

Se soigner ou faire des économies : un dilemme pour près de 7 Français sur 10

Selon la dernière enquête de l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations

Ivry-sur-Seine, le 10 avril 2025 - **Comment les Français perçoivent-ils leur santé aujourd'hui ? Une nouvelle étude de l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations, en partenariat avec Ipsos, révèle un paradoxe : si leur état de santé est jugé bon par les Français, des difficultés persistent, notamment en ce qui concerne le bien-être mental et physique. Le coût des aliments sains quant à lui reste un frein pour la majorité d'entre eux.**

L'état de santé des Français stabilisé, mais jugé moins bon qu'avant la pandémie de Covid-19

Bien que la grande majorité des Français estime avoir un état de santé "plutôt bon" (86 %), ce sentiment est en légère baisse par rapport à la période pré-pandémie de Covid-19 (91 % en 2019). **Cette dégradation diffère en fonction des âges, mais est plus particulièrement marquée chez les plus jeunes (-9 % depuis 2019 pour les 18-24 ans), ainsi que chez les 45 ans et plus (-8 % depuis 2019 pour les 45-59 ans).**

Sans retrouver les niveaux d'avant la pandémie, le bulletin bien-être des Français s'est légèrement amélioré en 2025 par rapport à l'année précédente. Ils attribuent, en moyenne, la note de 6,7 à leur état de santé général (+0,2 point par rapport à 2024). **Néanmoins, plus de 40 % des Français estiment être encore en difficulté sur des sujets comme la digestion, la récupération musculaire et articulaire, le sommeil ou encore la résistance au stress.**

Par ailleurs, certaines catégories de la population évaluent de manière préoccupante leur bien-être. **Plus particulièrement, les 18-24 ans sont moins confiants que le reste des Français dans les domaines liés à la santé mentale, s'attribuant des notes plus basses sur leur capacité à bien dormir (6,3/10) ou leur résistance au stress (5,6/10).** Aussi, les difficultés rencontrées par les femmes se pérennisent avec de réelles différences constatées en termes de bien-être par rapport aux hommes. **À nouveau ici, ce sont sur les deux domaines relatifs à la santé mentale que les différences sont les plus marquées : résistance au stress (6,5 contre 5,9) et capacité à bien dormir (6,6 contre 6,2 pour les femmes).**

L'alimentation équilibrée, facteur essentiel de bonne santé

Pour 8 Français sur 10, le lien entre alimentation et santé ne fait aucun doute. **Ils estiment, globalement, manger équilibré la plupart du temps pour 49 % d'entre eux, un chiffre en augmentation de 7 points par rapport à 2019.**

Même si éviter les aliments trop gras, trop sucrés, et trop salés (53 %) et consommer des fruits et légumes (48 %) restent les éléments principaux de la définition d'une alimentation équilibrée selon les Français, ils prennent de plus en plus en considération l'apport en vitamines et nutriments (25 %, +6 % depuis 2021), le choix des produits avec un bon Nutri-score (9 %, +4 %), ou encore le plaisir en mangeant (13 %, +5 %). Des différences genrées et générationnelles sont observées sur cette définition, les hommes favorisant la satiété (manger à sa faim pour 14 % contre 10 % des femmes) et le plaisir de manger (15 % contre 11 %).

Parmi ceux qui estiment manger rarement équilibré, les habitudes alimentaires (70 %) et le coût des aliments bons pour la santé (65 %) sont les deux principaux freins à une alimentation plus saine, loin devant le manque de temps et les préférences gustatives.

Les compléments alimentaires de plus en plus ancrés dans les habitudes

La moitié des Français déclare aujourd'hui consommer régulièrement des compléments alimentaires (52 %), plus fréquemment les femmes et les jeunes (respectivement 58 % et 61 % chez les 18-24 ans). Cette complémentation est principalement prise pour améliorer le bien-être général (70 %) et stimuler l'immunité pour se prémunir des maladies saisonnières (70 %). Ainsi, la consommation est le plus souvent ponctuelle, sous forme de cure de quelques semaines pour 76 % des consommateurs.

Les pharmacies et parapharmacies sont les premiers lieux d'achats des compléments alimentaires (60 %) mais elles sont concurrencées par les achats sur internet (18 %), notamment chez les consommateurs fréquents (28 %). Si les médecins restent la principale source d'information avec 42 % des personnes prenant des compléments qui se renseignent auprès d'eux, les individus font souvent leurs propres choix, 42 % déclarant ainsi choisir par eux-mêmes les compléments qu'ils achètent.

Les raisons de ne pas consommer des compléments alimentaires sont les doutes sur l'efficacité des produits (58 %) et le manque d'habitude (56 %) ainsi qu'une préférence pour les produits naturels (65 %). **Le prix représente également un frein important pour 46 % des personnes ne consommant pas de compléments.**

Les Français et l'automédication

La majorité des Français (72 %) s'estime capable de s'automédiquer pour les maux du quotidien, une tendance en recul depuis l'avant-pandémie.

Le prix des médicaments reste une variable d'ajustement qui peut avoir un réel impact sur la volonté de s'automédiquer : les Français comparent et cherchent à acheter au meilleur prix pour 68 % d'entre eux, quitte à renoncer à se soigner si le prix est trop élevé.

Méthodologie de l'enquête :

Étude réalisée par Ipsos pour l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations sur un échantillon national de 1100 personnes, représentatif de la population française âgée de plus de 18 ans, interrogé du 18 au 19 mars 2025.

À propos de L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations

L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations vise à analyser et anticiper l'évolution de la consommation, au-delà de l'analyse du panier moyen. Il est l'outil de réflexion du mouvement pour identifier les nouveaux éléments des choix de consommation des Français. Lancé en 2017, l'Observatoire s'appuie sur une étude originale révélant la corrélation entre le pouvoir d'achat, les grands choix de consommation et les représentations du monde de chaque individu. Poursuivant son engagement historique aux côtés des consommateurs, le Mouvement E.Leclerc s'appuie sur les travaux de l'Observatoire pour nourrir sa réflexion sur l'avenir du rôle de distributeur. Il se transforme ainsi pour rendre accessible à chaque consommateur les produits et services qu'il souhaite, tout en préservant son pouvoir d'achat. Les résultats des études de l'Observatoire sont accessibles sur le site www.nouvellesconso.leclerc.

À propos du Mouvement E.Leclerc

Avec 766 magasins et 560 adhérents en France, E.Leclerc est le leader de la distribution en France, réalisant un chiffre d'affaires de 49,9 milliards d'euros (hors carburant) en 2024. Depuis 1949, le Mouvement E.Leclerc s'engage à rendre accessible tout ce qui compte pour les consommateurs, en pratiquant les prix les plus bas pour améliorer leur pouvoir d'achat et leur qualité de vie. Les adhérents, entrepreneurs indépendants, engagés et solidaires défendent un modèle coopératif et décentralisé unique. Ils anticipent les évolutions de la société, agissent pour répondre aux attentes et contribuer au progrès individuel et collectif. Durablement implantés sur tout le territoire, ils soutiennent l'économie locale et s'investissent pour la préservation de l'environnement.

Contact presse

e.leclerc@babyone.fr

01 80 18 18 10