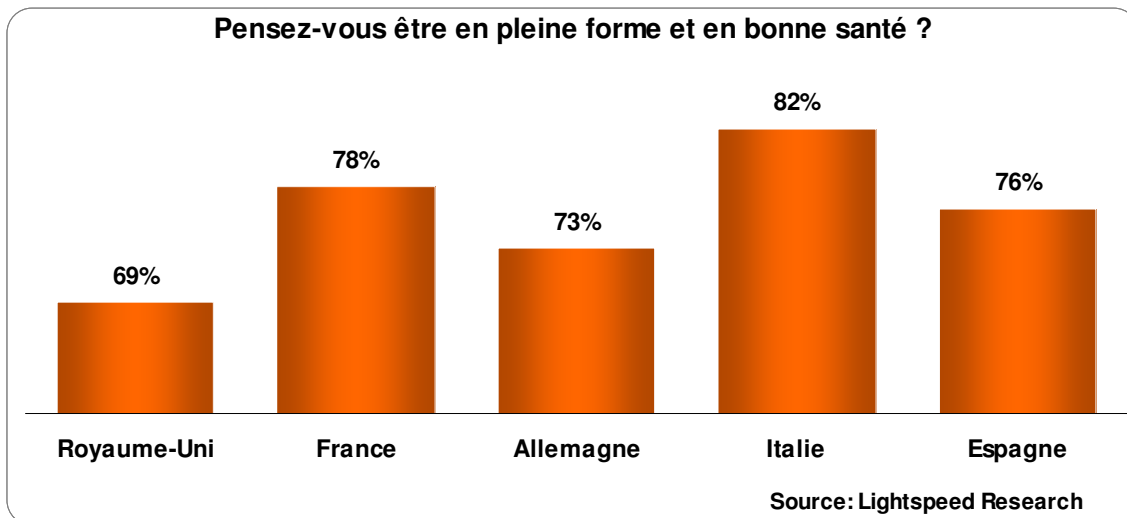


La majorité des Français se disent en pleine forme mais leur activité sportive reste à la traîne

78% des Français se décrivent comme « en pleine forme » et « en bonne santé » mais la plupart des personnes interrogées pratiquent moins d'une heure de sport par semaine

Londres 8 juillet 2008 : Lightspeed Research vient de dévoiler les résultats de sa dernière étude sur la pratique du sport et des régimes alimentaires dans cinq pays européens. L'enquête, menée auprès d'un panel de 1000 personnes par pays, décrit comment les consommateurs perçoivent leur poids, leur état de santé et quel a été leur expérience des régimes alimentaires.

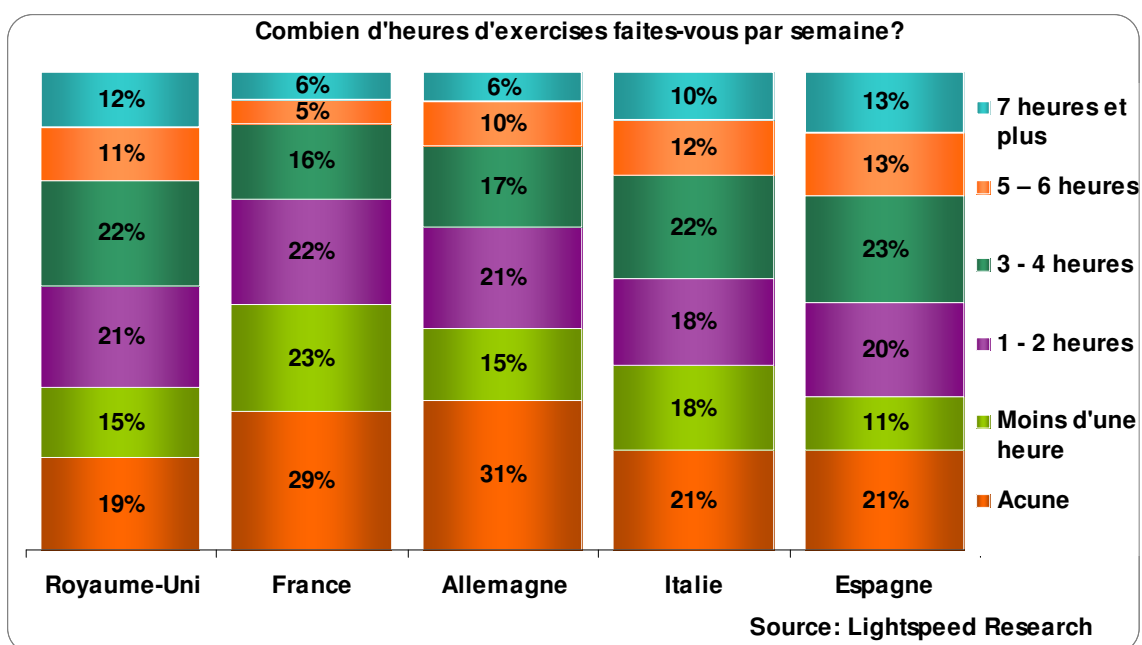


Les résultats montrent que la grande majorité des Français, 78% des personnes interrogées, se trouvent « en pleine forme » et « en bonne santé ». Les Français ont donc une perception plus positive de leur forme physique que les Espagnols, les

Allemands et les Anglais. Pourtant, 51% se sentent un peu en surpoids, 18% très en surpoids et seuls 28% des Français pensent faire assez d'exercices.

En effet, l'étude révèle que les Français sont très à la traîne par rapport à leurs voisins européens en termes d'activité sportive. 52% des Français font moins d'une heure de sport par semaine, soit le taux le plus élevé parmi les pays interrogés. Les Français sont cependant plus sportifs que les Françaises puisque seuls 46% des hommes pratiquent moins d'une heure de sport par semaine contre 57% des femmes.

La marche (56%) et le vélo (13%) sont les activités sportives les plus plébiscitées.



Si peu de Français pratiquent régulièrement une activité sportive, ils ne sont pas pour autant de grands adeptes des régimes alimentaires : 60% disent ne jamais suivre de régime. On note cependant un écart important entre hommes et femmes puisque seuls 46% des femmes affirment ne jamais suivre de régime contre 76% des hommes. La pratique du régime alimentaire est plus développée en Italie, au Royaume-Uni et en Espagne. Les Français sont aussi les moins nombreux à sauter des repas en phase de régime : 73% affirment ne jamais sauter de repas alors que la moitié des Allemands interrogés reconnaissent sauter un repas une à plusieurs fois par semaine en phase de régime.

Mais l'étude met en exergue l'efficacité mitigée des régimes. Alors qu'un peu plus d'un tiers des Français ont réussi à maintenir leur poids après un régime pendant plus d'un an, un tiers des personnes interrogées ont tout repris en moins de trois mois.

D'après Frank Durousset, Directeur de Lightspeed Research France :

« Les questions de santé et de poids préoccupent énormément les consommateurs et cette étude fournit quelques données clés sur la façon dont les consommateurs perçoivent leur propre état de santé. La plupart des personnes interrogées se trouvent en surpoids et savent qu'elles ne font pas assez de sport. A l'autre extrême, un nombre non négligeable de personnes interrogées n'hésitent pas à sauter régulièrement des repas afin de maintenir leur poids. »

Fin

Contact presse :

Géraldine Gitel, Consultante en relations publiques

Greenfields Communications

Tél. (portable) : +44 791 788 5380

ggitel@greenfieldscommunications.com

Lightspeed Research

Ralph Risk, Responsable marketing - Europe,

Tél. (bureau) : +44 (0)20 7896-1950

Tél. (portable) : +44 (0)787 650 7689

rrisk@lightspeedresearch.com

À propos de Lightspeed Research

Lightspeed Research est un fournisseur de solutions d'études de marché en ligne reconnu dont les résultats d'enquêtes proviennent de ses panels internationaux en ligne.

Lightspeed Research fournit un accès aux foyers membres de 34 pays en Europe, en Amérique du Nord et dans la région Asie-Pacifique.

Les panels exclusifs de Lightspeed Research sont sélectionnés et vérifiés régulièrement dans le but de garantir un échantillonnage représentatif de qualité afin de réaliser des études dont la diversité et la complexité s'étendent à la plupart des secteurs de l'industrie. Lightspeed Research propose des panels couvrant des domaines aussi diversifiés que les soins de santé, les services financiers, l'industrie automobile, le commerce inter-entreprise, les télécommunications, la famille et bien d'autres secteurs encore. Lightspeed Research est membre de Kantar et de la WPP (LSE: WPP) (NASDAQ: WPPGY), l'une des sociétés de services de communications leaders dans le monde. Pour plus d'information, rendez-vous sur www.lightspeedresearch.com