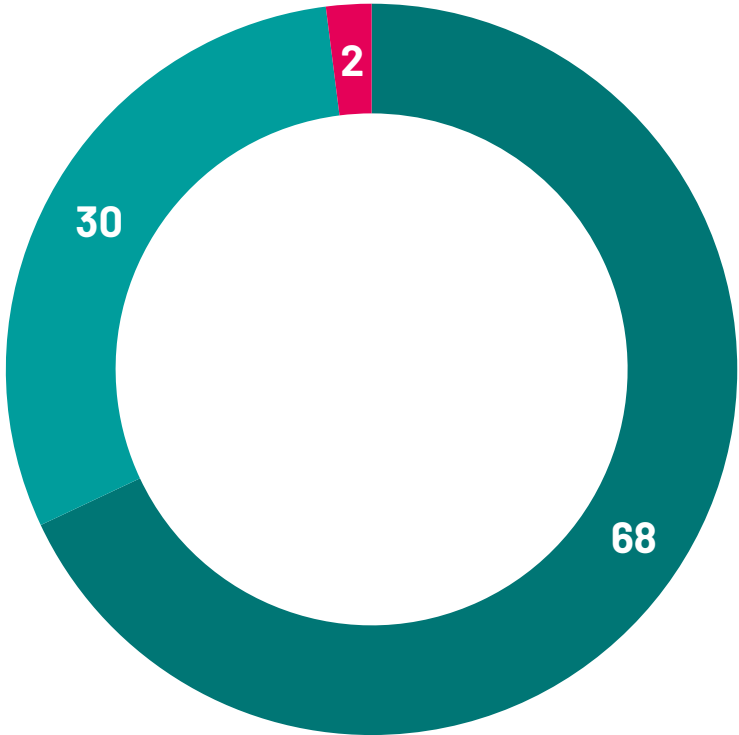
L'ÉDUCATION ALIMENTAIRE : UN CONSENSUS NATIONAL

2

L'éducation alimentaire apparaît comme un enjeu essentiel, dans toutes les catégories de la population

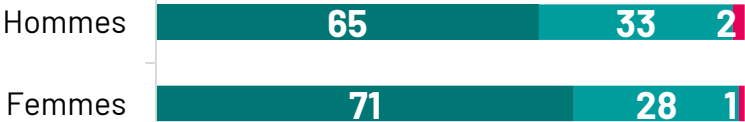
L'éducation alimentaire regroupe l'ensemble des connaissances et des pratiques qui permettent à une personne de comprendre l'importance de l'alimentation et d'adopter de bonnes habitudes alimentaires. C'est un enjeu...

Base: Tous (n=1000)

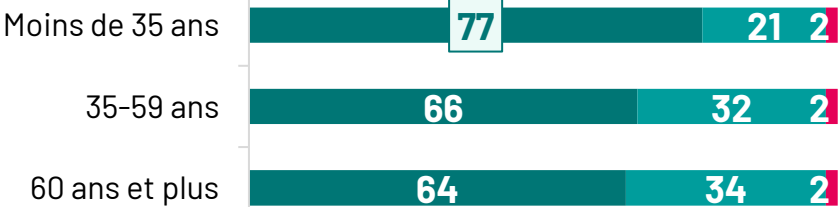


- Essentiel
- Important mais pas essentiel
- Secondaire

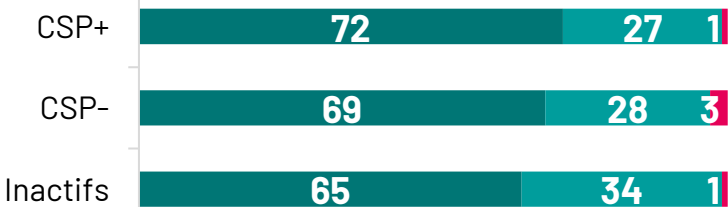
Selon le genre



Selon l'âge



Selon la CSP



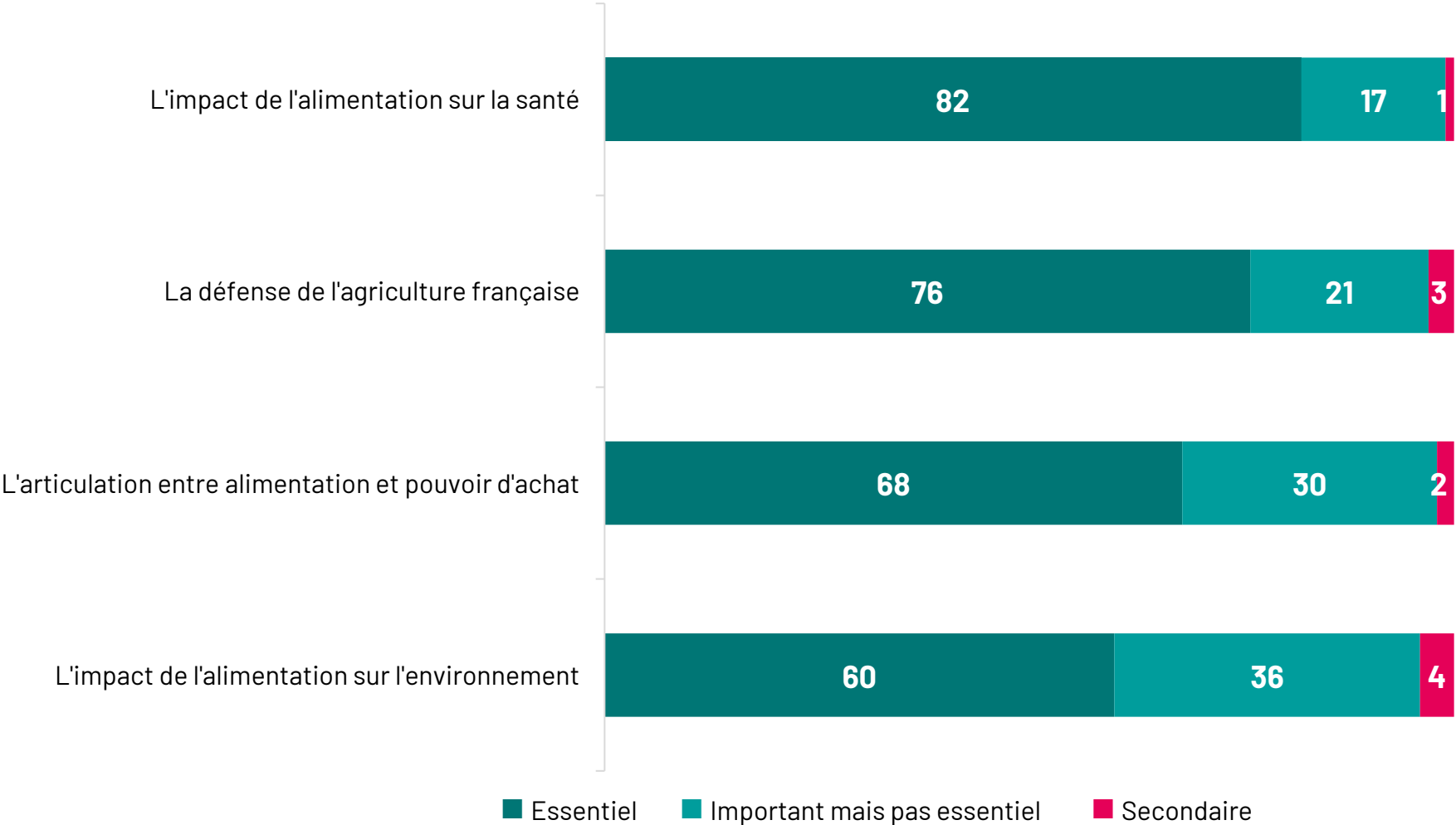
Présence d'enfants au sein du foyer



Santé, agriculture et pouvoir d'achat sont essentiels dans l'éducation alimentaire selon les Français

Les sujets suivants liés à l'éducation alimentaire sont-ils pour vous essentiels, importants mais pas essentiels ou secondaires ?

Base: Tous (n=1000)



Un consensus qui transcende les clivages sociaux et générationnels

Les sujets suivants liés à l'éducation alimentaire sont-ils pour vous essentiels, importants mais pas essentiels ou secondaires ?

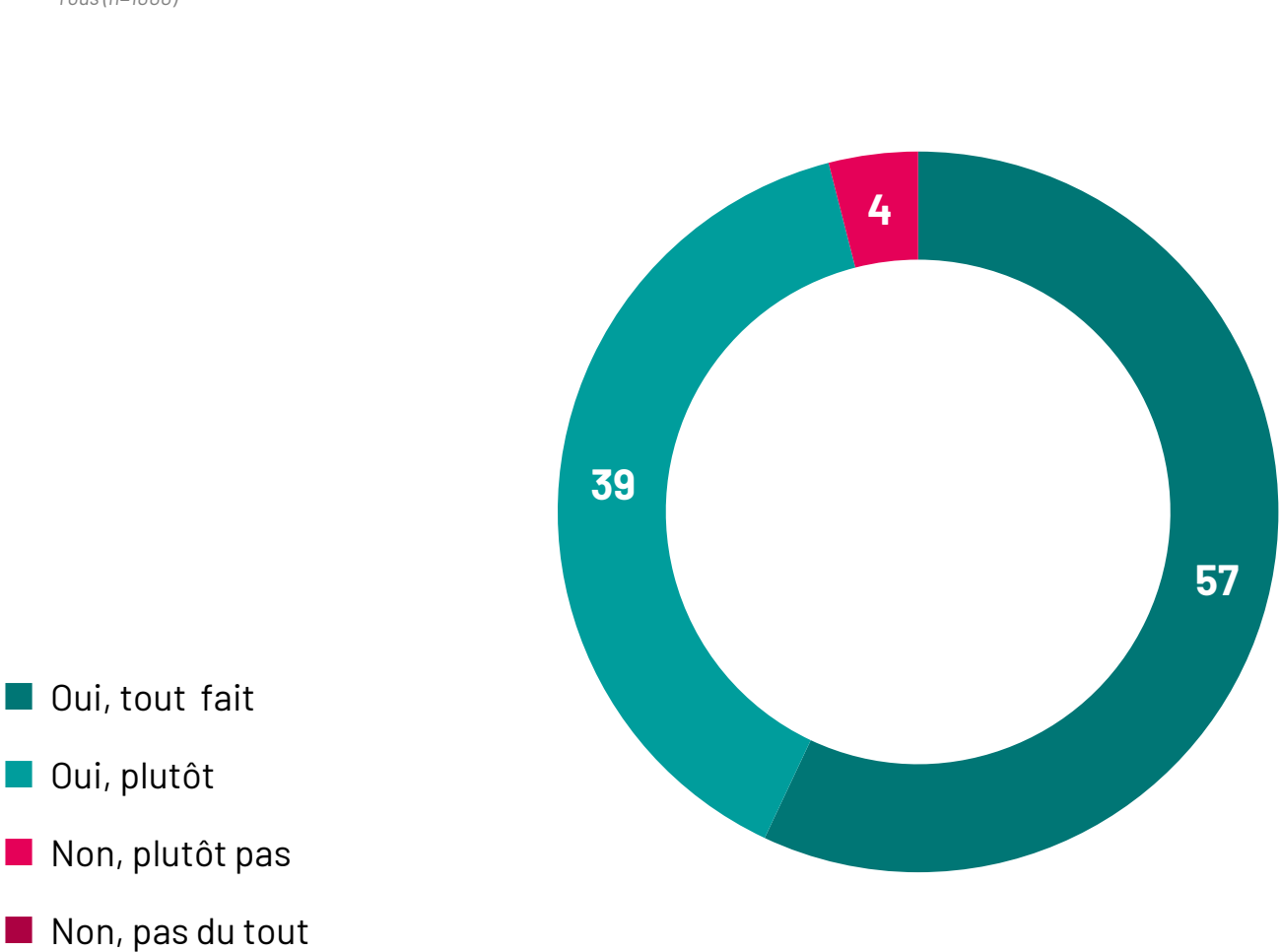
Base: Tous (n=1000)

	TOTAL	Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP			Présence d'enfants au sein du foyer
% Essentiel		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs	A des enfants
L'impact de l'alimentation sur la santé	82	80	85	84	80	83	81	82	84	85
La défense de l'agriculture française	76	75	78	73	73	83	74	75	79	70
L'articulation entre alimentation et pouvoir d'achat	68	64	72	67	69	68	64	73	67	73
L'impact de l'alimentation sur l'environnement	60	58	62	64	59	58	57	65	58	65

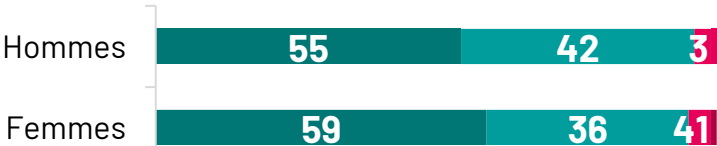
Pour la quasi-totalité des Français, mieux manger passe d'abord par la cuisine

Savoir cuisiner facilite-t-il le fait d'avoir de bonnes habitudes alimentaires ?

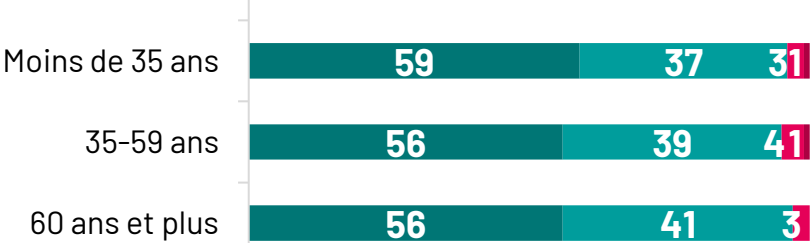
Base: Tous (n=1000)



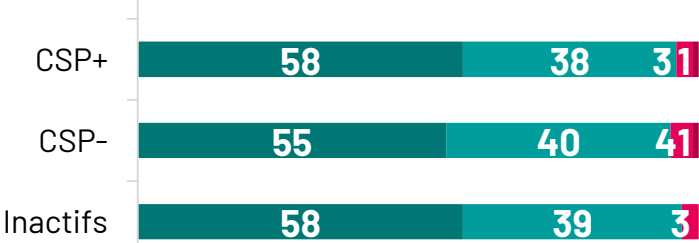
Selon le genre



Selon l'âge



Selon la CSP



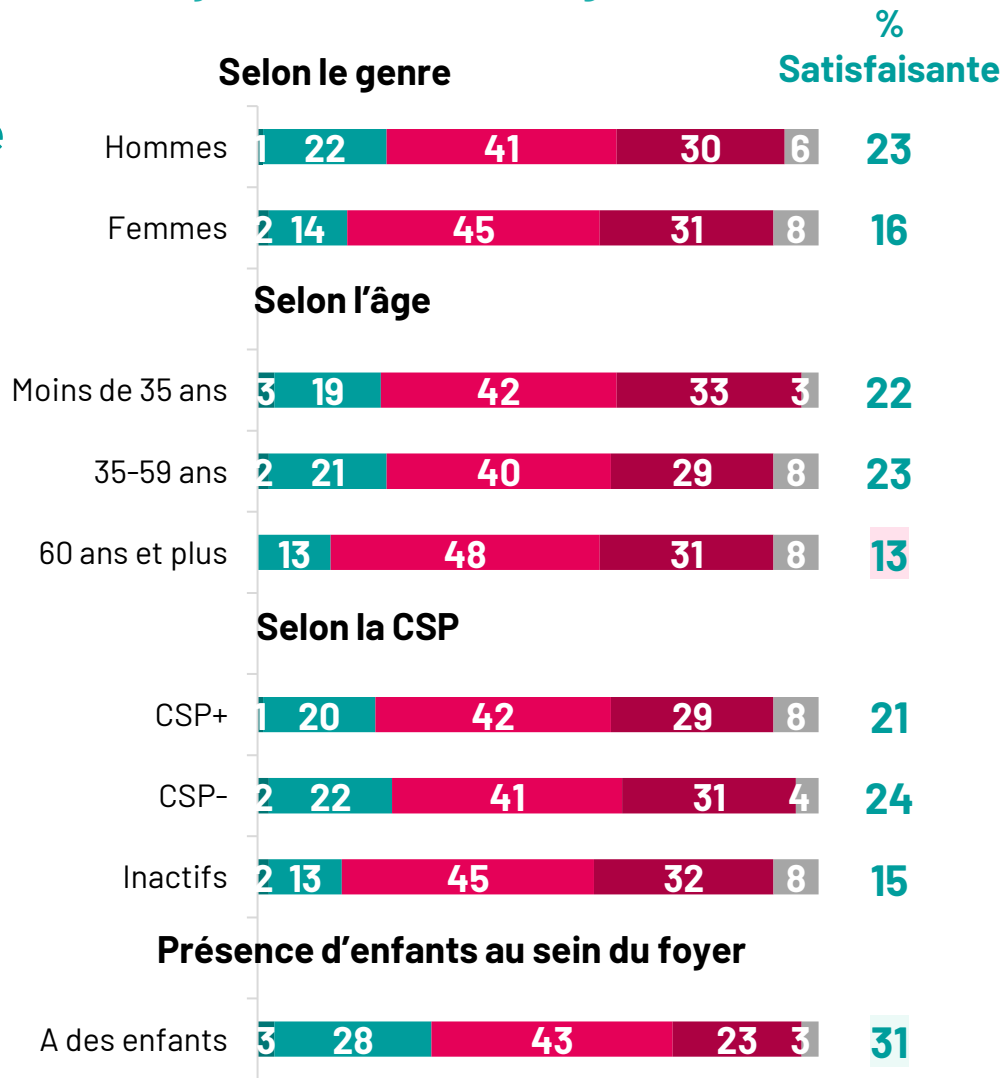
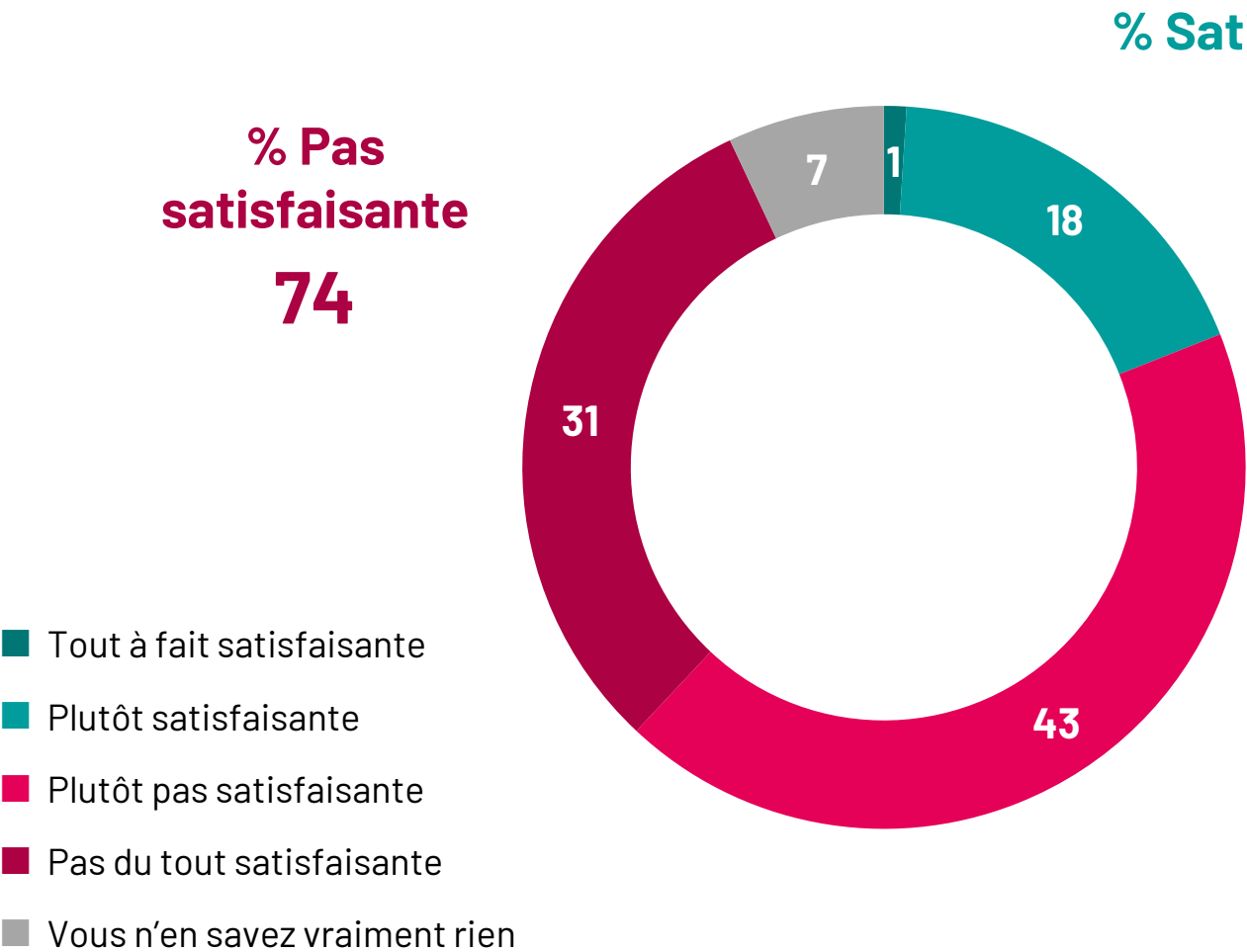
Présence d'enfants au sein du foyer



Et malgré tout, l'éducation alimentaire des jeunes est un échec largement dénoncé

D'après ce que vous en savez, diriez-vous que l'éducation alimentaire des enfants et adolescents aujourd'hui en France est globalement satisfaisante ou non ?

Base: Tous (n=1000)



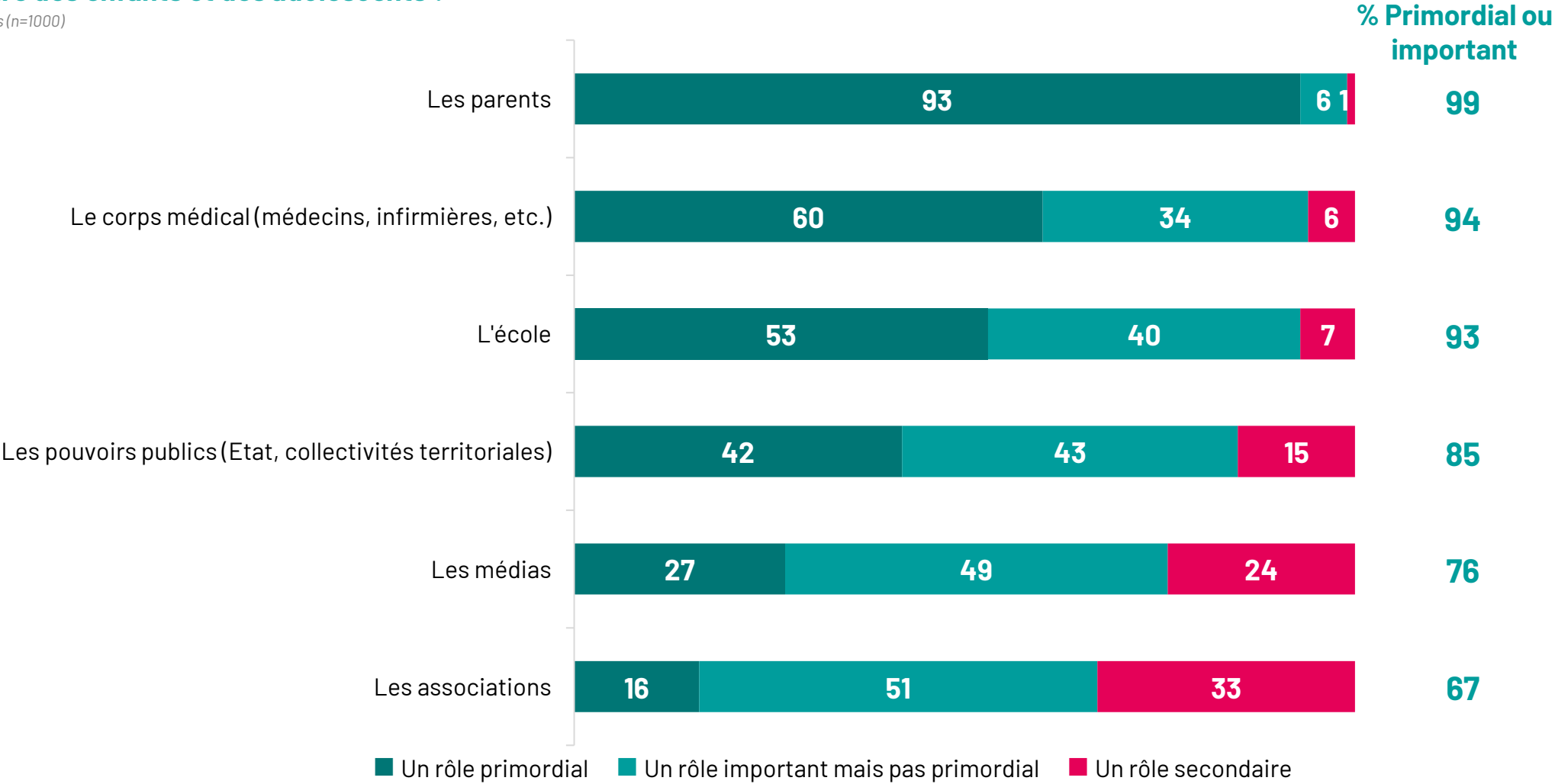
L'ÉCOLE ATTENDUE AU TOURNANT

3

Les différents acteurs ont un rôle important à jouer mais ce sont avant tous les parents qui sont identifiés le plus comme jouant un rôle primordial

Pour chacun des acteurs suivants, diriez-vous qu'il a un rôle primordial, important mais pas primordial ou secondaire à jouer dans l'éducation alimentaire des enfants et des adolescents ?

Base: Tous (n=1000)



Ce sentiment d'un rôle primordial des parents est partagé par toutes les catégories

Pour chacun des acteurs suivants, diriez-vous qu'il a un rôle primordial, important mais pas primordial ou secondaire à jouer dans l'éducation alimentaire des enfants et des adolescents ?

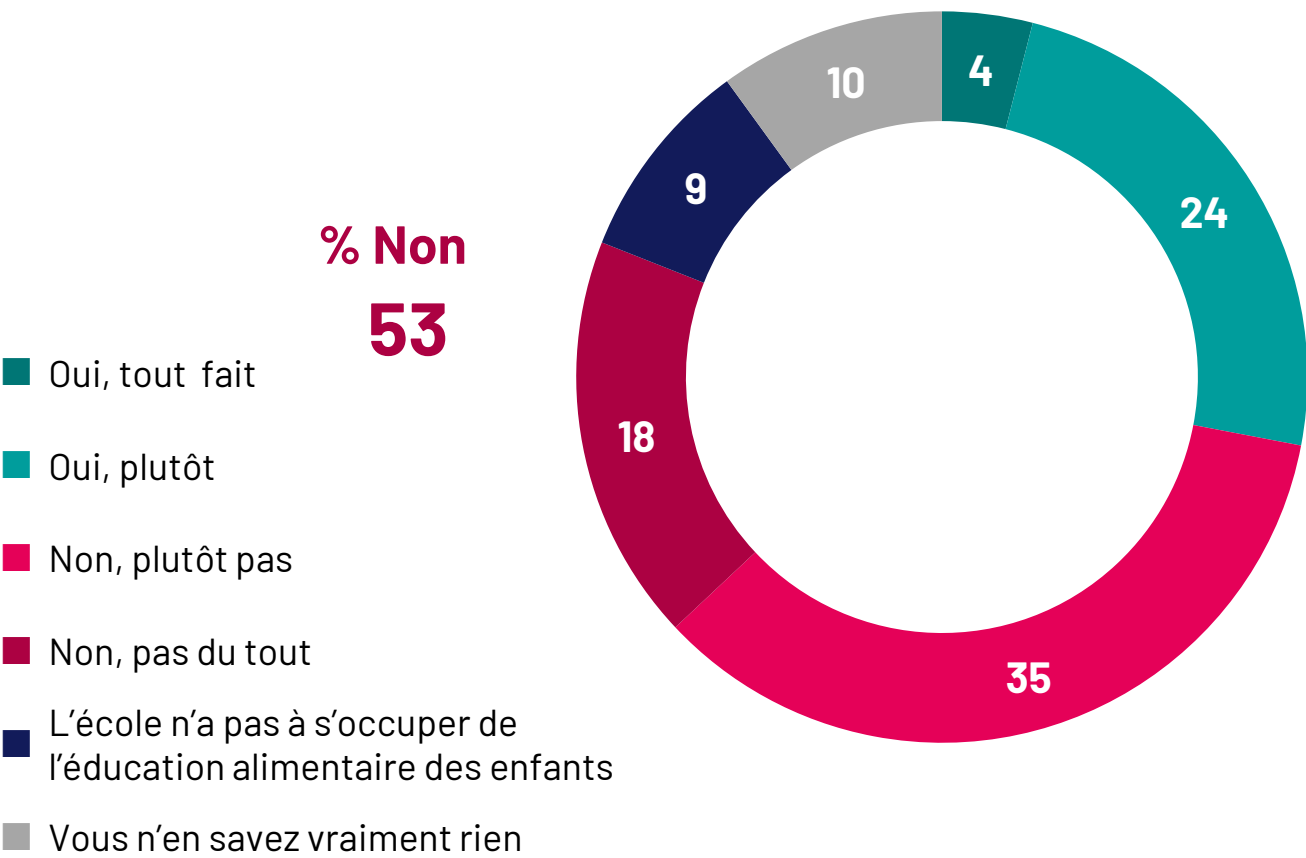
Base: Tous (n=1000)

	TOTAL	Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP			Présence d'enfants au sein du foyer
	% Un rôle primordial	Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs	A des enfants
Les parents	93	92	93	91	93	95	94	93	92	93
Le corps médical (médecins, infirmières, etc.)	60	58	61	63	54	63	54	61	63	56
L'école	53	55	52	60	52	50	53	58	50	56
Les pouvoirs publics (Etat, collectivités territoriales)	42	41	44	55	42	33	43	48	37	44
Les médias	27	28	26	34	25	24	26	30	26	28
Les associations	16	17	15	19	14	15	13	19	16	15

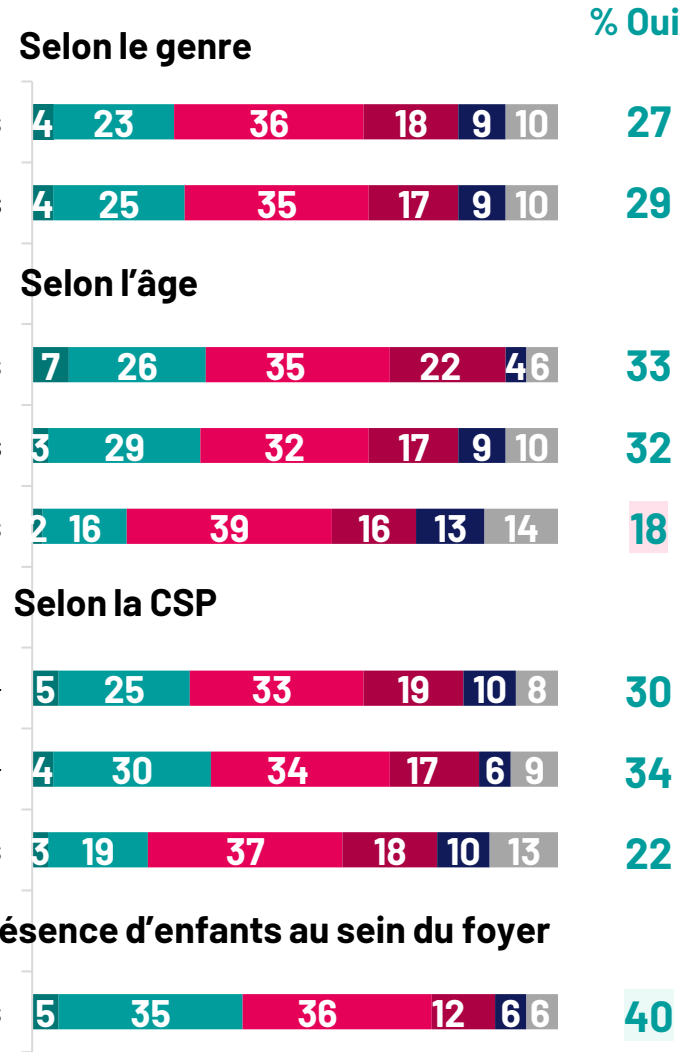
Les Français estiment en majorité que l'école est insuffisamment mobilisée pour l'éducation alimentaire des enfants et des adolescents

L'école en fait elle aujourd'hui assez pour l'éducation alimentaire des enfants et des adolescents ?

Base: Tous (n=1000)



% Oui 28

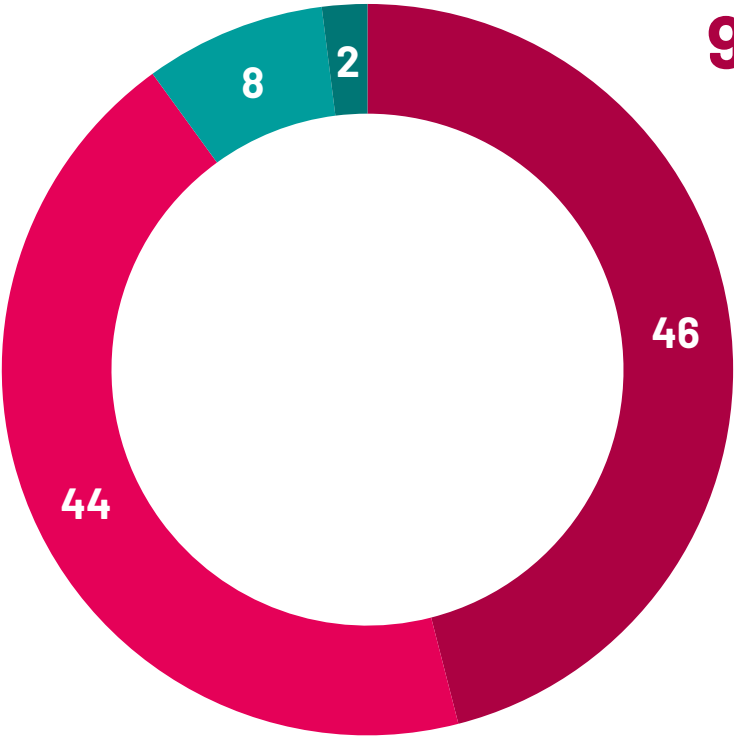


Et les inégalités sociales en termes d'éducation alimentaire sont perçues massivement

D'après ce que vous en savez, diriez-vous qu'il existe aujourd'hui en France des inégalités sociales fortes en termes d'éducation alimentaire ?

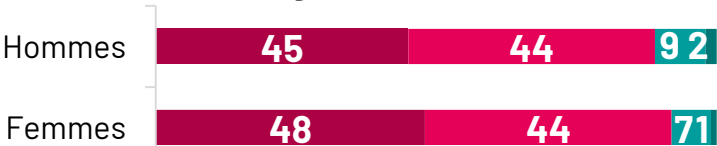
Base: Tous (n=1000)

% Oui
90

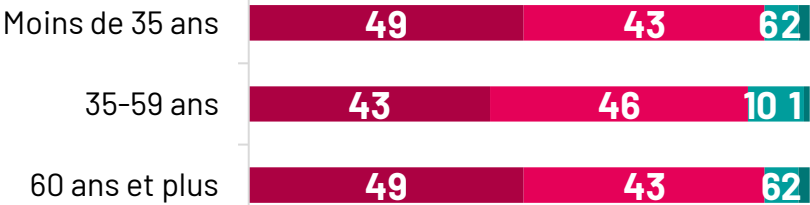


- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout

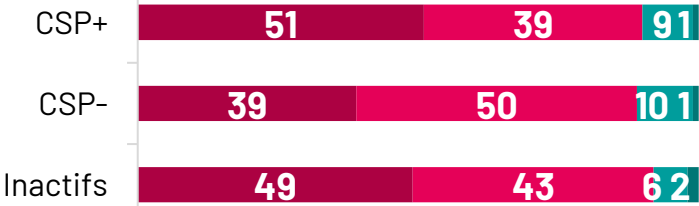
Selon le genre



Selon l'âge



Selon la CSP



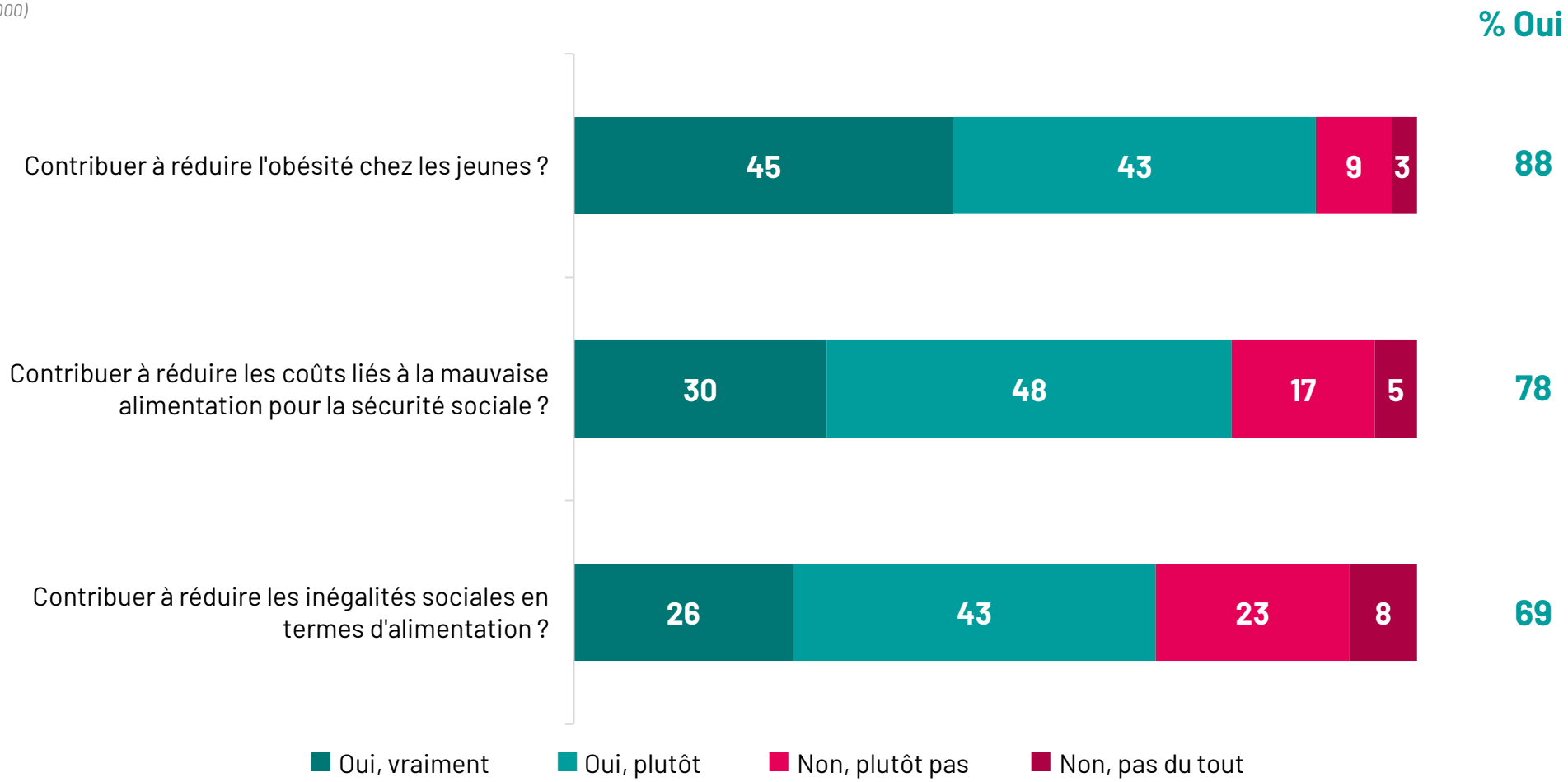
Présence d'enfants au sein du foyer



Dans ce contexte, les bénéfices potentiels de l'éducation alimentaire à l'école sont largement reconnus

Instaurer des cours d'éducation alimentaire à l'école peut-il...

Base: Tous (n=1000)



Les jeunes sont davantage convaincus des effets positifs des cours d'éducation alimentaire

Instaurer des cours d'éducation alimentaire à l'école peut-il...

Base: Tous (n=1000)

	TOTAL	Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP			Présence d'enfants au sein du foyer
	% Oui	Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs	A des enfants
Contribuer à réduire l'obésité chez les jeunes ?	88	86	89	92	84	89	85	89	89	85
Contribuer à réduire les coûts liés à la mauvaise alimentation pour la sécurité sociale ?	78	77	79	82	75	79	73	81	79	81
Contribuer à réduire les inégalités sociales en termes d'alimentation ?	69	69	70	76	67	67	64	73	71	74

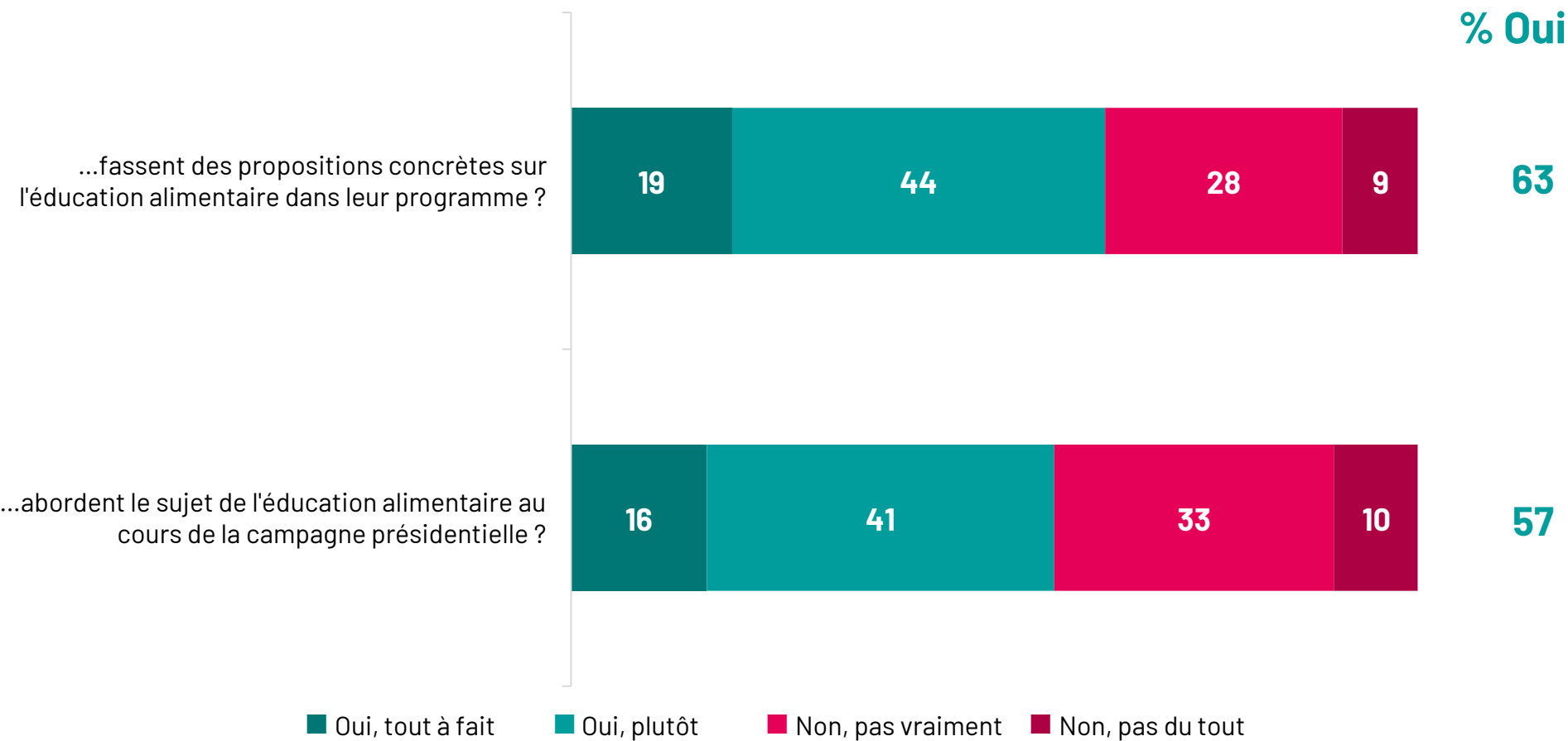
L'ÉDUCATION ALIMENTAIRE, UN ENJEU POLITIQUE ÉMERGENT

4

Une majorité de Français déclare attendre des propositions concrètes des candidats à l’élection présidentielle sur l’éducation alimentaire

L’élection présidentielle aura lieu en avril-mai 2027. Souhaiteriez-vous que les candidats à l’élection présidentielle :

Base: Tous (n=1000)



Les plus jeunes sont plus nombreux à attendre une implication des candidats sur l'éducation alimentaire

L'élection présidentielle aura lieu en avril-mai 2027. Souhaiteriez-vous que les candidats à l'élection présidentielle :

Base: Tous (n=1000)

	TOTAL	Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP			Présence d'enfants au sein du foyer
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs	A des enfants
...fassent des propositions concrètes sur l'éducation alimentaire dans leur programme ?	63	65	61	75	60	59	61	67	62	64
...abordent le sujet de l'éducation alimentaire au cours de la campagne présidentielle ?	57	58	56	68	54	53	55	63	55	59

Les électeurs envisageant de voter pour un candidat de gauche sont plus nombreux à attendre des propositions sur l'éducation alimentaire

L'élection présidentielle aura lieu en avril-mai 2027. Souhaiteriez-vous que les candidats à l'élection présidentielle :

Base: Tous (n=1000)

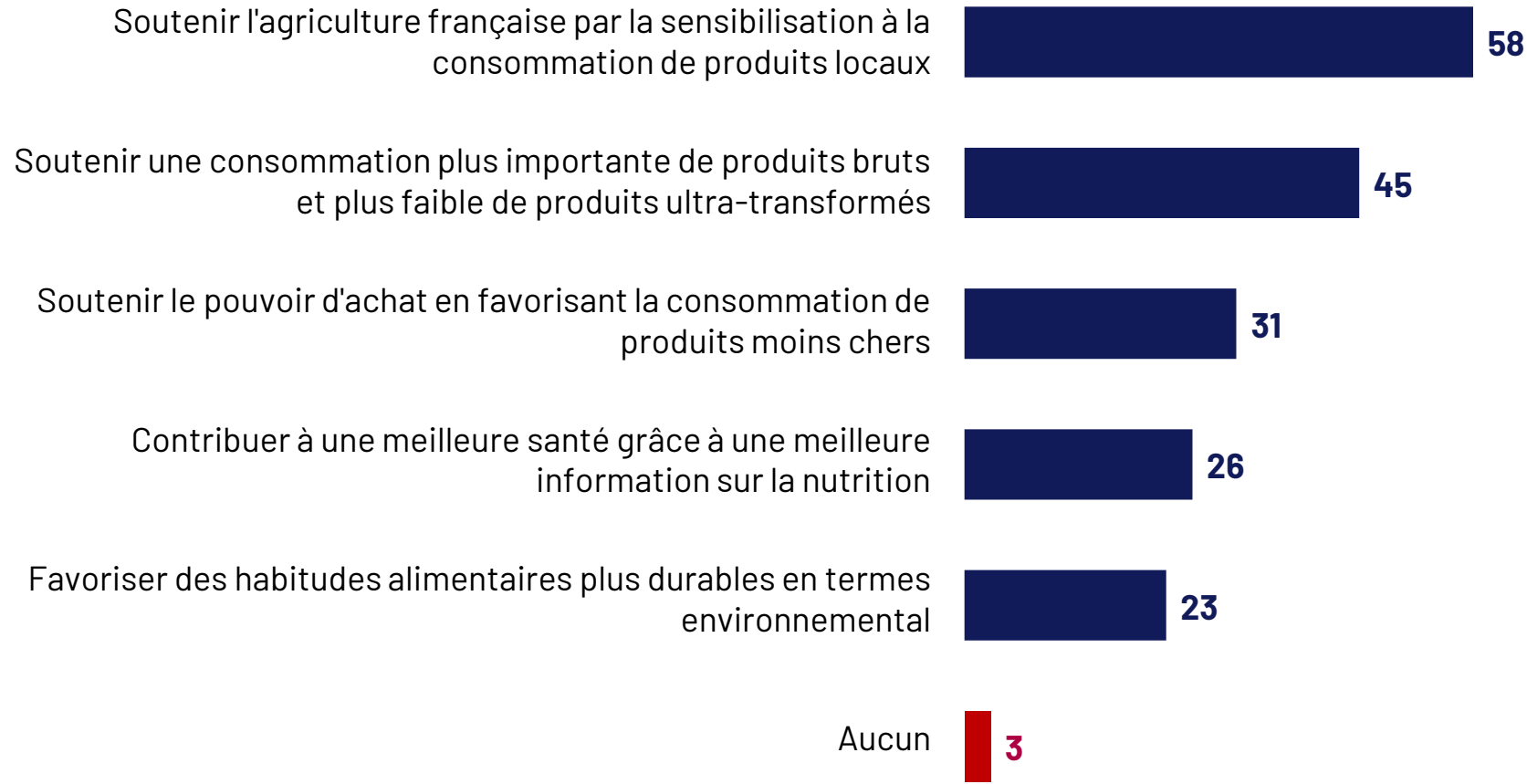
	TOTAL	Selon le potentiel électoral (Envisage de voter pour le candidat)					
		J.-L. Mélenchon	F. Roussel	F. Ruffin	M. Tondelier	R. Glucksmann	F. Hollande
...fassent des propositions concrètes sur l'éducation alimentaire dans leur programme ?	63	76	72	71	74	72	71
...abordent le sujet de l'éducation alimentaire au cours de la campagne présidentielle ?	57	73	64	62	66	64	65

	TOTAL	Selon le potentiel électoral (Envisage de voter pour le candidat)				
		G. Attal	E. Phillipe	B. Retailleau	M. Le Pen	E. Zemmour
...fassent des propositions concrètes sur l'éducation alimentaire dans leur programme ?	63	67	66	59	57	56
...abordent le sujet de l'éducation alimentaire au cours de la campagne présidentielle ?	57	61	60	52	52	50

L'agriculture française domine largement les priorités assignées aux candidats

D'après vous, quels seraient les deux objectifs prioritaires que devraient poursuivre les candidats à l'élection présidentielle en matière d'éducation alimentaire ?

Base: Tous (n=1000)



Une priorité qui fédère les Français...

D'après vous, quels seraient les deux objectifs prioritaires que devraient poursuivre les candidats à l'élection présidentielle en matière d'éducation alimentaire ?

Base: Tous (n=1000)

% Ensemble	TOTAL	Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP			Présence d'enfants au sein du foyer
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs	A des enfants
Soutenir l'agriculture française par la sensibilisation à la consommation de produits locaux	58	57	59	49	53	71	58	54	61	46
Soutenir une consommation plus importante de produits bruts et plus faible de produits ultra-transformés	45	44	47	41	47	46	50	38	47	43
Soutenir le pouvoir d'achat en favorisant la consommation de produits moins chers	31	27	35	36	32	28	26	38	31	36
Contribuer à une meilleure santé grâce à une meilleure information sur la nutrition	26	29	22	26	24	27	25	22	29	24
Favoriser des habitudes alimentaires plus durables en termes environnemental	23	24	21	32	24	14	23	29	18	29
Aucun	3	5	2	3	3	4	3	3	3	3

... même si à gauche, l'environnement s'impose davantage comme priorité

D'après vous, quels seraient les deux objectifs prioritaires que devraient poursuivre les candidats à l'élection présidentielle en matière d'éducation alimentaire ?

Base: Tous (n=1000)

TOTAL		Selon le potentiel électoral (Envisage de voter pour le candidat)					
% Ensemble		J.-L. Mélenchon	F. Roussel	F. Ruffin	M. Tondelier	R. Glucksmann	F. Hollande
Soutenir l'agriculture française par la sensibilisation à la consommation de produits locaux	58	38	58	55	46	57	55
Soutenir une consommation plus importante de produits bruts et plus faible de produits ultra-transformés	45	48	44	49	46	50	46
Soutenir le pouvoir d'achat en favorisant la consommation de produits moins chers	31	34	32	27	29	26	28
Contribuer à une meilleure santé grâce à une meilleure information sur la nutrition	26	28	26	26	31	29	29
Favoriser des habitudes alimentaires plus durables en termes environnemental	23	40	26	29	37	27	29
Aucun	3	1	3	3	2	2	2

...tandis qu'à droite, la défense de l'agriculture française domine nettement

D'après vous, quels seraient les deux objectifs prioritaires que devraient poursuivre les candidats à l'élection présidentielle en matière d'éducation alimentaire ?

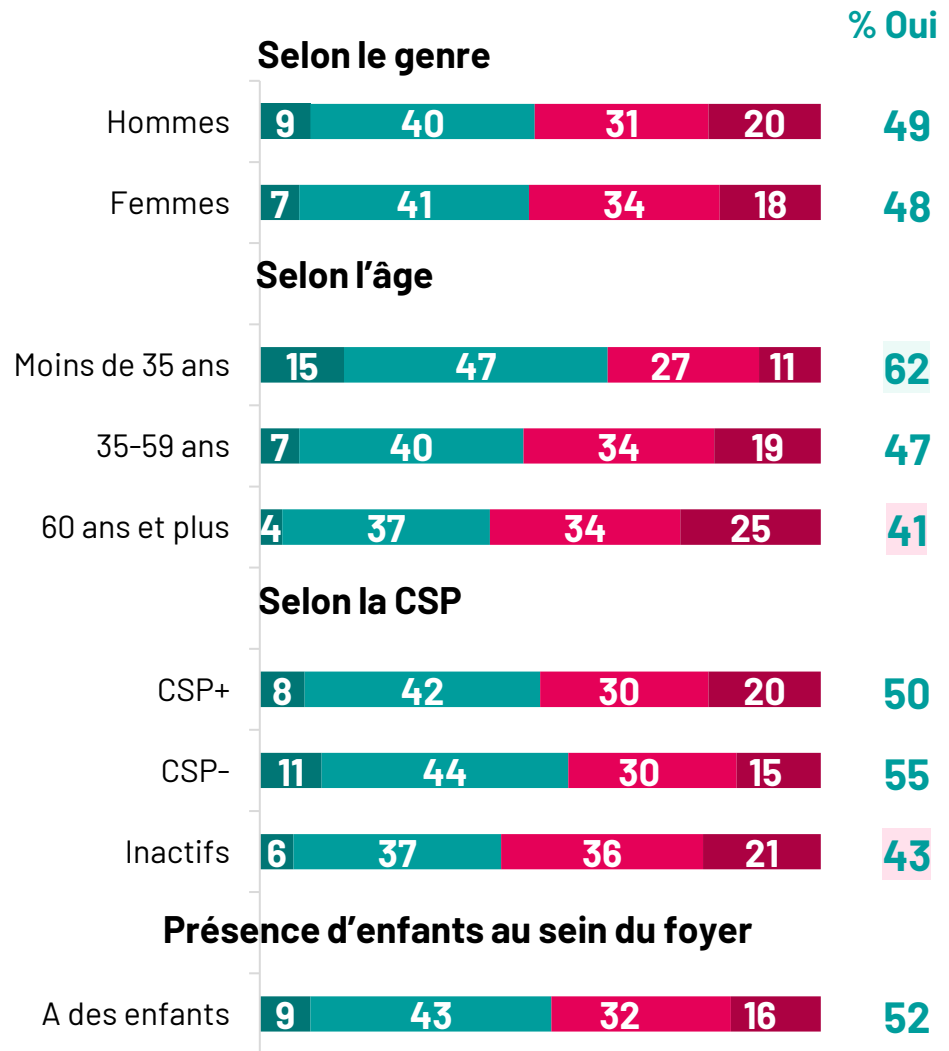
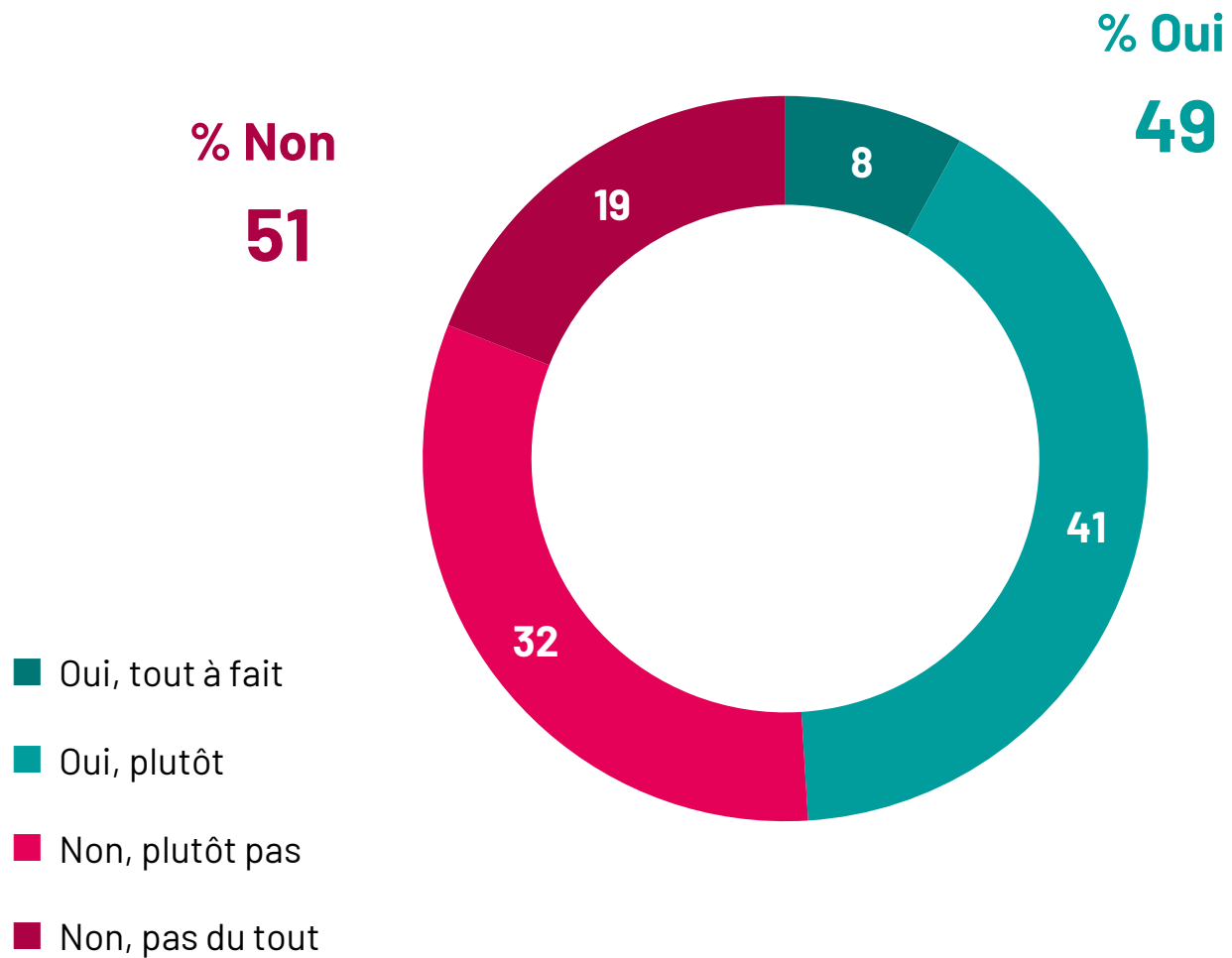
Base: Tous (n=1000)

Base: Tous (n=1000)		TOTAL	Selon le potentiel électoral (Envisage de voter pour le candidat)				
% Ensemble			G. Attal	E. Phillipe	B. Retailleau	M. Le Pen	E. Zemmour
Soutenir l'agriculture française par la sensibilisation à la consommation de produits locaux	58		60	60	64	67	64
Soutenir une consommation plus importante de produits bruts et plus faible de produits ultra-transformés	45		45	47	45	42	40
Soutenir le pouvoir d'achat en favorisant la consommation de produits moins chers	31		29	29	28	33	32
Contribuer à une meilleure santé grâce à une meilleure information sur la nutrition	26		29	30	28	23	24
Favoriser des habitudes alimentaires plus durables en termes environnemental	23		25	24	18	16	14
Aucun	3		2	2	3	4	5

Un Français sur deux déclare que le sujet de l'éducation alimentaire pourrait influencer son vote

Si un candidat abordait le sujet de l'éducation alimentaire, cela vous inciterait-il davantage à voter pour lui ou elle ?

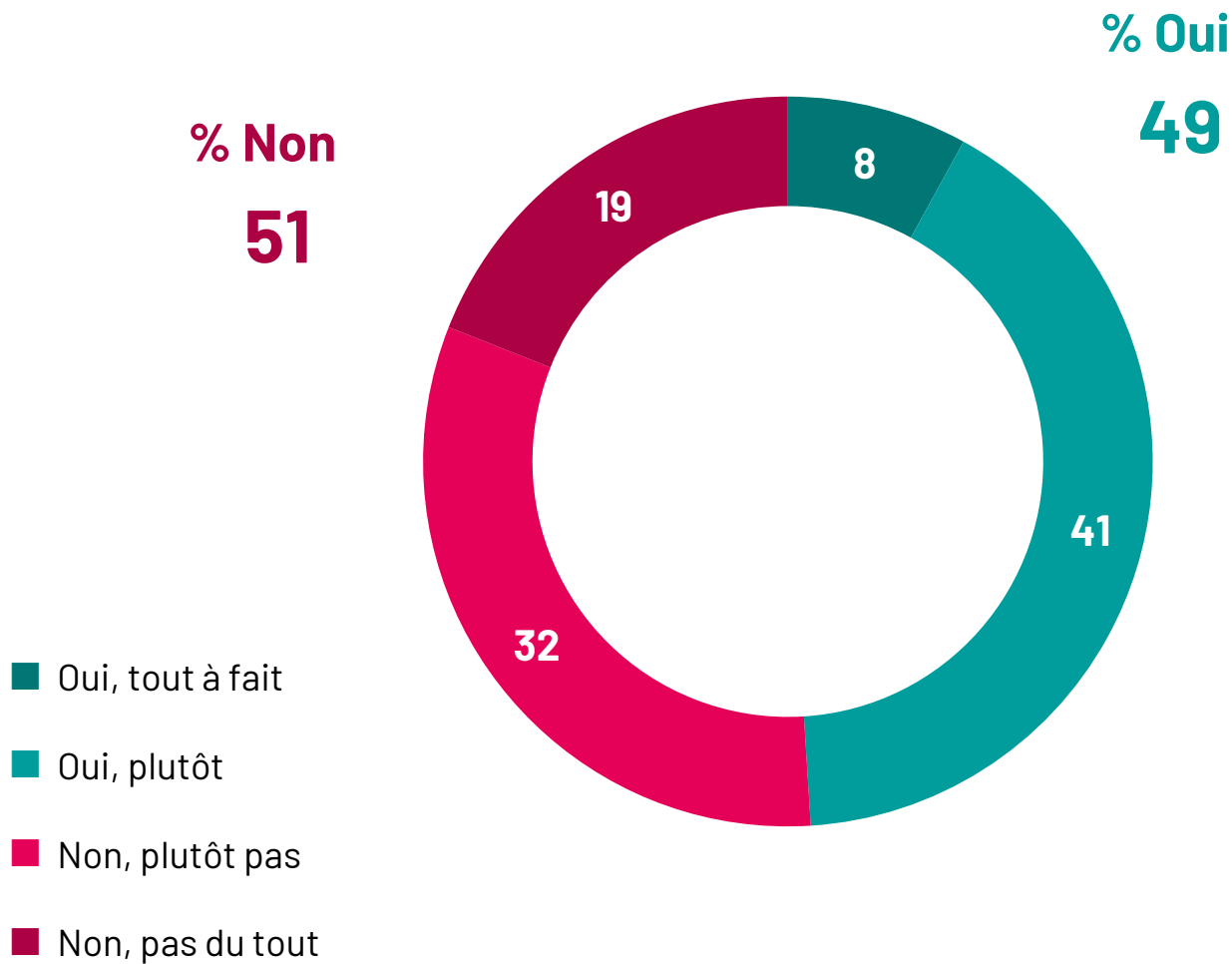
Base: Tous (n=1000)



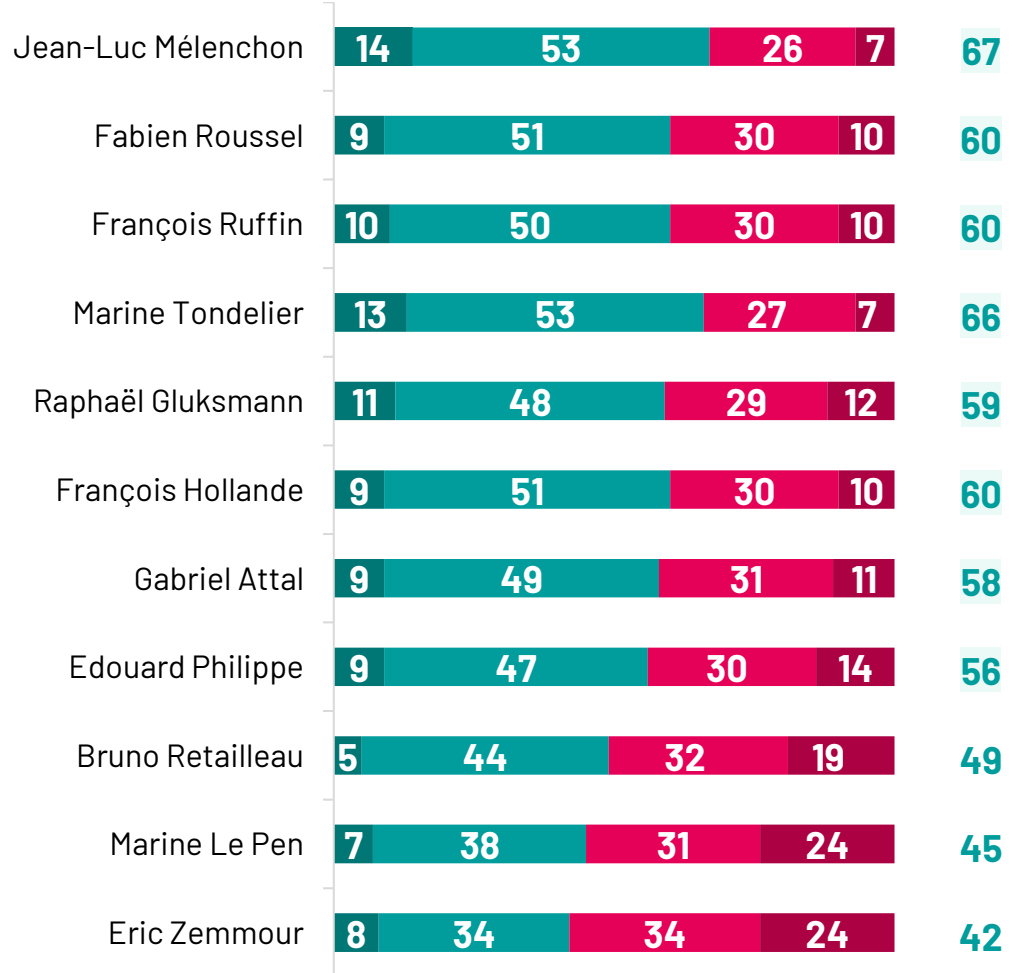
Enfin, les électeurs potentiels des candidats de gauche, de G. Attal et d'E. Philippe sont plus nombreux à se dire sensibles à la question dans leur choix de vote

Si un candidat abordait le sujet de l'éducation alimentaire, cela vous inciterait-il davantage à voter pour lui ou elle ?

Base: Tous (n=1000)



Selon le potentiel électoral (envisage de voter pour le candidat) % Oui



MERCI

Les pages suivantes présentent les informations supplémentaires et les annexes.

Codes professionnels, Certification Qualité Conservation et Protection des Données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de marché et d'opinion suivants :



- **SYNTEC** (syndicat professionnel des entreprises de recherche de marché en France ; <https://syntec-conseil.fr/expertises/etudes/>)



- **ESOMAR** (Société européenne pour l'opinion et la recherche de marché, www.Esomar.Org)



Ipsos France s'engage à appliquer le code ICC/Esomar des études de marché et d'opinion.

Ce code définit les **règles déontologiques** des professionnels des études de marché et établit les **mesures de protection** dont bénéficient les personnes interrogées.



Ipsos France est certifiée ISO 20252 :
Market Research - version 2019
par AFNOR CERTIFICATION

Ce document a été produit en conformité avec ces codes et normes internationales.



Ipsos s'engage à respecter les lois applicables.
Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679).

Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

-de **12 mois** suivant la date de fin d'une **étude Ad Hoc** .

-de **36 mois** suivant la date de fin de chaque vague d'une **étude récurrente**.

Précision des résultats

Précision des résultats **varie selon la taille de l'échantillon et l'intervalle de confiance** (plus la taille de l'échantillon est grande, plus l'estimation est précise). Dans ce cas, en ce qui concerne cette étude :

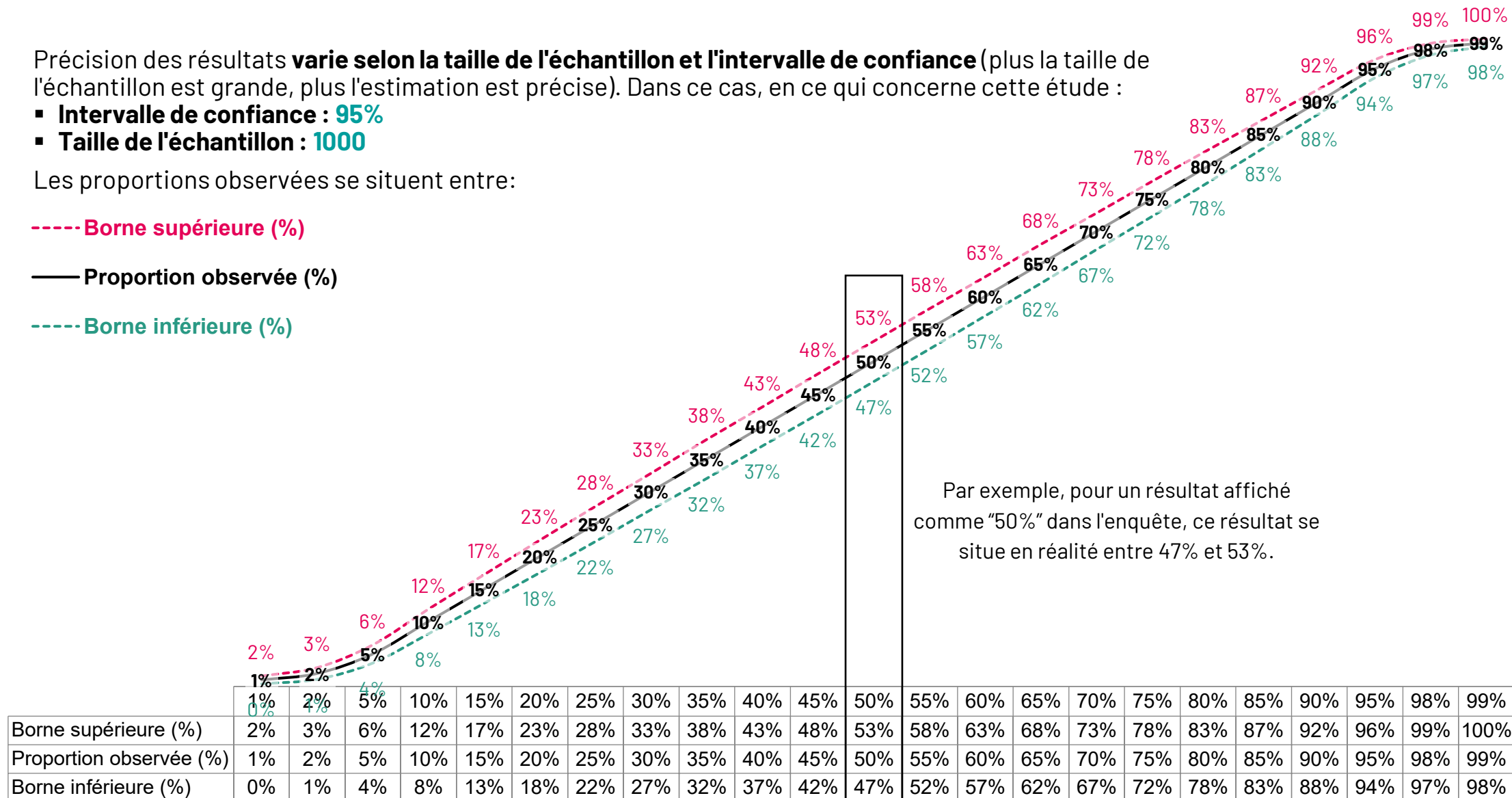
- **Intervalle de confiance : 95%**
- **Taille de l'échantillon : 1000**

Les proportions observées se situent entre :

----- **Borne supérieure (%)**

—— **Proportion observée (%)**

----- **Borne inférieure (%)**



Études auto-administrées en ligne : fiabilité des résultats

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases de l'étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 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 SBF 120, Mid-60, STOXX Europe 600 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

35 rue du Val de Marne
75 628 Paris, Cedex 13 France
Tel. +33 1 41 98 90 00

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

You act better when you are sure.