



Edenred



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le Belge, bon élève en Europe en matière d'alimentation saine

Les résultats du Baromètre FOOD pour la Belgique révèlent la nécessité de promouvoir une alimentation saine au travail

Bruxelles, le 9 février 2017 – Comme chaque année, Edenred, émetteur des chèques-repas électroniques Ticket Restaurant®, publie les résultats de son Baromètre FOOD européen. Le Baromètre FOOD est une enquête annuelle portant sur les habitudes des travailleurs pour le repas de midi. On remarque ainsi que l'alimentation saine fait l'objet d'une attention nettement plus importante en Belgique qu'ailleurs en Europe, même si certaines mauvaises habitudes alimentaires restent parfois bien ancrées. Quant aux initiatives destinées à promouvoir l'alimentation saine, elles suscitent aussi davantage d'intérêt chez les Belges.

Le Belge attaché à sa boîte à tartines...

Le cliché du Belge emmenant sa boîte à tartines au travail n'est pas très loin de la réalité ! En effet, pas moins de 55% disent emporter au travail un repas préparé à la maison, contre une moyenne européenne de 38.2%. La plupart (52,8%) des personnes interrogées prennent leur repas de midi au réfectoire ou à la cafétéria de leur lieu de travail. Enfin, 4% des sondés déclarent qu'ils vont au restaurant à midi.

... et adepte d'une alimentation saine

Qu'il s'agisse de se préparer un lunch maison, ou de choisir de manger à l'extérieur, l'alimentation saine semble en tout cas prioritaire chez nos compatriotes. Et cela davantage que chez nos voisins européens.

Lorsqu'il s'agit de faire attention à manger sain et équilibré, le Belge fait en effet figure d'exemple en Europe. Seuls 0,4% consomment de la nourriture de fast-food à midi, contre 2% en moyenne en Europe. Les aspects liés à la santé pèsent aussi de manière croissante dans le choix du restaurant ou de la cafétéria. Trois quarts des personnes interrogées trouvent que la valeur nutritive du repas de midi est importante à très importante. A midi, lorsqu'il s'agit de choisir le restaurant ou la cafeteria où prendre son repas, 7 Belges sur 10 considèrent la qualité nutritionnelle des plats comme critère important. 27% souhaitent en outre recevoir de véritables informations sur la valeur nutritive, et 31% trouvent que le personnel doit leur communiquer des informations à ce sujet. De plus, l'utilisation de produits locaux et de saison est un facteur déterminant pour deux travailleurs sur trois.

Malgré tout, certains mauvais comportements alimentaires ont parfois la vie dure pour une petite partie des travailleurs belges. Ainsi, un Belge sur trois ne prend pas de pause déjeuner tous les jours et mange donc à son bureau, et 6% n'en prend même jamais.

L'attention pour la santé au travail, appréciée par le travailleur

L'enquête concernait également les actions pouvant être mises en œuvre par les entreprises afin de promouvoir un style de vie sain. Il s'avère que les mesures qui demandent le moins d'efforts sont celles qui ont le plus de succès. Ainsi, le fait de proposer gratuitement des fruits et de l'eau est une initiative populaire, avec respectivement 93% et 80% d'opinions favorables. Les incitations à bouger davantage au travail (par exemple en empruntant l'escalier ou en marchant jusqu'à l'endroit de la pause déjeuner) sont considérées comme efficaces par deux tiers des travailleurs.

Des salariés attentifs aux recommandations pour la santé

Un quart des travailleurs indiquent que les recommandations visant à leur faire adopter des habitudes plus saines en matière d'alimentation notamment pour le repas de midi les ont convaincus de modifier leur comportement l'année dernière. Chez les autres, 25% envisagent d'adapter leurs habitudes alimentaires dans ce même sens dans le futur. Cela prouve que ces conseils ne restent pas lettre morte pour plus de la moitié (52%) des travailleurs belges. Une proportion plus importante que chez nos voisins français (46%), italiens (39%).

« L'objectif n'est pas encore atteint, mais l'évolution est prometteuse », affirme Kelly Govaert, responsable du projet FOOD en Belgique, chez Edenred. « Depuis 2009, l'année où nous avons réalisé cette enquête pour la première fois, nous observons une nette augmentation du nombre de travailleurs européens qui attachent de l'importance à l'alimentation saine. Ainsi, le nombre de travailleurs dans les pays interrogés qui considèrent la valeur nutritive de leur repas de midi comme un facteur déterminant a augmenté de moitié. Les travailleurs attachent aussi plus d'importance à la disponibilité des informations relatives à la valeur nutritive. De plus, les produits locaux et de saison sont chaque année plus appréciés. Les initiatives visant à promouvoir la santé au niveau de l'alimentation, des habitudes pour le repas de midi et des restaurants semblent donc porter leurs fruits. »

###

À propos du programme FOOD

Depuis 2009, Edenred coordonne le programme FOOD avec le SPF Santé publique, ainsi que des experts en nutrition tels que le CIRIHA et NutriChallenge. Fonctionnant grâce à un partenariat « public-privé » et cofinancé, au départ, par la Commission européenne, FOOD a pour objectif de lutter contre la malnutrition. Ce programme permet de sensibiliser l'ensemble des bénéficiaires des solutions d'Edenred, les entreprises clientes et les 11 000 affiliés, en les invitant à suivre 10 recommandations simples pour manger équilibré.

À propos du Baromètre FOOD

L'enquête FOOD est organisée chaque année dans huit pays où Edenred mène le programme FOOD : l'Autriche, la Belgique, la République Tchèque, la France, l'Italie, le Portugal, la Slovaquie, l'Espagne et la Suède. Le volet belge de l'enquête a été un succès. En effet, jamais autant de personnes n'avaient pris part à l'enquête : 4 565 travailleurs ont rempli le questionnaire, soit une augmentation d'environ 50% par rapport à l'année dernière.

À 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](#)

CONTACTS

Samantha Lomonaco – Ketchum

Samantha.lomonaco@ketchum.com

02/550.00.76 – 0488/79.05.59

