



ENQUETE IDEAL MEAL : DE LA FRANCE AU BRESIL, PRENONS-NOUS LE TEMPS DE BIEN MANGER ?

Combien de temps prend un Brésilien pour déjeuner, par rapport à un Français ? Comment est perçue la pause déjeuner en fonction des continents ? Où les salariés se restaurent-ils ? L'alimentation est-elle une question de santé ou de plaisir ? Edenred publie aujourd'hui les résultats de son enquête « *What is your ideal meal ?* » menée auprès de 2 500 de ses collaborateurs dans 14 pays à travers le monde. Son objectif : mieux comprendre les spécificités culturelles qui affectent notre alimentation pour mieux adapter sa démarche de promotion d'une alimentation saine initiée il y a plus de 10 ans avec le programme *Ideal meal*. Une étude qui révèle la diversité de nos habitudes alimentaires.

La pause déjeuner, un élément central du bien-être au travail

Qu'est-ce qu'une pause déjeuner réussie ? C'est majoritairement un souffle dans la journée de travail et un moment qui dure. Et pour cause, si le temps de pause déjeuner varie d'un pays à l'autre, la majorité des personnes interrogées y consacre au moins 30 minutes, et jusqu'à plus de 45 minutes au Brésil et en France. Dans le cas contraire, il s'agit souvent d'une raison culturelle : le déjeuner n'est simplement pas, comme au Royaume-Uni, le principal repas de la journée, avec par exemple 73% des salariés qui y consacrent moins de 30 minutes.

Et ce temps passé à la pause déjeuner est d'autant plus important qu'il s'agit, pour 41% des personnes interrogées, d'un temps de relaxation, soit bien plus qu'un besoin physique, uniquement majoritaire dans les pays dont le PIB est le plus bas, ou qu'un temps de partage avec les autres, souvent réservé à la vie personnelle à l'occasion du dîner.

C'est pourquoi la moitié des pays préfère sortir et déjeuner au restaurant, à l'exception du monde anglo-saxon, où les services de livraison fleurissent, quand 9 Italiens sur 10 prennent leur déjeuner plusieurs fois par semaine à l'extérieur.

Pour autant, le temps est compté pendant la pause déjeuner, et hors de question de le perdre ! C'est pourquoi la proximité est le premier critère qui permet de répondre à la traditionnelle question « où mange-t-on aujourd'hui ? », suivi par la rapidité du service (77%) et le prix (75%), de quoi expliquer le succès des *food trucks* qui combinent ces trois critères.

DÉJEUNER EN 3 MOTS

Lorsque l'on interroge les collaborateurs Edenred sur leur repas idéal, trois grandes catégories se distinguent :

#nourriture



Ceux qui regardent le contenu de l'assiette (République Tchèque, France, Grèce et Italie)

#convivialité



Ceux qui s'attardent sur les convives (Brésil, Allemagne, Japon, Mexique, Roumanie, Venezuela)

#commodité



Ceux qui préfèrent la facilité (Belgique, Pologne, Royaume-Uni, Etats-Unis)

Manger sain : une préoccupation importante

En dehors du travail, le repas reste un moment essentiel dans la vie des salariés : trois quarts des répondants se mettent aux fourneaux au moins trois fois par semaine, confirmant la tendance au *Do It Yourself*, y compris dans la cuisine. Quant aux autres options que sont la livraison et le plat préparé à l'avance, elles demeurent populaires au Royaume-Uni, au Japon, au Brésil, au Mexique, et surtout aux Etats-Unis. Seuls 36% des Américains considèrent que le sujet majeur de l'alimentation dans leur pays est **l'influence sur leur santé** – qualifiant plutôt l'alimentation comme un besoin relevant de la satisfaction de leur appétit (contre 54% sur l'ensemble du panel). Cette influence sur la santé est d'ailleurs plus citée dans les pays européens ou à fort pouvoir d'achat (Etats-Unis, Japon), alors que l'accès à la nourriture pour répondre à ses besoins est davantage cité au Mexique ou au Venezuela.

Apprendre à bien manger, une question de famille

Un des principaux enseignements concernant l'alimentation en dehors du lieu de travail, c'est que l'éducation au bien manger est clairement une question qui se règle en famille. 89% des répondants mentionnent la famille comme responsable, contre 53% pour les médias, et 52% pour les écoles, devançant largement les pouvoirs publics cités par seulement un quart des répondants parmi les trois principaux acteurs concernés.

Et la France dans tout ça ?

En tant que pays du bien manger, les Français tiennent à leur pause déjeuner, y compris au travail : avec près d'un Français sur deux qui prend plus de 45 minutes à l'heure du déjeuner, c'est le premier pays en temps consacré à ce moment de relaxation (alors qu'ils ne sont que 38% à consacrer plus de 45 minutes pour le dîner).

Les Français tendent également à préférer le restaurant, puisque plus des trois quarts d'entre eux y vont au moins une fois par semaine au travail, contre à peine plus d'un quart qui apporte sa nourriture de la maison.

A QUOI RESSEMBLE L'ASSIETTE IDÉALE DES FRANÇAIS ?



En France, le lien entre l'alimentation et l'environnement est le plus fort, comparé aux autres pays interrogés : 15% des employés pensent que l'impact de la consommation alimentaire sur l'environnement est un sujet de préoccupation majeur, contre 5% en moyenne. Ce qui pourrait

expliquer la forte proportion (près d'un tiers) qui prennent en compte les labels bio dans le cadre de leurs achats alimentaires.

Dernière spécificité française : la place de l'employeur comme un des principaux acteurs de l'éducation à l'alimentation, un constat qui vient renforcer la légitimité du programme de promotion d'une alimentation saine porté par Edenred.

RETROUVEZ L'INTEGRALITE DE L'ETUDE ICI

FOCUS SUR LE PROGRAMME IDEAL MEAL D'EDENRED EN 2015

Inventeur des solutions Ticket Restaurant® et Ticket Alimentation, Edenred est au cœur de la relation entre restaurateurs, salariés et entreprises, et peut agir concrètement pour faciliter des choix alimentaires plus sains.

C'est ainsi que le Groupe promeut depuis 10 ans l'équilibre alimentaire et s'engage dans la lutte contre l'obésité par le biais de différentes actions : des programmes nationaux et transnationaux et une journée d'actions collectives au sein du Groupe.

18 pays ont un programme de promotion favorisant un meilleur choix d'alimentation, aussi bien pour les collaborateurs du Groupe que pour ses parties prenantes.

28 pays participent à la 3^{ème} édition du *Ideal meal Day*, une journée organisée par le Groupe pour promouvoir une alimentation saine.

5 000 000 salariés, **123 000** entreprises, et **4 978** collaborateurs du Groupe ont été sensibilisés.



A propos d'Edenred

Edenred, inventeur de Ticket Restaurant® et leader mondial des services prépayés aux entreprises, conçoit et gère des solutions qui améliorent l'efficacité des organisations et le pouvoir d'achat des individus.

Les solutions proposées par Edenred garantissent que les fonds attribués par les entreprises seront affectés à une utilisation spécifique. Elles permettent de gérer :

- les **avantages aux salariés** (Ticket Restaurant®, Ticket Alimentación, Ticket CESU, Childcare Vouchers...)
- les **frais professionnels** (Ticket Car, Ticket Clean Way, Repom ...)
- la **motivation et les récompenses** (Ticket Compliments, Ticket Kadéos...)

Le Groupe accompagne également les institutions publiques dans la gestion de leurs **programmes sociaux**.

Coté à la Bourse de Paris, Edenred est présent dans 42 pays avec 6 300 collaborateurs, 660 000 entreprises et collectivités clientes, 1,4 million de prestataires affiliés et 41 millions de bénéficiaires. En 2015, Edenred a réalisé un volume d'émission de 18,3 milliards d'euros.

Ticket Restaurant® ainsi que les autres dénominations des programmes et services proposés par Edenred sont des marques déposées dont le groupe Edenred est propriétaire.

Suivre Edenred sur Twitter : www.twitter.com/Edenred

Suivre la politique de responsabilité sociétale d'Edenred sur Twitter : www.twitter.com/IdealEdenred

CONTACTS EDENRED

Anne-Sophie Sibout
+33 (0)1 74 31 86 11

anne-sophie.sibout@edenred.com

Astrid de Latude
+33 (0)1 74 31 87 42

astrid.delatude@edenred.com

Amandine Monteil
+33 (0)1 74 31 86 25

amandine.monteil@edenred.com

