COMMENT LES CONSOMMATEURS ACCÉLÈRENT
LA TRANSITION PROTÉIQUE ?

Pascale Hébel*

En une vingtaine d’années, l’alimentation qui était réservée à la sphère intime est devenue un sujet de société de plus en plus relayé par les médias. Les changements de normes sont ainsi plus rapides chez les plus diplômés et dans les jeunes générations qui intègrent les dimensions écologie et santé dans leurs attentes. Les enquêtes du CREDOC permettent de confronter les évolutions des attentes et la réalité des comportements des consommateurs en matière d’alimentation. Toutefois, certaines contradictions entre attentes et pratiques apparaissent.

MONTÉE DES PRÉOCCUPATIONS ÉCOLOGIQUES ET DE BIEN-ÊTRE ANIMAL

Les approches générationnelles permettent, au travers d’une analyse englobant différents facteurs de changement, de définir des tendances de consommation. L’intérêt d’utiliser les modèles âge-période-cohorte pour anticiper l’avenir réside dans :

– la compréhension nouvelle qu’il donne à la force de l’habitude et aux ruptures qui peuvent opposer des générations entre elles ;


* Membre de l’Académie d’Agriculture, Directrice du Pôle Consommation et Entreprises du CREDOC

73

Comment les consommateurs accélèrent la transition protéique ?

taires qu'elles ont pu adopter dès leur 25e anniversaire. Les innovations technologiques et les effets d’offre affectent très fortement les générations et pour cette raison, les générations sont nommées selon ces grandes modifications :

- **Génération « privations » (1907-1916)** : ces individus ont eu 25 ans entre 1932 et 1941, période de crise (le krach boursier a touché la France plus tard que les autres pays) et de guerre. Leur comportement se caractérise par la consommation de la pomme de terre. Ayant connu les guerres et les privations, cette génération lui reste très fidèle. Cette préférence est également liée à la présence de la pomme de terre et d’autres féculents dans les potagers d’autrefois et donc à un savoir culinaire plus important sur cet aliment.


- **Génération « réfrigérateurs » (1927-1936)** : elle regroupe les individus qui ont eu 25 ans entre 1952 et 1961, c’est-à-dire au moment où un nouveau mode de conservation des aliments est apparu, le réfrigérateur, qui va changer les comportements alimentaires en permettant une meilleure conservation de leurs produits.

- **Génération « robots ménagers » (1937-1946)** : elle correspond aux individus qui ont eu 25 ans entre 1962 et 1971 et qui ont à leur tour connu une révolution dans la préparation des repas : l’apparition du robot électrique, qui permet un gain de temps considérable et va contribuer à diminuer le temps de préparation des repas. C’est à partir de cette génération que va se développer la consommation de produits exotiques.

- **Génération « hypermarchés » (1947-1956)** : les individus appartenant à cette génération ont eu 25 ans entre 1972 et 1981, époque du développement des hypermarchés que cette génération fréquente volontiers. C’est avec cette génération que l’activité féminine salariale a fortement augmenté (80 % contre 50 % pour la génération précédente) et la durée de préparation des repas s’est mise à diminuer fortement.

**Raison présente**


**Graphique 1 : Proportion d’individus citant l’environnement comme l’une de leurs principales préoccupations**

Source : Crédoc, Enquête Conditions de vie et aspirations des Français
Les jeunes générations sont nées dans un contexte de norme écologique qui s’est imposée et sont nettement plus sensibles à la dégradation de l’environnement. Selon le graphique 1, au sein de la génération mieux manger (née entre 1997 et 2006), 28 % des individus considèrent que la dégradation de l’environnement est une de leurs préoccupations principales devant le chômage, la pauvreté, l’insécurité ou l’immigration, alors qu’au sein de la génération « Rationnement » (née entre 1917 et 1926), seulement 8 % classe cette préoccupation dans leurs deux premières préoccupations. L’effet observé est générationnel avant d’être lié à l’âge. Toute sa vie, la génération « Rationnement » a été celle qui a le moins été préoccupée par ce thème. Cette préoccupation environnementale est aussi très fortement liée au diplôme. Les plus diplômés (Bac + 3 et plus) sont 29 % à placer au cœur de leurs préoccupations l’environnement, alors que ceux qui sont sans diplôme ne sont que 11 %.

Le bien-être animal se développe avec cette montée de préoccupations environnementales qui impose à nos cultures de replacer l’homme vis-à-vis de la nature. Dans la philosophie des Lumières, l’homme est au-dessus de la nature et domine l’animal. Les valeurs protestantes, notamment au travers du courant philosophique d’utilitarisme, s’imposent en refusant la domination de groupes humains sur d’autres (homme sur la femme) ou sur l’animal. La préoccupation de bien-être animal progresse de 10 points entre 2017 et 2018 pour se stabiliser en 2019.

**CHANGER D’ALIMENTATION POUR LA PRÉVENTION SANTÉ**

Avant les années 80, l’alimentation n’était pas un sujet de société. Chacun mangeait en perpétuant les rites familiaux transmis de génération en génération. Dans notre modèle culturel catholique, le plaisir du partage engendre un certain équilibre alimentaire, c’est-à-dire une discipline collective du « manger ensemble ». La culture alimentaire française a développé de façon très importante la dimension hédoniste, que ce soit par la convivialité, le partage, le goût, la qualité des produits, l’origine et le culinaire.

En 1995, avant les premières crises de la vache folle, 53 % des personnes interrogées dans nos enquêtes déclaraient que manger comportait un risque important ou très important. Ils sont 74 % aujourd’hui. Les individus ont pris conscience qu’il existait un lien fort entre ce qu’ils mangent et leur santé. Cette bascule a eu lieu en 2000, au moment de la crise de l’ESB. Un climat de suspicion très important s’est instauré. Les crises ont été accompagnées de la mise en place de politiques de santé publique tels que le Programme
Raison présente

National Nutrition Santé qui diffuse de nombreuses recommandations de consommation « Manger 5 fruits et légumes par jour », « limiter les produits trop gras, trop sucrés ». Les peurs se sont stabilisées entre 2003 et 2010. Elles se sont de nouveau accrues entre 2010 et 2018 avec les crises de la fraude à la viande de cheval et de Lactalis. Les peurs vis-à-vis de l’alimentation s’aggravent d’autant plus que les populations se sont éloignées du produit agricole. Les consommateurs les plus inquiets sont surtout les plus diplômés, les cadres, les 55-64 ans, les femmes. Ils sont souvent des leaders d’opinion qui expriment plus fortement leurs craintes. Ils s’imaginent qu’ils vont pouvoir maîtriser le risque alimentaire en consommant différemment. Leur opinion est renforcée par les communications scientifiques liant de plus en plus alimentation et maladies de civilisation (cancer, maladies cardio-vasculaires).

Entre 1997 et 2007, 14 % de Français en plus considèrent que manger a une influence sur la santé. Après une stabilisation entre 2007 et 2013, en 2016, on observe de nouveau une proportion croissante de consommateurs faisant ce lien entre alimentation et santé. Cette hausse récente concerne particulièrement la catégorie des plus jeunes (entre 18 et 24 ans). Jusqu’en 2013, ceux-ci se préoccupaient très peu du lien entre alimentation et santé, rien de très étonnant à cet âge. Depuis 2016, non seulement ils font ce lien autant que les autres catégories de population mais, en outre, les pathologies qu’ils craignent le plus sont les maladies métaboliques, survenant sur le long terme : obésité, diabète, cancer. Enfin, ils les craignent même de manière plus marquée que leurs aînés, ce qui peut surprendre. Lorsqu’on demande à un jeune ce qu’évoque pour lui l’alimentation, il l’associe très fortement aux messages de prévention véhiculés par le Programme National Nutrition et Santé (PNNS) lancé en 2001. Ils sont nés avec. Dans leur esprit, manger c’est essentiellement faire attention à ce qu’ils ingèrent. Ils conçoivent leur alimentation en termes fonctionnels, comme les mangeurs des pays du Nord. Les catégories les plus âgées n’ont pas la même perception. Elles sont plus sensibles au décorum, à la préparation des plats et à leur présentation, à la dimension de partage.

En dix-huit ans, les représentations d’un aliment de qualité ont fortement évolué. Alors qu’en 2000 les consommateurs citaient le goût pour définir un aliment de qualité, à présent ils vous répondront « un aliment bio ». Cela trouve probablement son origine dans le fait que les peurs les plus mises en avant entre 2007 et 2015 sont celles liées aux pesticides. Dans ce contexte, l’aliment bio associé à la naturalité est celui qui se pare de toutes les vertus. Autre phénomène, l’émergence, depuis une dizaine d’années, du marché de l’éviction. Plusieurs facteurs expliquent son essor : psychosociaux
avec la montée des craintes, mais aussi réglementaires. Au tout début des années 2000, moment où s'affirme le lien entre alimentation et santé, les industriels apposent sur certains produits des allégations santé, par exemple la mention « renforce les défenses naturelles de l'organisme » sur certains produits laitiers. L'Europe y met un coup d'arrêt en réglementant strictement leur utilisation, contraignant les acteurs économiques présents sur ces marchés à changer de stratégie. Leur réponse : proposer des produits « sans ». D'abord des gammes sans aspartame, sans OGM, puis des produits sans sel, sans sucre, sans matières grasses et, plus récemment, sans lactose ou sans gluten. Notons qu'il s'agit surtout d'une réaction de la grande distribution plutôt que des industriels de l'agroalimentaire. Un troisième facteur a vraisemblablement joué un rôle : la crise agricole de 2015. Celle-ci a eu un effet sur les consommateurs : initialement centrées sur le monde agricole, leurs exigences se sont peu à peu tournées vers les entreprises de transformation, ce qui a accentué le phénomène. Parce que cette offre s'est développée, il y a désormais une promesse du « sans » dans les assiettes : « sans résidus de pesticides, sans colorants, sans additifs ». Conséquence : dans l'enquête réalisée en 2018, les deux qualificatifs qui arrivent en tête pour définir la qualité d'un aliment sont le bio et le sans, la dimension du goût étant reléguée en quatrième position après les produits frais. Les représentations ont évolué vers plusieurs facteurs qui rassurent : le locavisme, les circuits-courts, le made-in France, le fait soi-même, les produits issus de l'agriculture biologique ou les produits « Sans » (produits chimiques : pesticides, colorants, additifs,…).

Ce sont surtout les populations à haut capital culturel qui citent bio ou produit « sans » en 2018. Le local rapproche les citoyens de la production, le fait-maison permet de maîtriser ce que l'on consomme, les produits bios ou « sans » rassurent quant à leur composition. Les 18-24 ans se démarquent. Ils considèrent qu'un aliment de qualité est équilibré et apporte de la fortification nutritionnelle (vitamine, minéraux, protéines,…). Les jeunes générations sont nées dans un contexte de norme écologique qui s'est imposé et de valeurs de préventions qui prédominent.

Pour préserver la planète, les consommateurs veulent faire changer le modèle agricole, que ce soit en limitant les intrants (pesticides, engrais,…), ou en allant vers un modèle moins intensif et privilégiant les productions végétales. Ce sont les jeunes générations et les plus diplômés qui sont les plus enclins à modifier leur consommation pour préserver les générations futures. De nouvelles formes de consommation (sans gluten, sans lactose, bio, végétarien, local) se mettent en place. Elles s'expliquent en grande partie par de nouvelles formes de distinction. On mange différemment pour se distinguer.
Graphique 2 : Si je vous dis aliment de qualité, à quoi pensez-vous ?

Source : Enquêtes « Tendances de consommation », CREDOC

**DANS LES PRATIQUES, ÉLOIGNEMENT DES RECOMMANDATIONS**

Les évolutions de modes de vie, notamment l'augmentation de l'activité féminine, l'éloignement domicile-travail, l'augmentation de ménages constitués d'un seul adulte (solos et familles monoparentales), l'augmentation de la durée des études réduisent le temps à consacrer aux courses et à la préparation alimentaire. Les jeunes générations aspirent à davantage de temps pour les loisirs et recherchent pour leurs prises alimentaires le pratique et le gain de temps qu'ils trouvent notamment dans la consommation du tout prêt (plats préparés, sandwiches, restauration et livraison à domicile, ...). Dans une société imprégnée de loisirs, les nouvelles générations sont en recherche constante de temps pour soi. Toutes les catégories sociales des nouvelles générations sont ainsi de plus en plus à l'affût de produits qui épargnent des tâches peu agréables. La consommation de l'ensemble des produits frais (viande, légumes, fruits, poisson) diminue dans les générations les plus jeunes. En revanche, les jeunes générations consomment plus de produits transformés (UFL, pizzas, sandwiches, plats composés, ...). Sur le graphique 3, on observe que la génération « Nomade » consomme 50 g/j de sandwiches à 20 ans, alors que la génération « Rationnement » n'en a jamais mangé de sa vie.
Comment les consommateurs accélèrent la transition protéique ?

Graphique 3 : Effets de générations sur la consommation de sandwiches (y.c. hamburgers)


Dans ce contexte, le suivi des recommandations de consommation de produits sains tels que les fruits et légumes est de moins en moins suivi. La recommandation « cinq fruits et légumes par jour » a été préconisée en France par le Programme Nutrition Santé (PNNS) en 2001. Les bénéfices mis en avant sont des apports en vitamines, minéraux et fibres et un effet protecteur contre les principales pathologies chroniques. L’atteinte de ces objectifs a toujours été problématique, en raison notamment de la perte du savoir-faire culinaire. Aujourd’hui, les générations les plus jeunes consomment quatre fois moins de fruits et de légumes que leurs grands-parents.

Entre 2007 et 2010, la proportion d’adultes (18 ans et plus) respectant la recommandation des cinq portions de fruits et légumes par jour a progressé de quatre points, passant de 27 % à 31 %. L’effet a été balayé avec la crise économique. En 2013 et en 2016, elle est retombée à 25 %. Dans le même temps, la part des petits consommateurs (moins de 3,5 portions par jour) a augmenté de 8 points par rapport à 2010 pour atteindre 34 % en 2016.

Chez les enfants (3 à 17 ans), le constat est le même. Seulement 6 % consomment plus de cinq portions de fruits et légumes par jour. La part de très petits consommateurs (moins de deux portions par jour) est passée de 38 % en 2007 à 45 % en 2016.
Les différences socio-démographiques les plus discriminantes sur le suivi des recommandations en consommation de fruits et légumes sont avant tout celles du niveau culturel, que ce soit chez les enfants ou les adultes. Près de la moitié des enfants vivant dans des foyers où le responsable du ménage n’a aucun diplôme consomment moins de deux portions de fruits et légumes ; c’est le cas de seulement 18 % des enfants quand le responsable des achats a un niveau de diplôme supérieur ou égal à baccalauréat plus trois. En 2016, la proportion de très faibles consommateurs augmente dans toutes les catégories de diplômés. Chez les adultes, les inégalités étaient très fortes en 2007, mais s’atténuent en 2016. La hausse des faibles consommateurs est plus importante chez les plus diplômés. Ce phénomène s’explique en partie par l’effet de génération, les plus jeunes sont plus diplômés et moins consommateurs.

Influencés par les nouvelles normes écologiques et de prévention santé, les plus diplômés diminuent leur consommation de produits carnés (−12 % en g/j chez les adultes entre 2007 et 2016) et de produits laitiers (−21 % en g/j). Par conséquent, les quantités de protéines ou de calcium consommées sont en forte baisse et pourraient, à terme, conduire à des conséquences néfastes sur la santé des populations les plus fragiles, les enfants, adolescentes, seniors ou populations défavorisées.
Comment les consommateurs accélèrent la transition protéique?

CONCLUSIONS

Les changements de relations à l'alimentation sont avant tout le fait des jeunes générations et des plus diplômés qui sont influencés par les nouvelles valeurs de prévention santé et écologiques. Conscientes de la nécessité de manger mieux, les plus diplômés sont ceux qui modifient leur comportement et se rapprochent le plus des recommandations de santé publique. Dans les zones très denses, les consommations de pizzas, de sandwiches, de plats livrés chez soi augmentent fortement. Les nouveaux modes de consommation orientés vers les plats tout prêts sont peu compatibles avec une alimentation saine pourtant de plus en plus recherchée chez les leaders d'opinion.

BIBLIOGRAPHIE

Hébel, P., Recours, F. (2007), Perception de la qualité et des signes officiels de qualité dans le secteur alimentaire, Credoc, Cahier de recherche, C236.