

# Cuisine et consommation d'aliments ultratransformés : quels enseignements pour les politiques publiques ?

Auteurs

**Marie Plessz****Séverine Gojard**

INRAE, CMH

Contact

marie.plessz@inraefr

Les aliments **ultratransformés** (AUT) représentent environ un tiers de l'alimentation des Français et leur réduction est devenue un objectif du Programme national nutrition santé.

Nous montrons que cuisiner plus souvent ne va pas de pair avec un moindre recours aux AUT. Les ménages avec enfants en consomment plus. Ces ménages ont souvent des contraintes (temps, budget, composition des menus) élevées, et sont déjà soumis à de nombreuses injonctions concernant leurs pratiques alimentaires.

Des politiques de réduction des AUT auront plus de chances d'être efficaces et justes si elles passent par l'offre (incitation à la reformulation de produits, régulation du marketing, mise en valeur des produits bruts dans les circuits de distribution).

## Messages clés

- **L'organisation du travail culinaire dans les couples varie selon l'âge et la position sociale.**
- **La consommation d'AUT dépend surtout de la présence d'enfants et de l'âge. Les ménages pauvres n'y consacrent pas plus d'argent.**
- **La consommation d'AUT n'est pas liée à l'organisation du travail culinaire.**
- **La piste à privilégier est donc d'agir sur l'offre, par exemple inciter les industries agroalimentaires et la distribution à réduire l'offre d'AUT.**

## Contexte et enjeux

Les aliments **ultratransformés** (AUT) occupent une place majeure dans l'alimentation des Français, représentant **36% des apports nutritionnels** en 2018 (Julia et al., 2018). Le PNNS 5 publié en avril 2026, recommande d'en réduire la consommation à 20%. Pour définir des politiques publiques à même d'atteindre cet objectif il est nécessaire de bien connaître les déterminants de la consommation d'aliments ultratransformés.

Les discours publics et médiatiques présentent souvent la **cuisine domestique** comme un rempart à une mauvaise alimentation en général, et à la consommation d'AUT en particulier. Cette croyance est-elle fondée ? **L'organisation du travail culinaire (fréquence, répartition homme/femme) influence-t-elle vraiment la consommation d'ultratransformés ?**

L'Unicef (2026) a récemment tiré la sonnette d'alarme concernant l'exposition des enfants aux AUT dans de nombreux pays – de 25% des apports nutritionnels en Italie à 60% au Royaume-Uni et aux USA. Quelle place les AUT occupent-ils dans le budget alimentaire des **ménages avec enfants** en France ?

## Données et méthodologie

L'article s'appuie sur :

- **La classification NOVA** pour identifier les produits ultratransformés (contenant des ingrédients non culinaires ou requérant des procédés industriels).

### La classification NOVA

<p><b>1</b> Produits bruts : produits frais, crus ou ayant fait l'objet d'une transformation minimale (séchés, surgelés, tranchés...)</p>	
<p><b>2</b> Ingrédients culinaires : substances extraites d'aliment frais ou peu transformés via pressage, meulage, raffinage ou broyage</p>	
<p><b>3</b> Aliments transformés : produits simples fabriqués à partir des deux premières catégories</p>	
<p><b>4</b> <b>Aliments ultratransformés</b> : Produits avec des formulations industrielles qui comportent plus de 4 ingrédients ; utilisation d'ingrédients ou de procédés qu'on ne trouve pas en cuisine domestique : extrusion, ajout d'additifs ou de colorants etc.</p>	

Source: auteures

- **L'enquête Budget de famille 2017 (INSEE)** : 3 210 ménages en couple, France métropolitaine.

Variables clés :

- Organisation du travail culinaire : fréquence à laquelle un membre du couple fait la cuisine (tous les jours ou moins souvent) ; et répartition entre les conjoints : la cuisine est faite seulement par une femme, seulement par un homme, ou par les deux conjoints.
- Part des AUT dans les dépenses du ménage pour l'alimentation à domicile.
- Caractéristiques sociodémographiques (âge et diplôme de la personne de référence, niveau de vie, présence d'enfants).

**Méthode** : régressions linéaires pour isoler l'effet de l'organisation culinaire en contrôlant les caractéristiques du ménage.

## Résultats

### L'organisation du travail culinaire varie selon l'âge et la position sociale

**Fréquence de la cuisine** : les ménages âgés (65+) et peu diplômés cuisinent plus souvent (souvent une femme seule en cuisine). Les ménages jeunes et aisés cuisinent moins souvent.

**Répartition hommes/femmes** : 49% des femmes sont seules en cuisine vs 6% des hommes. Les couples plus jeunes partagent plus souvent la cuisine.

### La consommation d'AUT dépend surtout de l'âge et de la présence d'enfants

Les AUT représentent 40% du budget alimentaire des 18-34 ans contre 26% pour les 65+. La présence d'enfants de moins de 14 ans augmente la part d'AUT de 4,4 points de pourcentage, toutes choses égales par ailleurs.

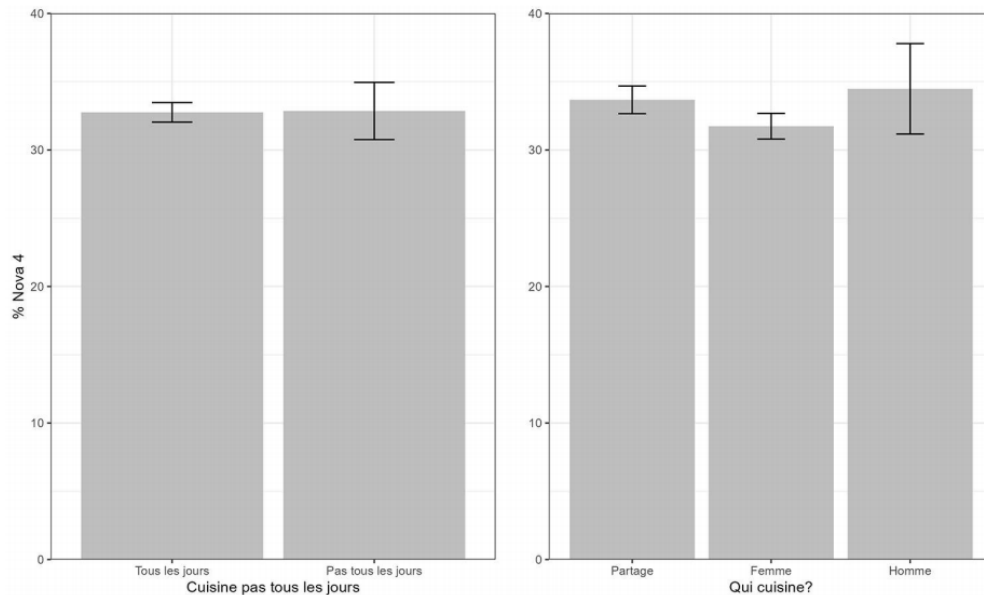
Toutes choses égales par ailleurs, la part d'AUT dans le budget des ménages les plus modestes est plus faible que pour les ménages à niveau de vie intermédiaire. Elle est similaire pour tous les niveaux de diplôme du primaire à BAC + 2 (plus faible chez les 22% de ménages ayant Bac+3 ou plus).

### La consommation d'AUT n'est pas liée à l'organisation du travail culinaire

Elle ne varie pas significativement selon que le ménage cuisine tous les jours. Elle est comparable quand une femme cuisine seule et quand les deux membres du couple cuisinent. Quand un homme cuisine seul, la part d'AUT dans les dépenses alimentaires augmente de 2,5 points (à la limite de la significativité statistique).

L'examen des groupes d'AUT les plus consommés montre qu'ils sont souvent destinés à être consommés en dehors des repas principaux (petit-déjeuner, goûter, en-cas), en particulier par les enfants (laitages, céréales petits-déjeuners, biscuits et brioches emballées) ; ou entrent dans la composition de repas cuisinés (pâte à tarte, préparations à base de viande).

## La part des AUT dans les dépenses d'alimentation à domicile dépend peu de l'organisation du travail culinaire dans les couples



Les barres noires indiquent l'intervalle de confiance à 95 %.

Source : *Budget de famille 2017*, ménages en couple, France métropolitaine. N = 3 210.

## Interprétation

Les ultratransformés sont **omniprésents**, même dans les ménages qui cuisinent tous les jours. Leur consommation relève davantage de **logiques de marché** (marketing ciblé sur les enfants, gammes de produits) que de l'organisation des pratiques culinaires dans les ménages. Ceci rejoint les conclusions du rapport de l'Unicef (2026). Les ménages les plus modestes ou moins éduqués ne sont pas plus consommateurs que les classes moyennes (en part de budget), à composition du ménage et âge comparable.

## Implications politiques : repenser les leviers d'action

La consommation de produits ultratransformés dépend peu des pratiques culinaires des ménages : améliorer les compétences culinaires n'est donc pas un levier pertinent pour la réduire. Elle n'est pas associée avec la pauvreté économique ni avec des ressources culturelles insuffisantes (diplôme) ce qui suggère qu'elle ne découle pas d'une insuffisante éducation nutritionnelle. Les ménages avec enfants sont plus consommateurs mais sont déjà soumis à de nombreuses injonctions concernant l'alimentation pour des raisons sanitaires, environnementales, ou éducatives.

**La piste à privilégier est donc d'agir sur l'offre, par exemple :**

- Poursuivre l'expertise sanitaire et nutritionnelle des AUT, et déployer les mesures de santé publique qui en découlent (action N°75 de la SNANC) ;

- Inciter les industries agroalimentaires à reformuler les produits (Unicef, 2026) ;
- Réguler le marketing en particulier ciblant les enfants (priorité 8 de la SNANC) ;
- Inciter les commerces alimentaires à mettre en valeur les produits bruts et frais.

## Prochaines étapes

- Mesurer le recours aux AUT dans la restauration collective et commerciale.
- Étendre les analyses aux ménages monoparentaux et aux DROM-COM.

## Sources

Gojard, S. & Plessz, M. (2026). « Organisation du travail culinaire et consommation de produits ultratransformés ». *Biens symboliques [en ligne]*, n°18. <https://doi.org/10.4000/162dc> (English version <https://doi.org/10.4000/162dd>)

## Pour aller plus loin

Julia, C. et al. (2018). *Contribution of ultra-processed foods in the diet of French adults*. Public Health Nutrition. <https://doi.org/10.1017/S1368980017001367>

INSEE (2017). *Enquête Budget de famille – 2017*, mis à disposition par l'ADISP. <https://data.progedo.fr/studies/doi/10.13144/lil-1416>

Gojard S. and M. Plessz, *A middlebrow taste? Ultra-processed food consumption, eating practices and social position in France* (en révision).

SNANC : Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la souveraineté alimentaire. « Stratégie nationale alimentation nutrition climat ». Février 2026. <https://agriculture.gouv.fr/telecharger/153019> .

PNNS 5 : Ministère de la santé, des familles, de l'autonomie et des personnes handicapées. « Programme national nutrition santé 2026-2030 ». 8 avril 2026. [https://sante.gouv.fr/IMG/pdf/pnns\\_5\\_2026-2030.pdf](https://sante.gouv.fr/IMG/pdf/pnns_5_2026-2030.pdf)

Unicef, 2026 : Ultra-processed Foods and Children: State-of-the-art review, *Child Nutrition and Development*, <https://knowledge.unicef.org/child-nutrition-and-development/resource/ultra-processed-foods-and-children-state-art-review>

*Une première ébauche de ce document a été généré avec Mistral.ai.*