



Communiqué de presse – Paris, le 2 avril 2024

Plus de neuf jeunes sur dix admettent avoir de mauvais comportements alimentaires

A l'occasion de la Semaine Olympique et Paralympique de Paris 2024, Danone publie les résultats d'une étude IPSOS qui révèle les habitudes alimentaires et d'activité physique des jeunes Français.

En tant que Partenaire Officiel des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, Danone s'engage à encourager de bonnes habitudes alimentaires et sportives à travers ses produits laitiers et d'origine végétale à tous les âges de la vie.

Avec pour mission d'apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre, Danone a à cœur de faire la promotion des bons comportements alimentaires et d'une activité physique régulière. Dans ce contexte, l'entreprise a récemment commandité une étude auprès d'IPSOS pour examiner les habitudes alimentaires et l'activité physique des jeunes Français.

« Ces résultats nous encouragent à redoubler d'efforts pour promouvoir des habitudes alimentaires équilibrées et une activité physique régulière, notamment auprès des jeunes générations. Chez Danone, nous sommes convaincus que l'avenir de l'alimentation devra être lié à la santé. Nos recherches démontrent ainsi l'importance d'une alimentation saine tout au long de la vie, et le rôle des produits nutritionnellement sains qui contribuent à maintenir le capital santé de chacun. » **Isabelle Esser, Directrice Générale R&I, Qualité et Sécurité alimentaire chez Danone**

« Ouvrir grand les Jeux » et les bienfaits du sport au plus grand nombre, à commencer par notre jeunesse, c'est une ambition qui nous anime depuis des années à Paris 2024. Avec nos partenaires publics et privés, nous avons pu initier, incuber et expérimenter de nombreux dispositifs pour cela, notamment dans le cadre de notre stratégie « Bouger plus », à l'image des 30 minutes d'activité physique quotidienne à l'école, ou encore de la Semaine Olympique et Paralympique qui a bénéficié à plus de 3 millions de jeunes depuis 2017. Les résultats de cette étude nous confortent dans cette volonté de renforcer la place du sport à l'école et dans la société, et montrent l'importance de continuer à sensibiliser à tous les âges. Pour cette dernière SOP avant les Jeux de Paris 2024, nous pouvons aussi compter sur le soutien de notre partenaire Danone, marque bien connue des Françaises et des Français, pour communiquer sur l'importance d'une alimentation saine et variée, autre enjeu crucial dès le plus jeune âge. » **Tony Estanguet, Président de Paris 2024**

Les résultats de cette étude fournissent un aperçu révélateur de la manière dont les Français perçoivent l'alimentation et pratiquent l'activité physique dans leur vie quotidienne :



Connaissances en matière d'alimentation et d'activité physique

L'étude révèle que la majorité des Français sont bien informés des recommandations en matière d'activité physique. Cependant, les jeunes de 16 à 24 ans montrent un besoin accru de sensibilisation. Alors que 60% des Français maîtrisent l'ensemble des recommandations liées à l'activité physique, seuls 42% des jeunes de 16 à 24 ans connaissent ces recommandations. De plus, 93% des Français reconnaissent que l'activité physique régulière est bénéfique pour la santé mentale, tandis que 88% savent que "30 minutes d'activité physique par jour" est la recommandation de l'Organisation Mondiale de la Santé.

En ce qui concerne les besoins nutritionnels des enfants, les résultats indiquent que la compréhension est relativement élevée chez leurs parents. En revanche, les jeunes de 16 à 24 ans sont légèrement moins conscients de leurs propres besoins. Cette constatation souligne la nécessité d'une éducation nutritionnelle accrue pour les jeunes adultes, qui seront les parents de demain. En effet, 64% des Français (67% chez les parents) reconnaissent et comprennent les besoins nutritionnels des enfants, tandis que seulement 54% des jeunes de 16 à 24 ans affichent une connaissance de ces besoins spécifiques.

Mauvaises habitudes alimentaires

L'étude met en lumière la prévalence de mauvaises habitudes alimentaires parmi la population française, en particulier chez les jeunes adultes. Un pourcentage élevé, soit 90% des Français, admettent s'adonner à au moins un mauvais comportement alimentaire chaque semaine. Chez les jeunes de 16 à 24 ans, ce chiffre monte à 97%, mettant en évidence un besoin urgent d'initiatives visant à promouvoir des habitudes alimentaires saines.

Sensibilisation et pratique sportive

L'étude révèle également que la majorité des Français ont reçu des informations ou des conseils liés à l'alimentation et à l'activité physique, principalement de la part de professionnels de santé et de leur entourage. En ce qui concerne la pratique sportive, elle est largement perçue comme bénéfique pour le bien-être physique et mental, avec une forte participation à travers toutes les tranches d'âge.

Les résultats de cette étude soulignent l'importance d'une sensibilisation continue et de la promotion d'initiatives visant à encourager des habitudes alimentaires saines et une activité physique régulière. Chez Danone, nous savons que construire de bonnes habitudes alimentaires et sportives dès le plus jeune âge est le premier pas pour contribuer au maintien d'une bonne santé tout au long de la vie. Au travers de l'Institut Danone et de ses experts notamment, nous développons des programmes d'éducation visant à faire évoluer positivement les pratiques alimentaires tout au long de la vie.

A propos de Danone

Danone est une entreprise leader de l'alimentation, qui opère dans trois catégories en forte croissance et axées sur la santé à travers les Produits laitiers et d'origine végétale, les Eaux et la Nutrition Spécialisée. Fort de sa mission de longue date consistant à apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre, Danone vise à inspirer des pratiques alimentaires et de consommation plus saines et plus durables, tout en s'engageant à avoir un impact nutritionnel, social, sociétal et environnemental mesurable. Danone a défini sa stratégie Renew afin de restaurer croissance, compétitivité et création de valeur sur le long terme. Avec près de 90 000 salariés et des produits vendus dans plus de 120 pays, Danone a réalisé un chiffre d'affaires de 27.6 milliards d'euros en 2023. Le portefeuille de Danone comprend des marques internationales (Actimel, Activia, Alpro, Aptamil, Danette, Danio, Danonino, evian, Nutricia, Nutrilon, Volvic, entre autres) ainsi que des marques locales et régionales fortes (notamment AQUA, Blédina, Bonafont, Cow & Gate, Mizone, Oikos et Silk). Coté sur Euronext Paris et présent sur la plateforme OTCQX via un programme d'ADR (American Depositary Receipt), Danone est classé dans les principaux indices de développement durable, dont ceux



gérés par Moody's et Sustainalytics, ainsi que MSCI ESG Indexes, FTSE4Good Index Series, Bloomberg Gender Equality Index, et Access to Nutrition Index. Danone a pour ambition d'être certifié B-Corp au niveau mondial d'ici 2025.

A propos d'IPSOS

Ipsos is the world's third largest market research company, present in 90 markets and employing more than 18,000 people. Our passionately curious research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide true understanding and powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. We serve more than 5000 clients across the world with 75 business solutions. Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg

IPS:FP

www.ipsos.com