

## Pain et jeunes adultes

Quel rapport à l'alimentation pour les 20-30 ans ?



**Observatoire du pain**

---

le pain

Décembre 2011

# 10 bonnes raisons de manger du pain

## 1. Une source de nutriments essentiels et un minimum de matières grasses

Le pain apporte des glucides complexes, des protéines et des fibres en quantité intéressante. Il contient très peu de lipides, ce qui lui permet de répondre aux recommandations en matière d'équilibre alimentaire.

## 2. Une couverture optimale des besoins énergétiques

Les glucides donnent l'énergie nécessaire à nos systèmes musculaire et nerveux pour fonctionner. Complexes, ils nous apportent l'énergie nécessaire pour avancer toute la journée.

## 3. Un plaisir quotidien

Le pain se décline aussi bien avec du jambon, pour une pause déjeuner équilibrée, qu'avec quelques carrés de chocolat pour un goûter idéal. La variété des pains permet de varier les plaisirs jour après jour.

## 4. Une source de fibres, toutes variétés confondues

Tous les pains apportent des fibres. Ces dernières interviennent sur le fonctionnement intestinal et dans la prévention de certaines pathologies. Le pain comprend à la fois des fibres solubles qui ralentissent la digestion et des fibres insolubles qui facilitent le transit intestinal. Selon les pains, ils peuvent être sources ou riches en fibres.

## 5. Une réponse pratique à l'alimentation nomade

Prêt à la consommation, le pain est la base simple d'un repas équilibré même quand celui-ci est pris en extérieur ou sur le pouce. C'est un aliment qui s'adapte à tous les moments de la journée. Pratique et rassasiant, il peut être consommé lors d'un déjeuner rapide sans risque de faim ou de grignotage dans l'après-midi.

## 6. Un régulateur de satiété

La composition du pain, alliant fibres et glucides complexes, procure un sentiment de satiété qui évite de consommer entre les repas.

## 7. La garantie d'un petit déjeuner complet

Accompagné d'un produit laitier, d'une boisson et d'un fruit ou jus de fruit, le pain est le meilleur allié d'un petit déjeuner équilibré. Le pain est le garant d'une bonne couverture des besoins énergétiques.

## 8. L'indispensable pour un repas convivial

Un repas sans pain n'est pas un repas. «Le pain sur la table avant de commencer un repas» est un rite inscrit dans les repas gastronomiques à la française consacrés par l'Unesco. L'oublier favorise le grignotage et la déstructuration des repas.

## 9. Un bon apprentissage de l'équilibre alimentaire

S'il est consommé depuis l'enfance, c'est un aliment qui peut servir de base pour apprendre les bons repères d'une alimentation variée et équilibrée.

## 10. Un aliment qui stimule tous nos sens

Le pain est l'un des rares aliments à concentrer autant de qualités pour le plaisir de la vue, de l'ouïe, de l'odorat, du goût et du toucher d'autant plus qu'il en existe une grande diversité.



# Les 20/30 ans : de nouveaux comportements de consommation alimentaire et un attachement affirmé au pain

## LES JEUNES ADULTES : UNE POPULATION PARADOXALE, ENTRE ATTACHEMENT AUX TRADITIONS ET DÉSIR DE CHANGEMENT

Les habitudes de consommation alimentaire changent d'une génération à l'autre : les effets de mode, les progrès de l'industrie agro-alimentaire, mais aussi plus simplement l'évolution des styles de vie peuvent permettre de comprendre ces évolutions.

La génération actuelle des 20-30 ans est à ce titre intéressante. Les études récentes de l'Observatoire du pain<sup>1</sup>, mais aussi le retour d'expérience d'opérations menées auprès des étudiants (Semaine de l'équilibre alimentaire, Petits déjeuners à l'université) dessinent une génération en transit entre fin de l'adolescence et entrée définitive dans l'âge adulte. Ce qui se caractérise par des pratiques nouvelles et paradoxales :

- Génération du « plateau repas » ou du « prêt-à-manger », elle est **adepte du snacking** (63% des snackers sont âgés de 15 à 24 ans), beaucoup moins de produits frais trop longs à préparer ; en revanche, elle **valorise la dimension sociale des repas** (en famille, entre amis) ;
- En **quête de plaisirs immédiats**, elle sacrifie son alimentation (8% du budget global des 25/35 ans) au profit des loisirs ;
- Affichant une préférence pour les plats cuisinés, elle n'en reste pas moins **attachée à la qualité et à la naturalité** des produits ;
- **Sa consommation de pain baisse** par rapport à ses aînés mais le pain reste un référent dans ses errances nomades, le sandwich étant préféré aux plats de fast-food.

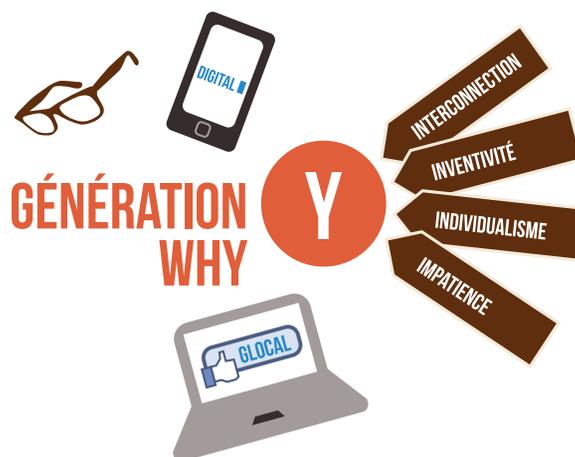
## L'OBSERVATOIRE DU PAIN SE MOBILISE POUR LA GÉNÉRATION Y

Cette alimentation pose la question de l'avenir des « repas à la française » et d'un nouveau rapport à l'alimentation (à la fois rationnel et émotionnel, sain et régressif, gastronome et déstructuré, équilibré et pratique...). Loin d'en être absent, le pain y tient lieu de repère vers un « modèle d'alimentation saine et moderne », privilégié lors de repas conviviaux. La génération des 20-30 ans, ou « génération Y », s'est par ailleurs réappropriée le pain en adaptant sa consommation à un nouveau mode de vie de plus en plus nomade.

L'Observatoire du pain veut contribuer à une meilleure connaissance du rôle pivot du pain dans l'alimentation des Français. Ce dossier donne quelques clés pour mieux comprendre le rapport à l'alimentation et les ressorts de la consommation notamment de pain des jeunes adultes.

<sup>1</sup> Etude quantitative « Les Français et le pain », menée avec Sociolab ;

<sup>2</sup> Etude « Comportements et Consommations Alimentaires des Français, du Crédoc



**Le point de vue de... Anne-Sophie Boulas, Diététicienne nutritionniste, psychologue clinicienne et auteure du blog [www.lafeediet.fr](http://www.lafeediet.fr)**

La génération Y, les 20 / 30 ans appelés également les « digital natives » est charnière dans l'évolution de notre société.

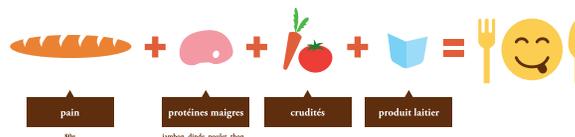
On peut la doter de trois caractéristiques majeures :

- Une mutation du lien aux autres, tout d'abord : intime comme professionnel, ce rapport est rationalisé et ramené à l'essentiel - les rapports hiérarchiques ou de filiation y comptent moins que le sens investi dans la relation.
- Une mutation du rapport au temps
- Une quête de sens, ensuite : c'est elle qui lui donne son nom : en anglais, « Y » se prononce « Why », « pourquoi ? »

Son rapport à l'alimentation découle de ce schéma de perceptions : l'aliment doit associer rationalisation (comment mettre du sens dans les conduites alimentaires et trouver des repères ?) et plaisir immédiat.

Le rapport des jeunes au pain serait un indicateur de référence de cette évolution générationnelle.

## CONSEILS D'ALIMENTATION NOMADE



### Le sandwich : une solution nutritionnelle intéressante pour les jeunes adultes

- S'il est composé : d'un aliment protéiné (jambon, blanc de poulet...) ; de crudités (tomates, concombre, salade...) ; et sans mayonnaise...
- Si possible accompagné d'un fruit et/ou d'un laitage, d'une boisson (eau)
- **La consommation de sandwiches est en augmentation constante<sup>2</sup> (de 2003 à 2010 : de 11,3% à 15,9% chez les adolescents, de 6,4% à 7,9% chez les adultes) ; elle devance celle des hamburgers de fast-food**

# Les contradictions de la génération Y

par Benoit Heilbrunn, Professeur Assistant en Marketing à l'ESCP Europe et auteur de « La consommation et ses sociologies »

## LA GÉNÉRATION Y : LA GÉNÉRATION DES 4 « I »

La génération Y, ce sont les personnes nées entre 1980 et 2000. En anglais, « Y » se prononce « why » : une lettre parfaitement adaptée à une catégorie de population venue questionner l'ordre et les habitudes établis... La génération Y est également appelée la génération des 4 i : **interconnexion, inventivité, individualisme et impatience.**

## LA REMISE EN CAUSE DES MODÈLES ÉTABLIS

Si la fin du XXème siècle a été, dans les pays occidentaux, exempte de grands conflits marquants sur leurs territoires, la fin des trente glorieuses, mais aussi l'émergence des nouveaux médias et l'entrée dans une ère caractérisée par l'individualisme et l'hyperconsommation ont profondément modifié les comportements des jeunes adultes.

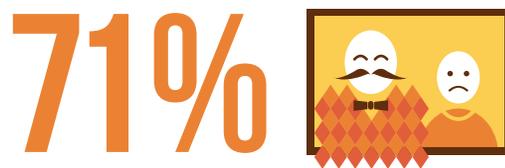
Enfant des crises successives des années 80 et 90, la génération Y est la 1ère à ne pas être garantie d'un progrès social supérieur ou équivalent à celui de ses parents. Conséquences : une tension entre les catégories d'âge, mais aussi une **remise en question des valeurs traditionnelles** : le travail, la religion sont remplacés par les réseaux relationnels (et donc un certain communautarisme) et une quête de l'épanouissement personnel (et donc une tendance à l'hyper individualisme). Cette génération emblématise donc une société horizontale, sécularisée, empreinte d'une très forte défiance à l'égard des institutions (école, politique, entreprises, marques).

## ENTRE ADOLESCENTS ET ADULTES : UN NOUVEAU SEGMENT DE POPULATION ?

La génération Y se caractérise notamment par :

- **Un rapport interrogatif à la réalité** : le « why » qui lui a valu son nom ;
- **Un rapport polychronique** au temps avec une prédominance de l'instanéité, une accélération de l'ubiquité (digitalisation de l'existence) ;
- **Une logique de l'accessibilité** (partout, pour tous, tout le temps) qui les oppose aux générations précédentes, plus accoutumées au temps long et à la visée (déploiement de compétences pour obtenir un bénéfice) ;
- **Des attentes paradoxales** ;
- Une relation à l'autre articulant **une logique de communication** (dans l'espace) et de **transmission** (dans le temps).

Cette génération reste également « jeune » plus longtemps que ses aînés. Le passage à l'âge adulte était caractérisé par l'obtention d'un diplôme, l'entrée sur le marché du travail, le mariage ou la naissance d'un premier enfant : le mariage et l'âge de la naissance du premier enfant reculent, l'entrée sur le marché du travail est plus difficile. Ces évolutions sociologiques ont des conséquences sur l'ensemble de notre société, y compris évidemment sur les comportements de consommation.



**71%** pensent que leur situation s'est détériorée par rapport aux générations précédentes

### Chiffres clés

**40%** : part de la génération Y dans les actifs français d'ici 2015<sup>1</sup>

**71%** pensent que leur situation s'est détériorée par rapport aux générations précédentes<sup>2</sup>

**83%** sont globalement satisfaits de leur vie<sup>3</sup>

**83%** : part des Français pensant que les jeunes d'aujourd'hui sont différents de ce qu'ils étaient au même âge<sup>2</sup>

**53%** des Français pensent que l'accès aux biens de consommation courante est plus difficile pour les 20/30 ans<sup>2</sup>

<sup>1</sup> EU Youth Report, 2009

<sup>2</sup> Sondage Ipsos Public Affairs – Logica Business Consulting : « La fracture générationnelle en France », 24 octobre 2011

<sup>3</sup> Enquête : « 2011, la jeunesse du monde », Fondapol



### Les paradoxes de la génération Y

**Pragmatisme** (rationalisation des choix de carrière, d'achat) vs. **Hédonisme** (recherche du plaisir immédiat)

**Global** (intérêt pour la mondialisation et liberté de circulation des personnes) vs. **Local** (retour à l'attachement territorial, valorisation de l'artisanat)

**Désengagement** (partisan ou syndical) vs. **Implications ciblées** (écologie, slacktivisme)

**Digital** (innovations technologiques) Vs. **Ecologie** (réduction de CO2)

**Communautés** (Facebook, Twitter...) vs. **Individus** (recherche de la personnalisation, mise en scène de soi)

**Créativité** (home made, plan B...) vs. **Transmission** (souci de la pérennité du lien)

# Des pratiques alimentaires paradoxales

## LES CARACTÉRISTIQUES DE LA GÉNÉRATION Y : DES CONSÉQUENCES SUR LES CONSOMMATIONS ALIMENTAIRES

La génération Y est caractérisée par des comportements de consommation alimentaire nouveaux, à commencer par une forte propension aux actes alimentaires d'impulsion donc au *snacking*. Enfant de la mondialisation, cette génération consomme indistinctement nourritures exotiques et héritées de la tradition culinaire française. Ses prises alimentaires, pain compris, sont motivées par quatre types de valorisation de l'alimentation répondant à leur système de perception :

- Une **valorisation fonctionnelle**, poussant à rechercher praticité et gain de temps ; ce critère motivera la consommation d'aliments nomades, prêts à manger, comme le sandwich ;
- Une **valorisation critique** amenant à rechercher l'essentialité et l'économie ; un critère valorisant des solutions alimentaires roboratives, mais aussi des aliments naturels, « santé ». Le pain entre dans ces critères de perception<sup>1</sup> ;
- Une **valorisation utopique**, au sein de laquelle la génération Y cherche à créer du lien sous toutes ses formes (sociale, générationnelle) dans les repas : c'est dans ce système de perception que le repas à la française sera valorisé par les 20-30 ans, et le goût du pain, comme une valeur à transmettre à ses enfants<sup>1</sup> ;
- Une **valorisation hédonique** (le partage, la convivialité) redonnant à l'alimentation sa dimension de plaisir, faisant la part belle aux propriétés organoleptiques des aliments, à la sensorialité et à la surprise.

## DES INJONCTIONS PARADOXALES

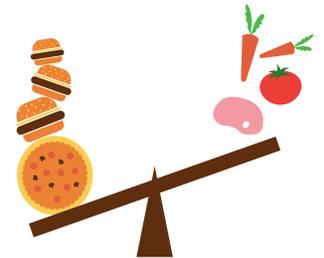
La génération Y est ancrée dans un **mode de vie transitoire** (études, premier emploi). Cet âge de toutes les expérimentations s'exprime aussi dans des **pratiques culinaires « entre rejet et volonté d'apprendre<sup>2</sup> »** et une quête identitaire qui s'exprime aux fourneaux : les jeunes « sont pris à chaque fois dans des injonctions paradoxales :

- se définir, dans la cuisine, comme un groupe d'âge autonome et en rupture avec les valeurs de leurs parents et, à la fois,
- se réapproprier les normes incorporées dans leur enfance sur l'alimentation et la cuisine. (...).

« Les jeunes recherchent une identité différente qui puise ses références dans l'expérimentation et la créativité<sup>2</sup> ». Cette quête passera par la **découverte d'aliments nouveaux ou revisités**. Aussi par opposition aux pains traditionnellement admis à la table de leurs parents, les jeunes auront de **l'appétence pour des pains plus variés**. Une caractéristique comportementale que l'on retrouve dans l'étude Sociolab/Observatoire du pain : les consommateurs Nomades et Bipolaires (soit, les deux catégories d'appartenance principales des 20-30 ans) faisant la part belle aux pains fantaisies.



... qui consomme plus d'aliments transformés.

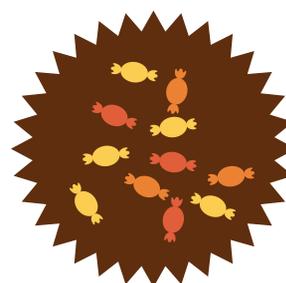


### 3 profils de mangeurs de pain dominants chez les 20/30 ans<sup>1</sup>

Conduite en 2010, l'étude « Les Français et le pain » dessine six profils de mangeurs de pain selon leurs comportements d'achat et de consommation. Les jeunes adultes se retrouvent principalement dans trois catégories :

- **Le Nomade** : adapte sa consommation à son mode de vie. Créatif, innovateur, il est adepte de la diversité et combine les types de pain, mais aussi les autres « pâtes » (pizzas, etc.).
- **Le Bipolaire** : alterne entre les pains traditionnels (en semaine) et l'innovation (le week-end). Pour lui, le pain est un ciment familial, mais aussi un moyen de se faire plaisir.
- **L'Errant** : il est certainement le seul à être détaché du pain. Il ne s'oppose pas à sa consommation, mais il l'appréhende comme une matière neutre et prête peu d'attention à la qualité : artisanal ou industriel, pour lui, tous les pains se valent.

<sup>1</sup> Enquête « Les Français et le pain », Observatoire du pain/Sociolab



**63%**  
DES SNACKERS SONT ÂGÉS  
DE 15 À 24 ANS

<sup>1</sup> Etude Sociolab/Observatoire du pain : Il est considéré comme produit naturel, essentiel à la bonne santé par les catégories concernées – Errants, Bipolaires et Nomades

<sup>2</sup> Isabelle Garabuau-Moussaoui, art. : « La Cuisine des jeunes : désordre alimentaire, identité générationnelle et désordre social »

# Les mutations des consommations alimentaires des 20-30 ans : causes et enjeux

Par Pascale Hébel, Directrice du département Consommation du Crédoc

## LES CHIFFRES DE CONSOMMATION ALIMENTAIRE DES 20-30 ANS

Au Crédoc, les 20-30 ans sont catégorisés dans deux groupes : les « Plateaux repas », nés entre 1977 et 1986, et les « Nomades », nés entre 1987 et 1996. On observe chez eux une **baisse des dépenses alimentaires** par rapport aux générations précédentes (8% du budget des « Plateaux repas » y est consacré). Les choix d'aliments vont différer : ils vont vers **plus d'aliments transformés** (donc moins de fruits frais et de viande), avec une nette propension au **nomadisme** et aux repas pris ailleurs qu'à table, plus pratiques. Les « **snackeurs** » regroupent **ainsi 63% des jeunes** âgés entre 15 et 24 ans : la propension aux consommations alimentaires « hors repas », désordonnées et compulsives, pourrait augmenter à l'avenir.

En ce qui concerne le **pain**, sa consommation augmentant avec l'âge, **les 20-30 ans seront moins consommateurs que leurs aînés**, (les plus de 65 ans consomment ainsi 46% de plus de pain que les 20/24 ans) mais davantage de pâtes et de riz. En revanche, on observe une **nette préférence pour le pain frais** au détriment des biscottes ou du pain grillé industriel (consommé à hauteur de 2,5g par jour, contre 5 à 7g chez les générations précédentes). C'est tout le paradoxe d'une **génération qui ne veut pas abandonner son plaisir à la praticité**.

## LA CRISE ÉCONOMIQUE : UNE INFLUENCE SUR LES COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION ALIMENTAIRE

Autre caractéristique : **la génération Y adapte ses comportements de consommation à ses désirs immédiats**, y compris en période de crise. Les arbitrages de consommation lors de la crise de 2007, puis de 2011, ne sont plus les mêmes : pour la première fois depuis 1993, les dépenses de loisirs ne diminuent pas. Les jeunes adultes sont les premiers à privilégier des vecteurs de satisfaction personnelle. La baisse des dépenses alimentaires s'explique par ce choix : les jeunes procèdent à des arbitrages dans les dépenses quotidiennes (d'où la baisse de consommation de viande, remplacée par des œufs). La crise change aussi les circuits de distribution privilégiés par les consommateurs : vers **plus de proximité**, mais aussi vers plus de production locale, répondant à une volonté de soutenir les emplois français, mais aussi de réduire la facture carbone des aliments. Un indice positif pour la consommation de pain.

## L'ALIMENTATION DES JEUNES : « LE REPAS À LA FRANÇAISE » EST-IL EN DANGER ?

Arbitrages à l'encontre de l'alimentation en temps de crise, développement de l'alimentation nomade, baisse de consommation de pain... le modèle du repas à la française, inscrit au patrimoine mondial immatériel de l'humanité par l'Unesco, est-il mis en péril ?

Le schéma n'est pas si simple. La génération Y, **attachée à la qualité des aliments, aux valeurs de naturalité des produits** et de santé **ne rejette pas les grands principes de l'alimentation**. Attentive à la qualité des produits, à la liste des ingrédients qui les composent, elle **adapte sa consommation** à ses modes de vie tout en continuant à apprécier des aliments de qualité. « Le repas à la française » reprend tout son sens pour les repas pris avec ses proches ou pour la vie de famille : « Le « désordre » alimentaire apparent des jeunes est (...) un moyen de construire une identité générationnelle et n'est donc pas à considérer (...) comme un risque en termes de santé, d'autant plus que les jeunes incorporent des normes, même s'ils ne les mobilisent pas pendant cette période de leur vie<sup>1</sup>. » Les **normes sont donc assimilées** puis retransmises. La famille apparaît, de fait, comme un élément structurant pour les repas : les couples avec ou sans enfant sont plus consommateurs que les structures familiales monoparentales ou les célibataires : **le partage et la convivialité sont donc déterminants**, la présence de pain pendant les repas familiaux, largement plébiscitée.

<sup>1</sup> Isabelle Garabuau-Moussaoui, *La Cuisine des jeunes : désordre alimentaire, identité générationnelle et désordre social*



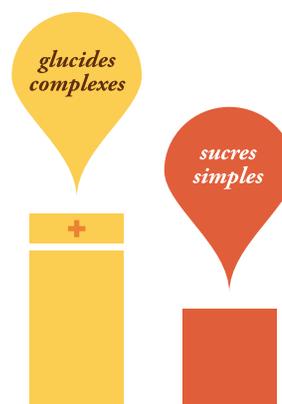
Nette préférence pour le pain **FRAIS**

### Zoom sur... la consommation de pain en 2010<sup>2</sup>

98% des Français consomment du pain (Crédoc)  
68% des adolescents et 85% des adultes consomment du pain quotidiennement  
Seuls 2% des adolescents et 9% des adultes consomment du pain à chaque repas (3 à 4 fois/J) comme recommandé par les autorités de santé  
De 110,6 à 89,1 g/j pour les adolescents, de 143,3 à 129,5 g/jour pour les adultes (2003 à 2010) : une baisse de consommation constante de pain  
15,5% : contribution du pain à l'énergie quotidienne, devant toute autre catégorie de produits  
2/3 de la consommation de pain a lieu au déjeuner et au dîner

<sup>2</sup>Enquête "Comportements et consommations alimentaires des Français 2010", Crédoc; pour en savoir plus, cf. la fiche "Le point sur... la consommation de pain en 2010".

## LES JEUNES ADULTES DEVRAIENT AUGMENTER LEUR CONSOMMATION DE GLUCIDES COMPLEXES vs SUCRES SIMPLES



### Le point de vue de... Anne-Sophie Boulas

Le pain est un aliment rassurant car hautement symbolique et identitaire : c'est l'élément structurant des repas à la française. Grâce à un aliment comme le pain, porteur d'une polysémie dans le registre du lien, du partage et de la convivialité dans l'immédiateté, nous pouvons faire passer des messages de santé et d'équilibre alimentaire à cette génération : il ne faut pas oublier l'intérêt nutritionnel du pain, dont les propriétés répondent aux objectifs de santé publique.

# Apports nutritionnels et conseils pratiques pour les 20-30 ans

Par Anne-Marie Adine,

Diététicienne, nutritionniste et co-auteure de « Les régimes font maigrir ou grossir ? »

## L'ALIMENTATION DES 20-30 ANS : OBSERVATIONS DE PRATICIENNE

En consultation (à l'hôpital et en ville), j'ai constaté une **hétérogénéité très marquée des jeunes adultes** par rapport aux adolescents, ou des jeunes femmes (encore plus, une fois mamans) par rapport aux jeunes hommes. **L'ambivalence est de règle**. Beaucoup de jeunes adultes mettent en avant le **plaisir alimentaire**, l'hédonisme, et reconnaissent la **dimension sociale du vrai repas**, assis, avec des copains ou en famille. Dans le même temps, beaucoup achètent des produits « nomades », s'adonnent aux **prises alimentaires solitaires** et au grignotage (beaucoup plus fréquent en semaine que le week-end). Ils sont aussi perplexes devant la multiplication des messages de santé, admettant leur importance mais les respectant moins que les seniors.

## UN MAINTIEN DE L'ÉQUILIBRE ALIMENTAIRE GLOBAL MAIS DES POINTS DE VIGILANCE

Quantitativement, les nouvelles recommandations AFSSA-ANSES concernant les Apports Nutritionnels Conseillés en lipides sont de 35-40% des calories totales ; on en déduit une baisse des glucides à 45-50% et le même ratio qu'auparavant pour les protéines soit 15%. Ces chiffres sont globalement acquis par toutes les tranches d'âge : la dernière enquête Crédoc 2010 le confirme, les Français sont bien dans la cible. Avec cependant des bémols... Les jeunes adultes auraient **intérêt à augmenter leur consommation de glucides complexes** par rapport à celle des sucres simples : plus on mange de glucides complexes, moins on a faim entre les repas et moins on grignote. En ce qui concerne le pain, sa baisse de consommation entre 2007 et 2010 est peu sensible en France. Mais elle l'est davantage chez les jeunes adultes, notamment les femmes (déjà petites consommatrices dans les milieux aisés) et sensibles à l'idée reçue que le pain fait grossir. Concernant les micronutriments, 84% des jeunes adultes (étude Nutrinet, novembre 2011) méconnaissent et oublient les « 5 fruits et légumes par jour », surtout les légumes, bien sûr. D'où d'éventuels déficits en fibres, minéraux, vitamines et polyphénols... On peut y rajouter de probables manques de calcium en raison d'une consommation de produits laitiers, elle aussi insuffisante.

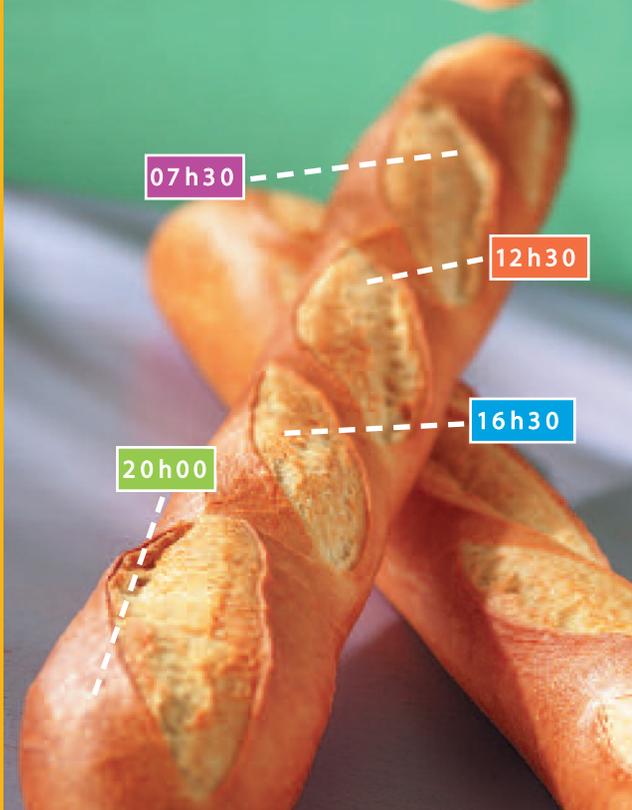
## LES JEUNES ADULTES : ALIMENTATION TYPE

Selon le Crédoc, les 20/30 ans sont une génération « Plateaux repas », qui favorise la consommation d'aliments préparés (pizzas, nuggets, chips, tapas...). Mais **leur alimentation varie également selon les sexes** : biscuits, viennoiseries, barres chocolatées, bref **grignotage fréquent** chez les femmes, moins fréquent chez les hommes, avec à la clé, plus de charcuterie et de salé. Les uns comme les autres doivent faire attention à boire suffisamment d'eau pendant la journée. En ce qui concerne leurs prises alimentaires au quotidien, c'est le petit déjeuner qui - quand il est présent -, est généralement le mieux équilibré : avec du pain ou des céréales, un laitage et souvent un fruit. Pas de collation (parfois une barre)... ni de boisson (sauf souvent un café) dans la matinée. Le déjeuner est souvent constitué d'un sandwich ou d'un repas plus équilibré et complet en restaurant universitaire ou en entreprise, ou encore d'un repas en restauration rapide (pizzeria). Lorsqu'une collation est prise, on notera une prédominance des barres, biscuits ou viennoiseries; peu ou pas de boisson l'après-midi. Le dîner est très variable, privilégiant souvent viande ou œufs, légumes ou féculents à la maison, ou restaurant en fin de semaine. L'alimentation diffère en semaine et le week-end, où le Brunch est fréquent (pas de déjeuner, sauf lors des repas familiaux).

## QUELS CONSEILS POUR UNE ALIMENTATION ÉQUILIBRÉE ET ADAPTÉE AUX MODES DE VIE ?

Les leçons de morale seront mal reçues par une génération habituée à remettre en question les conseils et les ordres établis. En revanche, il est judicieux de leur donner des « trucs » qui aideront les comportements à se modifier. En voici quelques-uns :

- **Amener la personne à prendre soin de son corps** (une préoccupation majeure dans cette tranche d'âge) : exit les produits dits nomades trop gras, trop salés et/ou trop pauvres en protéines
- **Pour une alimentation nomade** : privilégier le sandwich - baguette de tradition avec jambon, viande froide, fromage, légumes crus si possible, accompagné d'un yaourt à boire et d'un fruit
- **Pour les repas du restaurant universitaire (ou d'entreprise), des choix simples** : viande ou poisson légumes + féculents ou pain, laitage, fruit.
- **Se réapproprier l'univers culinaire**, en mariant cuisine traditionnelle et innovations, avec l'utilisation des appertisés et des surgelés : on peut cuisiner de bons plats en moins de 30 minutes, à un prix raisonnable et, quand on dispose de plus de temps, faire des préparations un peu plus longues tout en respectant son budget et en achetant « intelligent ». La lecture des étiquettes est en ce sens, très instructive, à condition d'apprendre à les « traduire ».



# Le pain

un aliment pilier de l'équilibre alimentaire

- > **Une source importante de glucides Complexes\*** pour atteindre les recommandations officielles
- > **Une source de protéines végétales\*** : environ 9 g pour 100 g
- > **L'une des principales sources de fibres** dans l'alimentation\* : de 3,3 g à 8,8 g pour 100 g
- > **Une faible teneur en lipides\*** de 0,3 g à 1,2 g pour 100 g

Sous toutes ses formes et selon l'appétit, pensez au pain à chaque repas !

\* Bourre JM, et al, Valeur nutritionnelle (macro et micronutriments) de farines et pains français. Médecine et Nutrition, 2008, 44, 49-76.

## L'Observatoire du pain

La référence sur le pain, la nutrition, l'alimentation et les comportements alimentaires

### > Son expertise

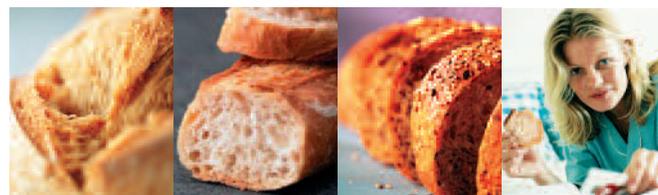
- Un comité scientifique et des médecins conseil orientent les travaux scientifiques de l'Observatoire du pain

### > Ses missions

- Recenser et analyser les informations scientifiques disponibles
- Initier et participer à des programmes de recherche en santé/nutrition et en sciences sociales
- Mieux comprendre la consommation et les comportements alimentaires
- Informer et sensibiliser sur les qualités nutritionnelles du pain et l'équilibre alimentaire

### > Ses actions à suivre sur :

- Son site Internet : [www.observatoiredupain.fr](http://www.observatoiredupain.fr)
- Twitter : ObsduPain
- Facebook : <https://www.facebook.com/pages/Croqueurs-de-pain/>



Observatoire du pain

le pain

[www.observatoiredupain.fr](http://www.observatoiredupain.fr)

**DU PAIN À CHAQUE REPAS !**  Pour votre équilibre alimentaire

Créé en 2006, l'Observatoire du pain contribue à l'amélioration des connaissances scientifiques sur le pain, la nutrition et l'alimentation. Son engagement se traduit par différents travaux de recherche (composition nutritionnelle des pains, index glycémique, comportements alimentaires, analyse socio-anthropologique...) et des actions d'information à destination des professionnels de santé et des consommateurs.

Contacts Presse : Lucie Hacquin, 01 44 88 88 25, [info@observatoiredupain.fr](mailto:info@observatoiredupain.fr)