

OBSERVATOIRE « DARWIN NUTRITION » DE L'ALIMENTATION DES FRANÇAIS

«Body positive» ou «summer body» ? Enquête sur le rapport des Français(es) à leurs poids à l'approche de l'été

Étude réalisée par l'Ifop pour Darwin Nutrition

Embargo : [jeudi 25 juin à 6h]

Canicule, vacances qui approchent, plage en ligne de mire : chaque année la pression s'impose à l'idée qu'il va falloir supporter le regard des autres sur des tenues légères dans la rue comme à la plage. Sur les réseaux, l'écart est grand entre des comptes #bodypositive qui célèbrent les bourrelets, les cellulites et les corps « hors normes » et la déferlante du summer body, sa cohorte d'influenceuses fitness et ses avant/après. Entre les deux, les Français, et surtout les Françaises, se débattent.

Dans ce match entre «Body positive» et le «summer body», qui l'emporte ? L'acceptation des corps proclamée dans les discours, ou l'injonction au corps parfait ? Le mouvement body positive, combattant les canons formatés que les réseaux font défiler en boucle, a-t-il vraiment un impact sur le rapport au corps des Français(es) à l'ère du déferlement des corps parfaits sur les réseaux ? Et plus largement, qu'est-ce qui a changé, dans le rapport des Français à leur poids, au cours des dernières décennies ? C'est à ces questions que cette enquête entend répondre.

Réalisée par l'Ifop pour Darwin Nutrition auprès d'un échantillon national représentatif des plus robustes (3 004 personnes), cette étude qui a le mérite d'être adossée à une série de comparaisons historiques, permet de mesurer, sur un demi-siècle, l'évolution réelle du complexe corporel des Français(es). Or, le verdict ne plaide pas pour l'apaisement. Bien au contraire : jamais, depuis cinquante ans, les Français ne se sont autant trouvés « trop gros » qu'à l'ère des réseaux sociaux. Le complexe progresse, gagne désormais les hommes, et l'acceptation des corps proclamée sur les réseaux n'a, dans les faits, toujours pas désarmé la culture de la minceur.

CHIFFRES CLÉS

I. À l'ère des réseaux sociaux, le poids est une source de préoccupation beaucoup plus grande qu'il y a une cinquantaine d'années

1. Le jugement que les Français(es) portent sur leur silhouette est beaucoup plus sévère qu'il y a trente ans : 61% des Françaises se trouvent aujourd'hui trop grosses, contre 41% en 2001 et 36% en 1997. Les hommes se trouvent aussi beaucoup plus gros (48%) qu'en 2001 (34%).
2. Aujourd'hui, le mécontentement des Françaises envers leur poids est presque deux fois plus fort (63%) qu'il y a une trentaine d'années (37% en 1998). L'insatisfaction à l'égard de son poids est, certes, moins forte dans la gent masculine mais elle est partagée par un homme sur deux (47%).
3. Le ventre est de loin la principale source de complexes des Français(es). Mincir du ventre est ainsi une aspiration trois fois plus forte aujourd'hui (76%) qu'il y a une cinquantaine d'années (28% en 1979), et ceci autant chez les hommes que chez les femmes.

II. L'arrivée des vacances d'été provoque chez les Français(es) un élan de motivation pour maigrir, en particulier chez les femmes

4. L'été met deux fois plus de Français en « alerte minceur » aujourd'hui (40%) qu'il y a une cinquantaine d'années (22% en 1979) tout en affectant beaucoup plus la gent féminine (47%) que masculine (33%).

5. L'aspiration à maigrir avant les vacances est deux fois plus forte aujourd'hui (38%) qu'à la fin des années 70 (23%) tout en restant très genrée : près d'une Française sur deux (46%) souhaite perdre des kilos avant les vacances d'été, contre trois hommes sur dix (30%).
6. Et cette aspiration à perdre des kilos avant les vacances d'été n'est pas l'apanage des femmes en surpoids : elle est aussi partagée par un tiers des Françaises ayant un IMC « normal » (33%) et même 13% des femmes ayant un poids inférieur à la normale.

III. Adopter une alimentation plus saine reste la solution minceur privilégiée avec le sport

7. Si la plupart des Français souhaitant perdre leurs kilos avant l'été prévoient avant tout de se contenter de manger plus sainement (85%), près de la moitié (47%) envisagent aussi de faire un régime strict, en particulier les femmes (50%, contre 43% des hommes).
8. Près des trois quarts des Français souhaitant perdre leurs kilos avant l'été prévoient quant à eux de faire du sport, de la gym ou de la musculation (71%), notamment dans les strates les plus jeunes, les plus aisées et les plus diplômées de la population.
9. La prise de médicaments de type GLP-1 est envisagée par 10% des Français(es) souhaitant perdre leurs kilos ; chez les femmes, cette option a le vent en poupe chez les jeunes (14% de la Gen Z) et les adeptes quotidiennes de contenus beauté (21%) ou d'influenceurs fitness (19%).

IV. Le soutien au body-positivisme et l'addiction au contenu « beauty/fitness » des réseaux sociaux sont loin d'être des comportements antinomiques

10. L'exposition des jeunes à des images de corps formatés sur les réseaux est massive : 66% des femmes de moins de 35 ans y consultent des contenus beauté, 62% des comptes d'influenceurs sport et 51% des images de corps « parfaits » auxquelles elles veulent ressembler.
11. Beaucoup plus forte chez les femmes (67%) que chez les hommes (55%), cette attention à son poids va de pair avec une consultation régulière de contenus « beauty » ou d'images de corps « parfaits » (88% chez les amateurs quotidiens, contre 68% des non-amateurs).
12. Le soutien au mouvement « body positive » est mitigé (52%), sauf chez les plus jeunes (74%). Mais ce soutien n'est pas antinomique avec une fréquentation intense des réseaux : les valeurs du body-positivisme sont partagées par 81% des femmes visionnant des contenus beauté quotidiennement, contre 50% des femmes n'en visionnant jamais.

Le point de vue général de François Kraus sur l'étude

Près de dix ans après #MeToo et l'essor d'une parole féministe sur le corps, et en plein moment « body-positive », on aurait pu s'attendre à un apaisement du rapport des Français à leur poids. C'est l'inverse que révèle cette étude : jamais, depuis un demi-siècle, ils ne se sont autant trouvés « trop gros ».

Ce durcissement a trois visages nouveaux. Il se masculinise d'abord, par le ventre, signe que l'injonction esthétique n'est plus réservée aux femmes ; il se détache ensuite de la corpulence réelle : un tiers des femmes minces veulent encore maigrir avant l'été, preuve que la norme vise un idéal et non une santé. Il se recompose enfin dans ses solutions, le régime stigmatisant cédant au « bien-manger » et à la salle de sport, tandis que l'Ozempic, encore marginal, installe la perspective d'une minceur médicalement assistée.

Reste le grand écart final : celui d'un body-positivisme soutenu du bout des lèvres mais qui ne fait reculer ni les complexes, ni les régimes, ni la consommation de corps « parfaits ». Tout se passe comme si l'acceptation des corps était devenue un mot d'ordre que l'on partage volontiers... sans jamais cesser de se trouver trop gros. Plus tolérants en paroles, les Français n'en sont pas moins, dans le secret du miroir, plus complexés que jamais.

ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS

A. À L'ÈRE DES RÉSEAUX SOCIAUX, L'INSATISFACTION À L'ÉGARD DE SON POIDS S'AVÈRE AU PLUS HAUT DEPUIS UN QUART DE SIÈCLE, ET UN COMPLEXE QUI SE MASCULINISE

1 – Les Françaises se trouvant en surpoids sont presque deux fois plus nombreuses qu'il y a une trentaine d'années

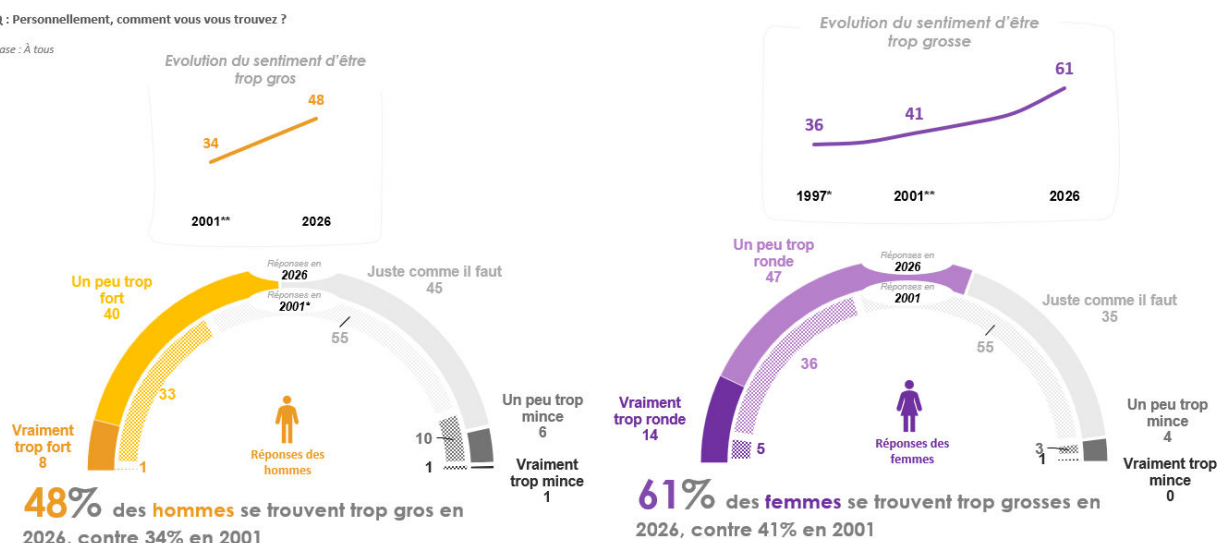
👉 **61% des Françaises se trouvent aujourd'hui trop grosses, contre 41% en 2001 et 36% en 1997.** Cette insatisfaction croissante confirme le regard de plus en plus sévère que les femmes portent globalement sur leur apparence depuis le début du siècle, de précédentes études ayant déjà mis en exergue, par exemple, une hausse du nombre de Françaises complexées par certaines parties de leur corps (70% en 2023, contre 50% en 2011¹).

🧐 Ce sentiment d'être en surcharge pondérale n'épargne pas la gent masculine : un homme sur deux (48%) se trouve trop gros, contre un sur trois (34%) il y a 25 ans. Mais contrairement aux hommes, les femmes portent ce jugement critique sur leur poids dès leur sortie de l'adolescence – 44% des femmes de moins de 25 ans se trouvent trop grosses, contre 16% des hommes du même âge – et sans avoir forcément une forte corpulence : 36% des femmes ayant un IMC « normal » ont l'impression d'être trop grosses, comme 18% des femmes « maigres ».

L'AUTO-ÉVALUATION DE SA SILHOUETTE

Q : Personnellement, comment vous vous trouvez ?

Base : À tous



🧐 **Le point de vue de l'Ifop :** Dépassant largement la hausse de la corpulence observée en France durant la même période (38% en 1997 à 49% en 2024²), cette mésestime de soi croissante à propos du poids nous paraît symptomatique d'une inflation de la norme de minceur, attisée par une surexposition numérique à des corps parfaits qui creuse, chez beaucoup, l'écart entre le corps réel et le corps idéal.

2 – Les Françaises sont beaucoup plus mal à l'aise aujourd'hui à l'égard de leur poids qu'avant l'ère des écrans et des réseaux sociaux

👉 Aujourd'hui, le mécontentement des Françaises envers leur poids est presque deux fois plus fort (63%) qu'il y a une trentaine d'années (37% en 1998). Cette insatisfaction

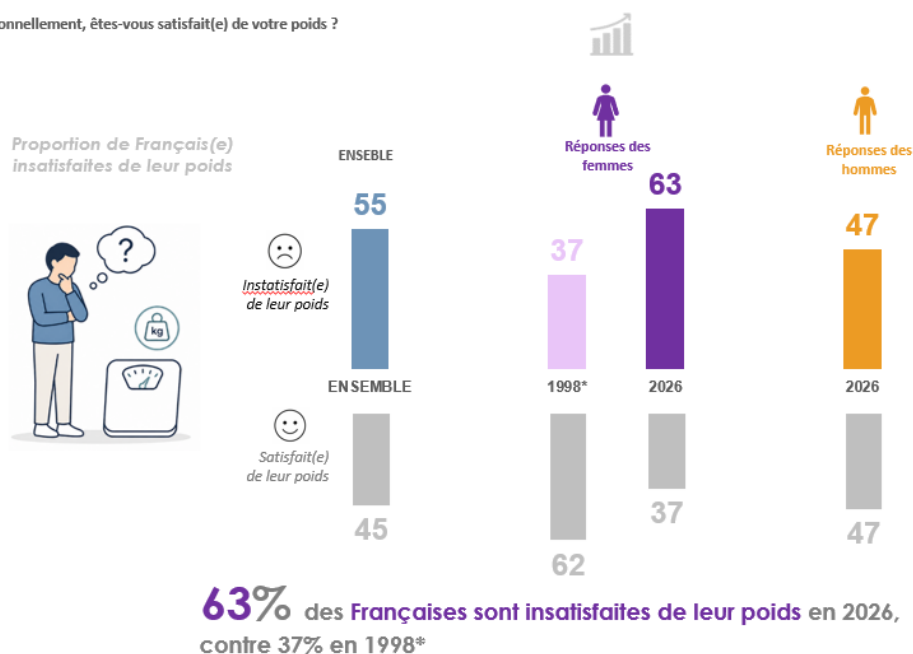
¹ Étude Ifop pour Marie Claire réalisée en ligne du 20 au 24 juillet 2023 auprès d'un échantillon de 1050 Français âgés de 15 ans et plus.

² OFÉO mené par Odoxa pour la LCO auprès d'un échantillon national représentatif de 10 410 adultes âgés de 18 ans et plus.

pondérale participe en cela à la hausse de l'insatisfaction générale des femmes à l'égard de leur corps, observée dans d'autres études (26% en 2005, contre 52% en 2023³).

Q : Vous, personnellement, êtes-vous satisfait(e) de votre poids ?

Base : À tous



📍 Dans un pays comme la France où le sous-poids des femmes est plus valorisé que dans le reste de l'Europe⁴, le dénigrement de sa corpulence s'avère toujours plus fort dans la gent féminine (63%) que masculine (47%). Chez les femmes, cette grogne à l'égard du poids culmine aux âges moyens (72% des 35-49 ans en sont insatisfaites) mais surtout, elle n'affecte pas seulement les femmes en surpoids : près de la moitié (43%) des femmes ayant une corpulence « normale » sont insatisfaites de leur poids.

👁️ **Le point de vue de l'Ifop** : si cette étude confirme à quel point la « contrainte pondérale » pèse toujours plus sur les femmes que sur les hommes et ceci indépendamment du niveau réel de leur corpulence, elle met aussi en lumière une certaine masculinisation de ce type de complexe, signe qu'à l'ère des réseaux sociaux, les hommes ne sont plus épargnés par l'injonction à la minceur.

3 – Une géographie très genrée du complexe pondéral : le ventre rapproche les sexes, le bas du corps les sépare

👉 Le ventre et la taille semblent occuper une place à la fois centrale et croissante dans ce complexe pondéral. Aussi fort chez les hommes (72%) que chez les femmes (78%), le souhait de mincir du ventre est ainsi trois fois plus fort dans la population (76%) qu'il y a une cinquantaine d'années (28% en 1979). La proportion de Français souhaitant maigrir de la taille a quant à elle doublé entre 1979 (23%) et 2026 (48%).

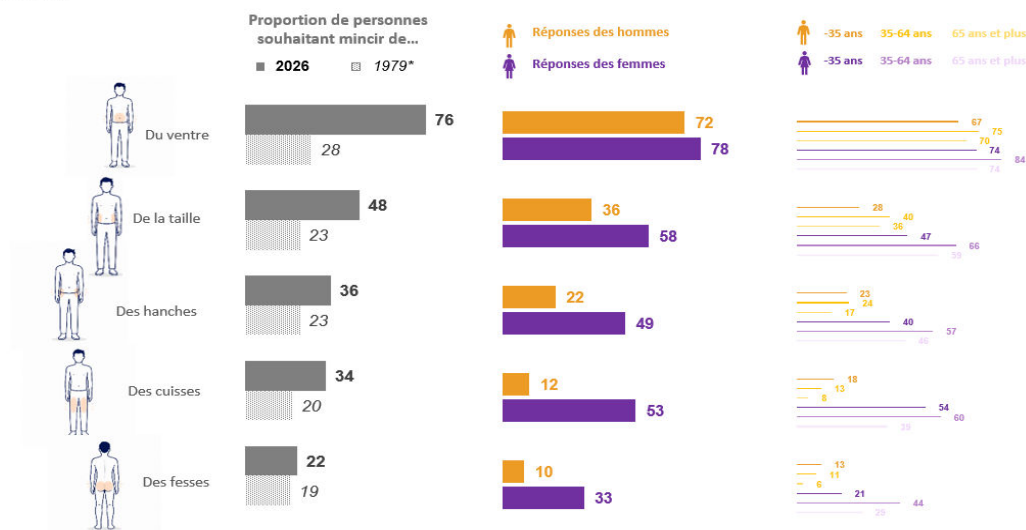
👉 Les autres zones du corps (fesses, cuisses, hanches) ne les préoccupent pas autant sur ce plan et n'ont pas évolué autant en 50 ans. En revanche, cuisses, hanches et fesses restent des complexes massivement féminins : 33% des femmes voudraient par exemple mincir des fesses, contre 10% des hommes.

³ Étude Ifop pour Marie Claire réalisée en ligne du 20 au 24 juillet 2023 auprès d'un échantillon de 1050 Français âgés de 15 ans et plus.

⁴ Thibaut De Saint Pol. Surpoids, Normes et jugements en matière de poids : comparaisons européennes. *Population et sociétés*, INED, 2009, 4 p.

Q : Souhaiteriez-vous ou non mincir... ?

Base : À tous



🔍 Ce souhait de mincir du ventre traverse tous les âges et tous les gabarits, 68% des femmes de corpulence normale le partagent. Le bas du corps, lui, demeure l'objet d'un regard porté sur les femmes, quels que soient l'âge ou le milieu social.

🧐 **Le point de vue de l'Ifop** : l'anxiété corporelle se masculinise, par l'abdomen, ce « ventre » tant valorisé par la culture du gainage, de la salle de sport et du summer body masculin. Le corps féminin, lui, reste scruté « par zones », symptomatique de la persistance d'une objectivation du corps des femmes⁵, que la vague féministe post-#MeToo a mise au jour sans la faire disparaître.

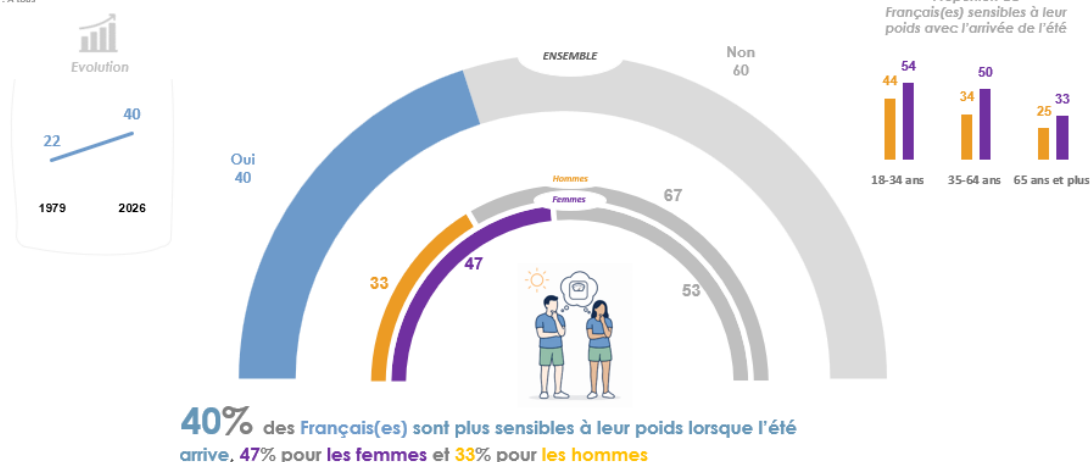
B. LE « SUMMER BODY » : UNE INJONCTION QUI S'INTENSIFIE DEPUIS DES DÉCENNIES ET QUI PÈSE AVANT TOUT CHEZ LES FEMMES

4 – L'effet « maillot de bain » est beaucoup plus fort aujourd'hui que dans le passé.

👉 Les Français passant en « alerte minceur » à l'approche de l'été sont deux fois plus nombreux aujourd'hui (40%) qu'il y a une cinquantaine d'années (22% en 1979). Et cette tendance à se préoccuper de sa ligne avec l'arrivée de l'été affecte beaucoup plus les femmes (47%) que les hommes (33%).

Q : Le fait que l'été et la période des vacances approchent vous rend-il plus sensible à votre ligne / à votre poids ?

Base : À tous



🔍 Il est d'autant plus fort qu'on est jeune (54% des femmes de 18-34 ans) et qu'on consulte des contenus beauté (80% des consommatrices quotidiennes).

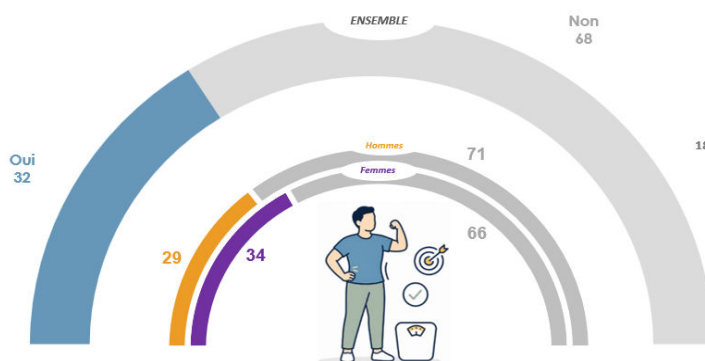
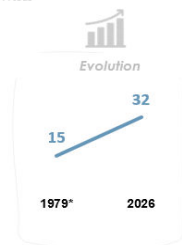
⁵FROIDEVAUX-METTERIE Camille, Un corps à soi, Seuil, Paris, 2021. Voir aussi, de la même autrice, Le Corps des femmes. La bataille de l'intime (2018).

5 – Un tiers des Français passent désormais à l'acte pour mincir, surtout les femmes

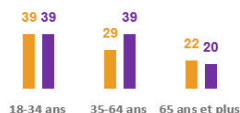
👉 De manière générale, environ un tiers (32%) de la population tente habituellement de perdre du poids, soit deux fois plus qu'en 1979 (15%). Actuellement, 34% des femmes et 29% des hommes font ainsi des efforts pour mincir.

Q : Faites-vous actuellement quelque chose pour perdre du poids ou pour mincir ?

Base : A tous



Proportion de Français(es) qui fournissent des efforts actuellement pour mincir



32% des Français(es) font des efforts actuellement pour mincir, **34%** pour les femmes et **29%** pour les hommes

🔍 L'effort est plus fréquent chez les jeunes (39% des 18-34 ans). Fait notable, l'adhésion au body-positivisme n'y change rien : les partisans de ce mouvement qui combat l'image formatée du corps véhiculée sur les réseaux font autant d'efforts (34%) que ses adversaires (34%).

6 – L'injonction frappe les corps « normaux » : un tiers des femmes minces veulent quand même maigrir avant l'été

👉 L'aspiration à maigrir avant les vacances est deux fois plus forte aujourd'hui (38%) qu'à la fin des années 70 (23%) tout en restant très genrée : près d'une Française sur deux (46%) souhaite perdre des kilos avant les vacances d'été, contre trois hommes sur dix (30%).

LE SENTIMENT D'AVOIR QUELQUES KILOS EN TROP POIDS

Q : Actuellement, diriez-vous que...

Base : A tous

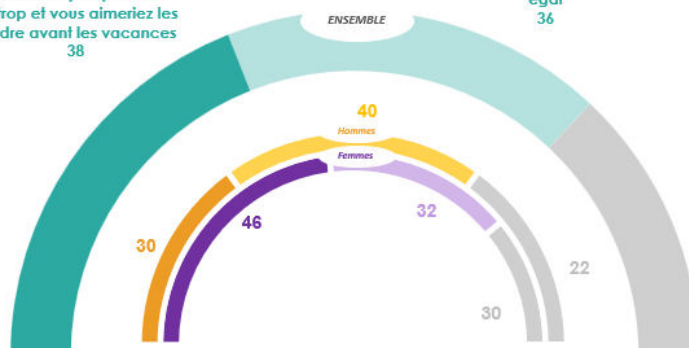
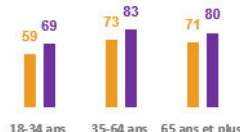


Vous avez quelques kilos en trop et vous aimeriez les perdre avant les vacances
38



Vous avez quelques kilos en trop mais ça vous est totalement égal
36

Proportion de Français(es) qui ont le sentiment d'avoir des kilos en trop



Vous n'avez pas de kilos en trop
26

74% des Français(es) estiment avoir des kilos en trop, **78%** pour les femmes et **70%** pour les hommes

🔍 Si elle grimpe avec l'IMC, l'envie de perdre du poids avant l'été reste massive là où elle n'a, médicalement, pas lieu d'être : un tiers des femmes ayant un poids normal (33%), contre deux fois moins d'hommes de même corpulence, veulent maigrir avant l'été. Chez les femmes, cette

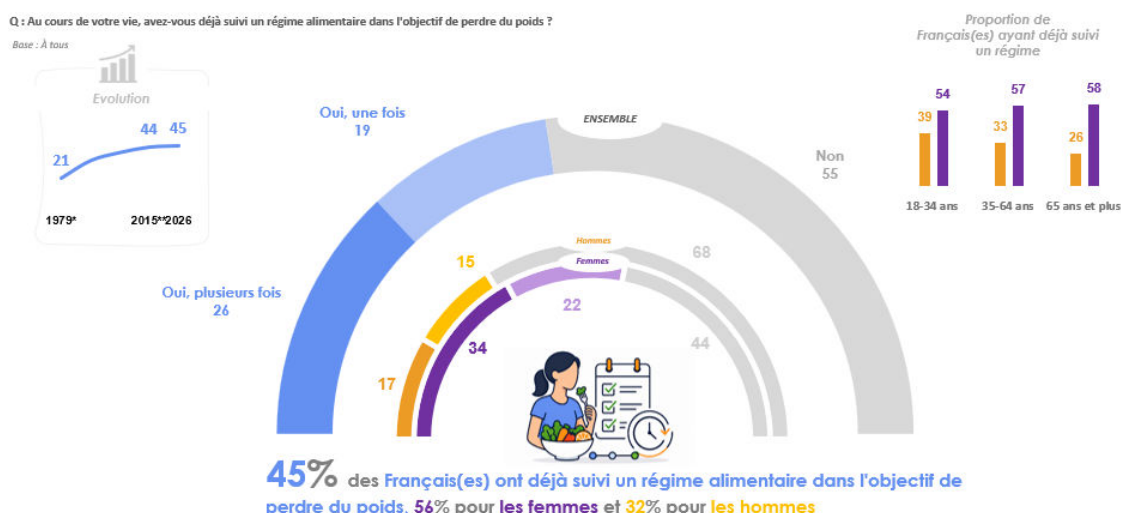
aspiration à perdre ses kilos d'ici les vacances conforte les analyses sur le rapport de classe au corps⁶, avec un profil CSP+ très net (cadres, dirigeantes d'entreprise, diplômées du supérieur...).

🧐 **Le point de vue de l'Ifop** : La critique féministe de l'injonction au « corps de plage » n'a pas suffi à désamorcer la mécanique du « summer body » : il fonctionne toujours comme un rituel saisonnier, qui somme chaque printemps, les femmes en premier lieu, de rendre des comptes sur leur silhouette avant l'épreuve de la plage, et ceci indépendamment de leur corpulence réelle.

C. SOLUTIONS MINCEUR : LE « MANGER SAIN » DÉTRÔNE LE RÉGIME STRICT TANDIS QUE L'OZEMPIC RESTE UNE NICHE

7 – La pratique d'un régime est une expérience deux fois plus répandue qu'il y a cinquante ans, mais elle cède la place au « manger sain »

👉 Deux fois plus répandue aujourd'hui (45%) qu'il y a une cinquantaine d'années (21% en 1979), la pratique d'un régime alimentaire dans l'objectif de perdre du poids est une expérience massivement féminine : les femmes étant deux fois plus nombreuses (56%) que les hommes (32%) à s'y être déjà adonnés au moins une fois au cours de leur vie.



👉 Mais pour cet été, c'est désormais le « manger plus sain sans régime strict » (85%) qui s'impose dans les intentions des personnes souhaitant perdre des kilos, loin devant le régime à proprement parler (47%).

🧐 Le suivi d'un régime culmine chez les femmes cadres (67%) et grimpe avec l'IMC. Mais il plafonne depuis 2015 (44%, puis 45%) : c'est le « healthy » qui a pris le relais.

🧐 **Le point de vue de l'Ifop** : Il semble qu'on assiste moins à un recul de la culture des régimes qu'à son recyclage sous les habits du « bien-manger ». Le régime stigmatisant cède à une injonction diffuse à l'alimentation saine, plus consensuelle mais qui reste fortement marquée socialement.

8 – Le sport, recours massif, démocratisé... et paritaire

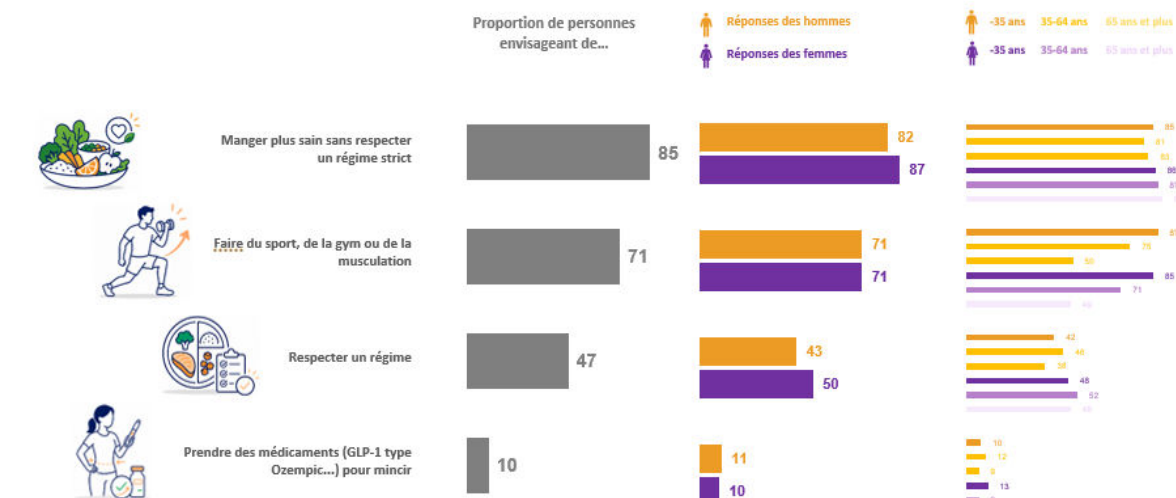
👉 71% de ces candidats à la « minceur estivale » comptent faire du sport, de la gym ou de la musculation, autant les hommes que les femmes (71%). L'option est plus prisée des jeunes, des diplômés et des catégories aisées.

⁶BOURDIEU Pierre, La Distinction. Critique sociale du jugement, Les Éditions de Minuit, Paris, 1979.

🔵 La salle de sport et la musculation s'imposent comme la voie « active » de la transformation, par opposition à la privation.

Q : Pour être mieux dans votre corps cet été, envisagez-vous à partir du mois de mai de... ?

Base : À ceux qui ont le sentiment d'avoir des kilos en trop et aimeraient les perdre avant l'été (1231)



🧐 **Le point de vue de François Kraus de l'Ifop** : Le glissement du « perdre » vers le « se sculpter » dit quelque chose de l'époque : on ne maigrit plus, on « se transforme ». Pour les hommes en particulier, la musculation offre la forme socialement valorisée du travail sur le corps, celle qui convertit l'anxiété corporelle masculine en projet de performance.

9 – L'Ozempic, encore une niche, mais une niche qui se fidélise

👉 La disposition à recourir aux médicaments type GLP-1 (Ozempic) reste marginale : seuls 10% des candidats à la minceur estivale l'envisagent, très loin de l'alimentation (85%) ou du sport (71%). Commercialisés en France depuis fin 2024 et remboursés pour l'obésité depuis juin 2026⁷, ces traitements ont donc un succès à relativiser.

🔵 Cette option très médicalisée a un certain succès chez les jeunes (14% de la Gen Z), en agglomération parisienne (19%) et chez les adeptes de contenus beauté (21%). Surtout, elle se concentre chez celles et ceux qui en ont déjà pris : la quasi-totalité des usagers actuels comptent poursuivre. Le médicament fidélise plus qu'il ne recrute.

🧐 **Le point de vue de l'Ifop** : la « révolution Ozempic » n'est pas (encore) un phénomène esthétique de masse, mais un usage concentré et auto-renforçant. Prudence, du reste, sur ce 10%, qui est mesuré en intention, sur une population déjà motivée et exposée à la désirabilité sociale.

D. LE BODY-POSITIVISME EST-IL MORT ? L'ACCEPTATION PROCLAMÉE NE DÉARME NI LES COMPLEXES NI LA CULTURE MINCEUR

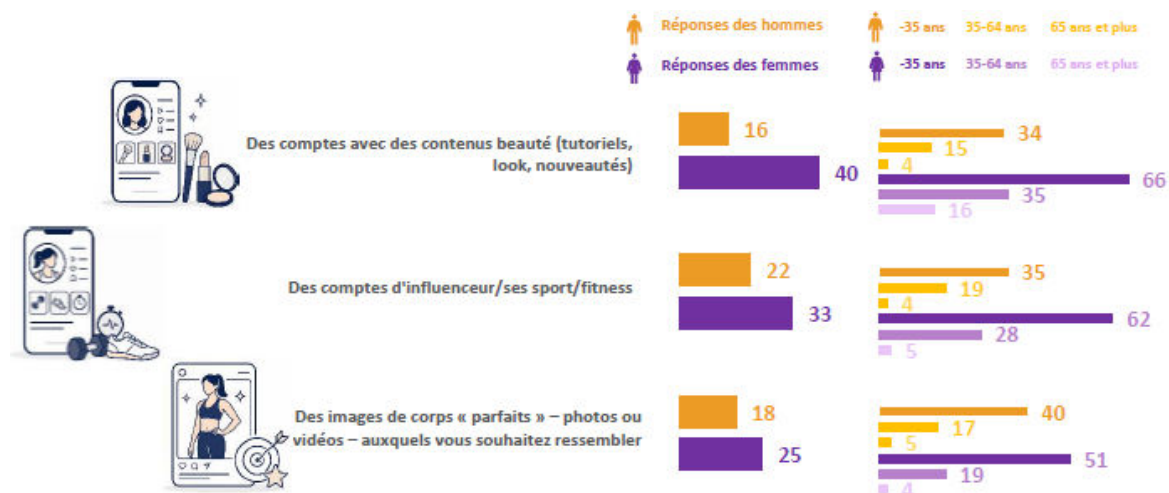
10 – Une exposition massive aux contenus normatifs, surtout chez les jeunes femmes

👉 Les jeunes femmes de moins de 35 ans baignent dans les images de corps parfaites : 66% consultent des contenus beauté, 62% des comptes d'influenceurs sport/fitness, et

⁷Le Wegovy® (sémaglutide) et le Mounjaro® (tirzépate) sont commercialisés en France depuis fin 2024 ; leur remboursement pour l'obésité, sous conditions (IMC élevé, échec d'une prise en charge nutritionnelle), est entré en vigueur en juin 2026.

51% des images de corps « parfaits » auxquelles elles aimeraient ressembler. Chez les femmes de 18-24 ans, la consultation de contenus beauté monte même à 73%.

🔵 Cette exposition va de pair avec le contrôle de soi : 88% des consommateurs quotidiens de ces contenus déclarent faire attention à leur poids, contre 68% des autres. Signe des temps, 16% ont déjà consulté des influenceurs... générés par intelligence artificielle. Déjà largement documentée (ex : projet Dove pour l'estime de soi), la corrélation entre fréquentation des réseaux et insatisfaction corporelle se confirme nettement.



👉 Loin de s'opposer, l'adhésion au body-positivisme et la consommation de contenus normatifs vont de pair : **81% des consommatrices quotidiennes de contenus beauté adhèrent aux valeurs du body-positivisme, contre 50% des non-consommatrices.**

🔵 À noter que le body-positivisme séduit d'abord les jeunes femmes (74% des 18-34 ans), les diplômées et les femmes de gauche.

🧐 **Le point de vue de l'Ifop** : Loin de se contredire, prêcher la diversité corporelle et scruter son reflet cohabitent sans heurt dans le même fil d'actualité. En effet, ce sont les mêmes, jeunes, féminines, connectées, qui célèbrent l'acceptation de tous les corps et qui s'exposent le plus aux canons de la minceur.

11 – Un body-positivisme sans grand effet sur les régimes ou les complexes

👉 L'avis des Français reste mitigé à l'égard du body-positivisme (52% y adhèrent) mais les jeunes de 18-34 ans y adhèrent massivement (74% des 18-34 ans). Cette adhésion reste sans prise sur les conduites : les femmes qui souhaitent perdre du poids d'ici cet été sont aussi nombreuses chez les partisans du mouvement (45%) que chez celles qui s'y opposent (46%).

🔵 Adhérer au body-positivisme ne réduit ni le sentiment d'être « trop gros », ni le souci du poids, ni l'envie de mincir avant l'été.

🧐 **Le point de vue de l'Ifop** : Marqueur identitaire progressiste plus que levier d'émancipation, le body-positivisme fonctionne comme un vernis discursif posé sur des conduites inchangées, et largement adopté par celles que le stigmate épargne le plus. Sous la rhétorique de l'acceptation, la honte du corps gros continue d'opérer à bas bruit.

François Kraus, directeur de pôle « Genre, Sexualités et Santé sexuelle » à l'Ifop
Léo Major, chargé d'étude à l'Ifop



Le point de vue général de François Kraus sur l'étude

Près de dix ans après #MeToo et l'essor d'une parole féministe sur le corps, et en plein moment « body-positive », on aurait pu s'attendre à un apaisement du rapport des Français à leur poids. C'est l'inverse que révèle cette étude : jamais, depuis un demi-siècle, ils ne se sont autant trouvés « trop gros ».

Ce durcissement a trois visages nouveaux. Il se masculinise d'abord, par le ventre, signe que l'injonction esthétique, longtemps réservée aux femmes, étend son empire ; mais il reste genré dès qu'on descend sous la taille, le corps féminin demeurant scruté zone par zone. Il se détache ensuite de la corpulence réelle : un tiers des femmes minces veulent encore maigrir avant l'été, preuve que la norme vise un idéal et non une santé. Il se recompose enfin dans ses solutions, le régime stigmatisant cédant au « bien-manger » et à la salle de sport, tandis que l'Ozempic, encore marginal, installe la perspective d'une minceur médicalement assistée.

Reste le grand écart final : celui d'un body-positivisme soutenu du bout des lèvres mais qui ne fait reculer ni les complexes, ni les régimes, ni la consommation de corps « parfaits ». Tout se passe comme si l'acceptation des corps était devenue un mot d'ordre que l'on partage volontiers... sans jamais cesser de se trouver trop gros. Plus tolérants en paroles, les Français n'en sont pas moins, dans le secret du miroir, plus complexés que jamais.

François Kraus, directeur de pôle « Genre, Sexualités et Santé sexuelle » à l'Ifop



Le point de vue général de Darwin Nutrition sur l'étude

« On constate que les Français ont intégré un certain nombre de bonnes pratiques quand il s'agit de perdre du poids. Manger plus sain et faire du sport sont en effet les deux piliers les plus efficaces et surtout durables pour perdre du poids, ou en tout cas pour se sentir mieux dans son corps (car rappelons-le, le sport seul ne fait pas maigrir !). Malgré leur efficacité à court terme, les régimes stricts n'ont jamais fonctionné pour une perte de poids durable puisque la grande majorité des personnes reprennent le poids perdu à l'issue du régime, et même souvent plus ! »

Charlotte Jean et Quentin Molinié, responsables de Darwin-Nutrition.fr

POUR CITER CETTE ÉTUDE, IL FAUT UTILISER A MINIMA LA FORMULATION SUIVANTE :

« Étude Ifop pour Darwin Nutrition réalisée en ligne du 17 au 21 mai 2026 auprès d'un échantillon de 3 004 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. »

À propos de Darwin Nutrition



[Darwin Nutrition](#) est un média indépendant consacré à la nutrition, fondé en 2019. Sa rédaction est composée de professionnels de la santé et de l'alimentation, de scientifiques et d'auteur·rice·s spécialisé·e·s.

Darwin Nutrition produit aussi le podcast [Révolutions Alimentaires!](#) consacré aux enjeux politiques et sociologiques autour de l'alimentation.

CONTACTS PRESSE :

François Kraus (Ifop) – Tél. : 06 61 00 37 76 – francois.kraus@ifop.com

Léo Major (Ifop) – Tél. : 01 72 34 94 42 – Leo.Major@ifop.com

Quentin Molinié (Darwin Nutrition) – mail : quentin@darwin-nutrition.fr

Francis Aubouin (IFOP-ISSEO) – Tél. : 06 88 09 76 70 – mail : francis.aubouin@ifop.com