



Bien manger hors de chez soi

Le marché de la Restauration Hors Foyer (RHF) est en forte progression partout en Europe avec deux raisons principales : la chute du nombre des repas pris chez soi le midi, et l'appauvrissement général du savoir-faire culinaire

OBJECTIF

Hector avait pour but de comprendre les comportements observés en matière de RHF et d'établir des plans d'action concrets encourageant les choix des consommateurs européens en faveur d'une alimentation hors foyer saine.

Collecte de données pour comprendre les comportements dans la restauration hors foyer

Soutenu par la Commission Européenne au titre du 6ème Programme-cadre, Hector a constitué avec succès un réseau actif d'experts dans la recherche nutritionnelle (nutritionnistes, épidémiologistes, spécialistes de la santé publique, techniciens-spécialistes des produits alimentaires), de représentants des entreprises de restauration et liées à la restauration, y compris les PME, et de représentants des associations nationales de consommateurs et des instituts de recherche sur la consommation, établis dans différents États Membres de l'UE, les pays candidats et de l'EFTA (European Free Trade Association).

Dans le projet Hector, des données individuelles de consommation alimentaire collectées dans plusieurs pays européens ont été analysées afin de :

- décrire la consommation alimentaire hors foyer ;
- comparer les apports nutritionnels en et hors foyer, aux niveaux national et régional, autant que possible ;
- évaluer les effets des déterminants socio-démographiques, de mode de vie et anthropométriques sur les choix alimentaires pour la RHF ;
- comparer les apports nutritionnels hors foyer avec les recommandations nationales et internationales et estimer, par une approche innovante, des modèles nutritionnels hors foyer optimaux. À la lumière des contraintes rencontrées lors de l'analyse des données diététiques individuelles, le consortium Hector a élaboré et préalablement testé un court questionnaire afin de compléter la collecte de données nutritionnelles. Le questionnaire Hector de collecte de données est destiné à capturer les habitudes et attitudes dans la RHF et à suivre les tendances de la société.

De la collecte de données à la promotion d'une restauration hors foyer saine

Les conclusions faisant suite à l'évaluation de l'offre et de la demande alimentaires ont été transposées à des matériels et outils communs visant à accroître la sensibilisation et la connaissance sur « l'alimentation saine » des Européens.

Dans le cadre d'Hector, les partenaires ont collaboré au développement d'un ensemble de matériels crédibles, fiables et utiles, dont un calendrier (à l'attention des restaurateurs, afin de développer l'offre d'une alimentation saine) et des cartes de conseils pratiques (destinées aux consommateurs, afin de développer la demande pour une alimentation saine).

Enfin, Hector a exploité l'utilisation de données sur les dépenses de RHF, collectées régulièrement dans le cadre d'enquêtes nationales sur le budget des foyers, de façon à définir un cadre méthodologique permettant de suivre de façon conceptuelle les choix de RHF en Europe.

LES PARTENAIRES DU PROJET Manger hors de chez soi : Habitudes, points déterminants et recommandations pour les consommateurs et le secteur de la restauration en Europe (Hector) - 2006/2009 : National and Kapodistrian University of Athens Medical School, AUA, Consumers Association New Inka, Galaxy Catering S.I.A O.E., Kobatsiari Bros S.A. - Αφοι Κομπασιάδη Α.Ε (Grèce) ; Associazione Iblea per la Ricerca Epidemiologica, Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione (Italie) ; Coca-Cola European Union Group ; Croatian National Institute of Public Health, LTC Zagreb, School of Public Health Andrija Štampar, Medical School University of Zagreb (Croatie) ; De Appelier BVBA, Il Mezzogiorno-cucina siciliana, Gent, NutriFOODchem, Research group Food Chemistry and Human Nutrition, Universiteit Gent, Faculty of Bioscience Engineering (Belgique) ; Department for Environment, Food and Rural Affairs (R-U) ; Department of Nutritional Sciences, University of Vienna (Autriche) ; DfE, Division of Cancer Epidemiology, Nutritional Epidemiology, German Cancer Research Centre, TUM (Allemagne) ; FCNAUP, University of Porto and FMUP-Department of Hygiene and Epidemiology, University of Porto Medical School, UNISELF, Sociedade de Restaurantes Públicos e Privados, SA (Portugal) ; Gastropol Group Sp.z o.o., National Food and Nutrition Institute (Pologne) ; Institute of Community Medicine, University of Tromsø, Studentsamskipnaden in Tromsø (Norvège) ; IARC-WHO ; Institute of Statistics (Albanie) ; McDonald's Europe Ltd. ; Ministry of Health, Department of Medical and Public Nutritional Sciences (Hongrie) ; Très Tempos, Comida Caseira ao Domicilio, Lda ; Unilever Research and Development Vlaardingen BV, (Pays-Bas) ; ZHAW Zurich University of Applied Sciences (Suisse) ; Ancien participant : Culinor NV (Belgique)

