

L'absence de petit-déjeuner chez l'enfant : un phénomène croissant en France qui inquiète les enseignants

Kellogg's se mobilise aux côtés des Restos du Cœur

Paris, le 17 octobre 2016 – Selon les résultats de l'étude paneuropéenne menée par l'institut SPARK* pour Kellogg's, les enseignants Français seraient de plus en plus inquiets des conséquences de l'absence de la prise du petit-déjeuner chez les enfants.

Une situation d'autant plus préoccupante selon eux qu'elle se pérennise voire s'aggrave. Les causes principales de la faim en milieu scolaire s'expliqueraient à la fois par le budget contraint de 20% des familles françaises interrogées, mais aussi par la méconnaissance des besoins nutritionnels des enfants au petit-déjeuner pour 58% d'entre elles.

En tant qu'entreprise citoyenne Kellogg's poursuit le déploiement de son initiative « Breakfast for Better Days » avec la signature, en France, d'un partenariat ambitieux de deux ans avec les Restos du Cœur. Cet accord consiste en un soutien structurel à l'aménagement de centres de jour couplé à un ambitieux programme de donations produits et en-cas céréaliés pour les familles dans le besoin.



- **L'arbitrage financier des familles pèse sur la part du budget consacré à l'alimentation**

Si **20% des Français interrogés** déclarent **se serrer la ceinture pour nourrir leur famille**, 16% d'entre eux se disent préoccupés par la part du budget qu'elles peuvent affecter aux dépenses alimentaires. Une situation plus délicate encore pour **9% des familles interrogées** qui se voient **dans l'obligation de choisir** entre acheter de la **nourriture** et **payer leur facture** de chauffage ou d'électricité par exemple.

- **La méconnaissance des besoins nutritionnels des enfants au petit-déjeuner a des répercussions sur la qualité de l'apprentissage scolaire**

Parallèlement aux questions d'argent, le réflexe de **la prise du petit-déjeuner s'érode** et les résultats montrent que **les Français sont moins enclins à démarrer la journée par ce repas** autrefois considéré comme un passage obligé. **58% des enseignants** restent convaincus que **le manque de connaissance** des parents quant aux besoins nutritionnels de leurs enfants **est un enjeu majeur**.

En effet, **9% des adultes interrogés déclarent s'en passer** soit parce qu'ils n'en ont **pas envie (71%)** soit par **faute de temps (25%)**. Pour **23%** des familles, **le petit-déjeuner ne représente d'ailleurs pas un repas important**.

Les **enfants sont aussi concernés** et **4% des familles interrogées** déclarent que leurs **enfants ne prennent pas un petit-déjeuner tous les jours**.

Cette situation ne passe pas inaperçue auprès des enseignants qui estiment, pour **20% d'entre eux**, que **la tendance est en augmentation depuis 2015**. **7 enseignants sur 10** déclarent avoir déjà vu arriver à l'école des enfants ayant faim ; **28% le constatent quotidiennement**. **Seuls 4%** des enseignants **n'ont jamais été confrontés à cette situation**.

Si **57% des enseignants** considèrent que le **phénomène se généralise**, ils s'accordent tous sur le fait que **l'apprentissage** des enfants est **directement affecté** dès lors qu'ils arrivent à l'école le ventre vide. Les conséquences les plus communément observées sont : à **87% la fatigue**, et à **83% les difficultés de concentration**.

40% des enseignants affirment d'ailleurs avoir alerté les parents à ce sujet ; 23% ayant déjà fait la démarche d'apporter de la nourriture à l'école pour pallier ce manque. Face à ce constat, **75% des enseignants signalent la nécessité d'une meilleure pédagogie sur l'importance des bienfaits nutritionnels du petit-déjeuner** pour tous : adultes comme enfants.

- **Parmi les acteurs clés qui ont un rôle à jouer dans l'aide aux familles les plus démunies, plus de 20% des Français citent les entreprises agro-alimentaires comme légitimes**

Au-delà des questions d'éducation nutritionnelle, **41% des enseignants pensent que les autorités locales** devraient davantage **s'impliquer** pour les familles dans le besoin, **29%**

estiment que cette mission incombe **au gouvernement**. Pour **22% d'entre eux**, les **industriels de l'agro-alimentaire** ont aussi leur rôle à jouer.

- **Acteur responsable et engagé, Kellogg's s'implique en France aux côtés des Restos du Cœur pour les aider à lutter contre la faim dès le premier repas de la journée**

Dans la continuité du déploiement de son initiative « Breakfast for Better Days » – qui a déjà permis de donner 1,75 milliard de portions de céréales et d'en-cas aux familles en difficulté dans le monde depuis 2013 et dont les **objectifs** sont **fixés à 2,5 milliards d'ici 2025** – Kellogg's annonce la **signature d'un partenariat ambitieux avec les Restos du Cœur**.

Durant les **deux prochaines années**, Kellogg's apportera sa contribution à la fois sous la forme de **donation financière** (servant à l'aménagement de deux centres de jour) et de **donation de produits céréaliers** pour le petit-déjeuner.

D'ici octobre 2017, Kellogg's donnera au moins 10 tonnes de produits auxquels viendront s'ajouter de **nouvelles dotations** produits pour les centres de jour et/ou les paniers hebdomadaires **pour la campagne 2017** des Restos du Cœur.

Sophie PONET, Directrice Communication Corporate Kellogg's France et Benelux a déclaré *« Au-delà de notre activité première, nous sommes convaincus que nous pouvons agir pour favoriser l'accès au petit-déjeuner des familles dans le besoin. C'est la raison pour laquelle nous nous sommes engagés aux côtés des Restos du Cœur, dont les équipes font un travail exemplaire sur le terrain, pour leur apporter notre soutien à la fois dans le cadre de l'aménagement de deux centres de jour et sous la forme de dotations de produits pour le petit-déjeuner. »*

* * *

A propos de Breakfast for Better Days

Depuis la création du programme « Breakfast for Better Days » en 2013, la société Kellogg's a déjà distribué plus de 1,7 milliard de portions de céréales et d'en-cas aux familles en difficulté dans le monde, dépassant ainsi son objectif global initialement établi à 1 milliard de portions à fin 2016. Durant cette première période, la société a aussi mis en place des moyens de subsistance pour des milliers de fermiers dans le monde, notamment petits producteurs et femmes.

D'ici 2025, Kellogg's renforce son programme de lutte contre la faim au petit-déjeuner et le dote de nouveaux objectifs ambitieux visant à fournir 2,5 milliards de portions dans le monde.

Contacts presse

Service de presse Havas Paris

Aline Zalay : 01 58 47 83 77 – aline.zalay@havas.com

Cécile Bourganel : 01 58 47 81 33 – cecile.bourganel@havas.com

** Etude réalisée par l'institut SPARK en mars 2016 pour la société Kellogg's dans 6 pays européens (Allemagne, France, Belgique, Italie, Espagne et Suède) sur un échantillon représentatif de la population Française de 1010 personnes et de 205 enseignants dans chaque pays.*