

La minceur : un idéal en constante mutation depuis 40 ans et qui confronte aujourd'hui 9 millions de Français à des injonctions contradictoires

Résultats d'une étude de tendances sur la minceur réalisée par l'ObSoCo (Observatoire Société et Consommation) pour le Centre d'Information de la Diététique Minceur.

Pour mieux comprendre le rapport des Français à la minceur, le CIDM a sollicité l'ObSoCo (Observatoire Société et Consommation) pour la réalisation d'une étude de tendances sur la minceur. A l'approche des beaux jours, 9 millions de Français vont se confronter à l'image de leur corps. Alors, pourquoi la minceur fait-elle autant rêver ? Comment vont-ils réagir à l'injonction du "No régime"? Cette étude de tendances revient sur l'histoire et l'évolution de la minceur ces 40 dernières années, pour nous éclairer sur la place qu'elle occupe aujourd'hui dans notre société, et met en lumière des paradoxes intéressants sur notre rapport au corps et à la minceur, lesquels poussent les experts à s'interroger sur la meilleure prise en charge possible. Face à ces résultats, les Aliments Diététiques Minceur se positionnent comme une solution efficace et rassurante en phase avec les nouvelles attentes des Français.

► La quête de la minceur, ou comment l'individu cherche depuis 40 ans à façonner son corps pour répondre aux critères de la société

La minceur a toujours occupé une place prépondérante dans notre société contemporaine mais sa représentation et sa signification ont évolué dans le temps.

L'histoire de la minceur épouse l'histoire des sociétés. Ainsi, de la fin du XIX^{ème} au début du XX^{ème}, elle témoigne des principaux bouleversements qui ont marqué cette période. En un peu plus d'un siècle, on est passé de l'embonpoint, symbole de la prospérité, au corps svelte, symbole de réussite.

A partir des années 60 et jusqu'aux années 2000, la minceur va connaître trois « âges » : la minceur maigre dans les années 60-80, la minceur musclée dans les années 80, et la « minceur mettant en valeur les formes » dans les années 90.

Depuis les années 2000, la minceur est « customisable » et contrôlée. L'époque valorise les démarches « à la carte » et à l'époque de l'internet 2.0 chacun et chacune veut vivre sa propre minceur. Si la minceur est toujours au cœur des préoccupations, quand bien même elle n'est plus univoque, il s'agit surtout de maîtriser son poids. La minceur contrôlée s'oppose au laisser-aller.

A travers cette rétrospective, on constate que l'évolution de la place qu'occupe la minceur dans notre société depuis le début du siècle dernier va de pair avec celle accordée au corps.

► L'individu confronté à des injonctions contradictoires

L'image du corps a pris une place centrale dans notre société et l'individu est sans arrêt soumis à de nouveaux dogmes et normes qui trouvent leurs origines principalement dans la peur de vieillir. En ce qui concerne la minceur, de nouvelles injonctions liées à des questions de santé viennent se confronter aux injonctions sociales.

Ainsi l'individu est confronté à des contradictions : trouver son poids de forme, rester soi-même tout se conformant à la norme, se contraindre tout en se faisant plaisir.

Les campagnes de santé publique n'ont de cesse, au nom de la lutte contre l'obésité, de développer des messages sanitaires basés sur des arguments médicaux qui soulignent les risques liés à l'obésité. La valorisation de la minceur est alors renforcée par ces arguments médicaux, si bien que la pression sociale autour de cet idéal de minceur se fait d'autant plus forte. Les messages sanitaires contemporains tels que « Mangez, bougez », « Mangez cinq fruits et légumes par jour » ont transformé les injonctions collectives en recommandations individuelles. Effet positif, ces discours ont développé la responsabilité de chacun. L'individu se doit de « bien faire », de prendre en charge personnellement le projet d'une santé durable. Sa responsabilité vis-à-vis de son propre corps grandit, il doit également maîtriser ses choix. La beauté, la bonne santé, la minceur sont à cultiver sous peine d'être soupçonné de négligence, de laisser aller.

Mais il se retrouve seul, confronté à des injonctions souvent contradictoires. Sa demande va donc se porter vers une demande d'accompagnement, sur laquelle il pourra exercer son libre arbitre.

► La montée de la demande d'accompagnement

Face aux multiples choix proposés à l'individu, une approche holistique de la minceur s'est développée, c'est-à-dire une approche globale dans laquelle la minceur est un aspect essentiel d'un bien-être plus complet.

« Après le 'corps capital' qu'il s'agit de préserver, c'est au tour de la santé d'être *perçue comme un capital*. L'individu développe alors petit à petit des pratiques de prévention et de maîtrise de soi. Nous sommes en quelque sorte devenus les directeurs artistiques de notre propre corps, les managers de soi. La minceur n'est pas uniquement l'une des composantes d'un corps sain et d'une vie saine mais quasiment sa pierre angulaire », explique Nathalie Damery, Présidente de l'ObSoCo.

Par ailleurs, *l'émergence et le foisonnement de nouvelles méthodes de régimes témoignent d'une « culture de l'activisme » dans le domaine de la minceur, mais méthodes pour certaines inefficaces, farfelues, voire dangereuses.*

Dans cet environnement d'hyperchoix, cette étude révèle néanmoins deux points cruciaux pour l'individu dans son approche de la minceur aujourd'hui : les besoins essentiels de distinction et de rassurance.

Face aux multiples choix proposés, l'individualisme prime. L'individu décide du parcours à suivre. Il attend des acteurs partenaires de son parcours minceur une prise en compte de son être, il veut du sur-mesure et un respect de sa vision des choses.

« *Maître de son destin, l'individu entend être respecté dans la personnalité qu'il s'est construite. Ainsi, il s'est forgé une idée précise de SA propre minceur, il sait ce qu'il veut et comment y parvenir. Il ne veut plus qu'on lui dicte une méthode à suivre mais cherche plutôt une écoute et un accompagnement dans ses souhaits* » explique la psychologue Marie Cheminais, en réaction à cette étude.

Cependant, il est encore tiraillé entre son désir de s'affirmer et un besoin de rassurance dans ses choix. Il cherche à « refermer » l'étendue de ses questionnements, de ses choix possibles. Preuve de ce besoin, le succès rencontré par toutes les formes de coaching, lequel correspond à un désir de stabilisation des valeurs et des pratiques.

Pierre Azam, nutritionniste et endocrinologue, Président de l'Observatoire de l'Obésité constate que son métier a fortement évolué, du conseil nutritionnel à une prise en charge plus globale. Il met en parallèle ce besoin d'être rassuré et la mise en œuvre de procédés basés sur l'écoute de l'individu : « *Même s'il se veut maître de son destin, le consommateur doit aussi gérer ses doutes. C'est là que nous devons intervenir, par des conseils tout d'abord, mais aussi par la délivrance d'informations précises et objectives ainsi qu'un suivi tout au long de son parcours minceur* ».

► Les Aliments Diététiques Minceur : une solution rassurante qui répond à l'attente de minceur de chacun et s'adapte aux choix individuels

En synthèse, on voit que l'hédonisme (le principe de plaisir, l'expérience agréable, le refus des contraintes), l'individualisme, la rassurance (le bon sens, les conseils) sont les valeurs dominantes de l'univers de la minceur... comme celles de la société en général. La minceur fait toujours autant rêver un consommateur devenu lui-même un « expert », mais toujours en quête de programme « sur mesure » et de rassurance.

« Les personnes qui cherchent à perdre quelques kilos ne se reconnaissent pas dans les messages de santé publique. En effet, la majorité des personnes utilisant les aliments diététiques minceur cherchent à perdre moins de 9 kilos et ne prennent pas conseil auprès des professionnels de santé. De même, ces recommandations peuvent être mal comprises et mener certains vers une alimentation déséquilibrée. » précise Jean-Loup Allain, Secrétaire Général du Centre d'Information de la Diététique Minceur.

Et il poursuit : *« Les consommateurs ont de nouvelles attentes face à la minceur : un besoin de rassurance et de sécurité nutritionnelle et de "sur mesure" sans frustration ni contraintes. La démarche minceur ne doit pas empêcher chacun de vivre comme il le souhaite ni d'accéder à une solution abordable et simple à mettre en place ».*

« Les Aliments Diététiques Minceur sont aujourd'hui plébiscités par les consommateurs car ils répondent à leur souhait de mener un régime selon leurs envies : 95% des consommateurs d'Aliments Diététiques Minceur ont choisi de consommer ces produits de leur propre initiative. Cependant, leur besoin de rassurance et de sécurité y trouve une réponse : 65%* reconnaissent que la composition de ces produits est encadrée et 72%* admettent que les substituts de repas et en-cas hyperprotéinés évitent les carences nutritionnelles. Les Aliments Diététiques Minceur proposent une large gamme de recettes, de goûts et de formats capables de répondre à tous les besoins et d'éviter les frustrations en satisfaisant les envies de gourmandise. Par rapport à d'autres régimes restrictifs, ils permettent de continuer à vivre normalement en privilégiant sa vie sociale sans être stigmatisé »* conclut Jean-Loup Allain.

Le Centre d'Information de la Diététique Minceur

Le Centre d'Information de la Diététique Minceur est un observatoire ayant pour mission de décrypter le marché de la diététique minceur et de promouvoir le bon usage des Aliments Diététiques Minceur dans le cadre de régimes hypocaloriques destinés à la perte de poids et à sa stabilisation. L'efficacité des Aliments Diététiques Minceur a été reconnue par l'EFSA en mai 2012. Deux allégations confirment leur intérêt dans le cadre d'un régime hypocalorique en terme de contribution à la perte de poids et de maintien du poids après la perte. Le CIDM se veut ainsi un véritable allié dans le relais d'informations à tous les publics : acteurs du secteur, presse et grand public.

Un allié professionnel pour une alimentation diététique simple, sûre, durable et innovante !

Contacts presse :

GULFSTREAM COMMUNICATION
Marion Guincestre - 01 72 00 24 48
E-MAIL : mguincestre@gs-com.fr

CENTRE D'INFORMATION DE LA
DIÉTÉTIQUE MINCEUR
MAGALI LAFLEUR
Responsable communication
E-MAIL : mlafleur@alliance7.com

* Enquête TNS Sofres pour le Centre d'Information de la Diététique Minceur réalisée en juillet 2012 auprès de 200 individus âgés de 18 à 64 ans, consommateurs de substituts de repas ou en-cas hyperprotéinés.