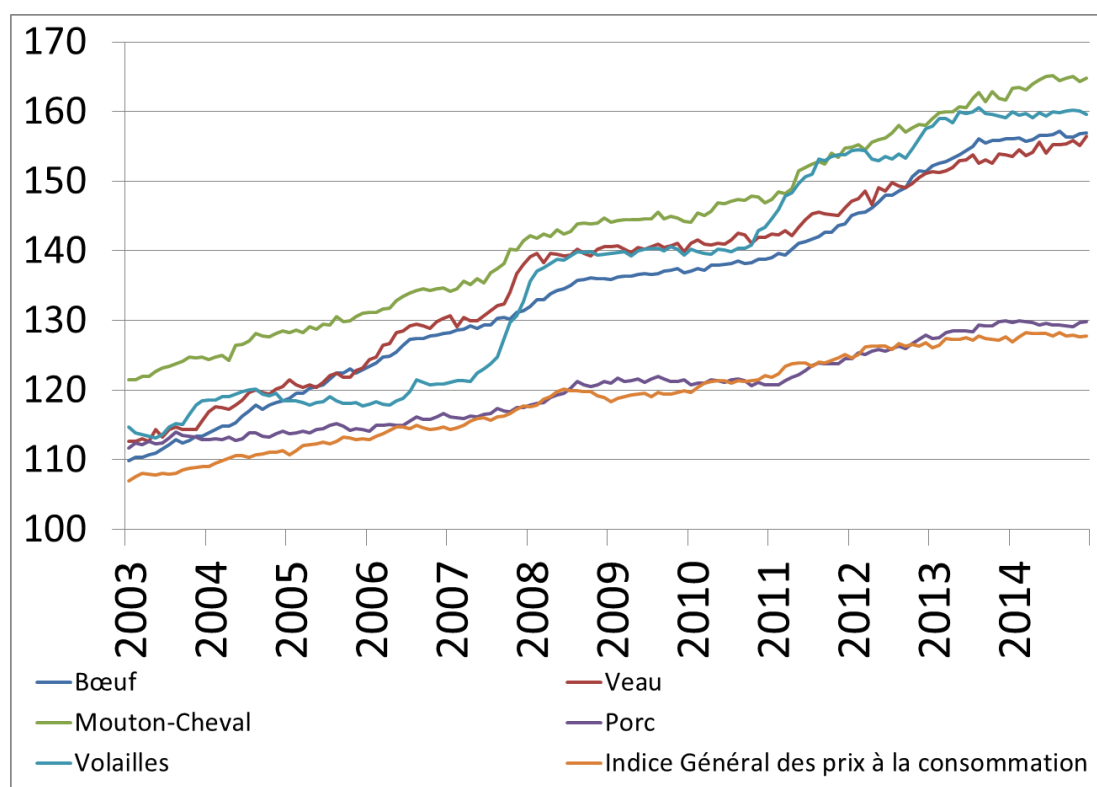


Figure 4 : Évolution de l'indice des prix des viandes à la consommation



Source : Insee

III. Un comportement alimentaire en mutation

III.1. Une frugalité contrainte ou subie

Depuis la crise, les consommateurs font des arbitrages à l'intérieur des différents postes alimentaires. Le pain, les céréales et les produits sucrés « profitent » de la crise alors que la baisse des dépenses en viandes et en produits aquatiques s'accroît. Ainsi, les volumes consommés ont augmenté pour les produits ayant le meilleur ratio prix/calories ingérés.

Depuis le début de la crise économique, une frugalité contrainte ou choisie est observée. Selon le Crédoc (Enquête consommation, 2013), 48% des Français ont adopté des

comportements de frugalité contrainte, 14% de frugalité choisie. Ainsi, seuls 38% des Français n'ont pas modifié leur façon de consommer. Ces comportements, pour l'alimentation, peuvent prendre différentes formes : acheter moins souvent des produits alimentaires peu nécessaires (19%), diminuer les quantités achetées (16%). Par ailleurs, 35% des consommateurs pensent qu'ils diminueront leur consommation de viande dans les deux prochaines années (Enquête consommation, Crédoc, 2013).

III.2. De nouveaux besoins de la société française

Les évolutions de la société ont fait émerger de nouveaux comportements qui peuvent également expliquer la déconsommation de la viande. Les auteurs de l'étude citent en premier lieu la diminution de la taille des ménages français : 2,3 personnes en moyenne en 2011 contre 3,1 en 1968. « En conséquence, les volumes achetés par ménage sont moins importants, des portions plus réduites ou individuelles sont davantage recherchées, les repas sont simplifiés et sont désormais en général constitués simplement d'une entrée et d'un plat ou d'un plat et d'un dessert ». L'étude cite également la réduction du temps consacré à la préparation des repas² et la hausse du taux d'équipement des ménages en appareils ménagers (comme le four à micro-onde). « Les consommateurs cuisiniers sont désormais à la recherche de produits ayant un long délai de conservation, ne demandant pas ou peu de préparation, avec

un temps de cuisson réduit et faciles à préparer », note l'étude. « Par ailleurs, les repas préparés doivent plaire à toute la famille. En partie, pour ces différentes raisons, les produits élaborés progressent (cordons bleus, steaks hachés, etc.) ainsi que la charcuterie et les découpes de volailles qui se sont développées depuis plus de 10 ans ». La crise économique de 2008 n'a pas freiné leur développement, malgré des prix parfois plus élevés. A contrario, les viandes demandant plus de temps de préparation continuent à régresser et beaucoup plus rapidement avec la crise. « Même si leur prix est relativement plus faible, les morceaux à bouillir et les abats sont moins fortement consommés qu'auparavant. Le facteur praticité joue ainsi un rôle important dans la décision d'achat, le facteur prix jouant plus pour discriminer entre produits semblables », concluent les auteurs.

² Selon le Crédoc (enquête CCAF), le temps de préparation du dîner est ainsi passé de 42 mn à 28 mn en semaine, de 60 mn à 37 mn le week-end en plus de 20 ans.

En 10 ans, la part en volume de l'ensemble des viandes brutes non transformées est passée de 53% à 45%, celle des produits élaborés de 16% à 19% et celle de la charcuterie de 27% à 31%. Parmi les viandes brutes, la part accordée en volume aux viandes de boucherie à bouillir et à rôtir a diminué de 1 point. La part des volailles entières augmente de 1 point alors que celle des découpes de volailles augmente de 4 points. La crise économique a accentué ces tendances : la croissance annuelle moyenne des découpes de poulet, ou encore des élaborés de volailles, a augmenté sur la période 2009-2013 par rapport à 2003-2007. À l'inverse, la crise économique a renforcé la baisse de consommation des morceaux à bouillir ou des produits tripiers. Quant à la charcuterie, les achats se sont repris sur la période 2009-2013 par rapport à 2003-2007.

III.3. Des argumentaires défavorables à la consommation de viande

L'étude pointe également la responsabilité du développement de « plusieurs argumentaires de nature différente mais convergents » dans leur prescription pour consommer moins de viande. L'étude cite successivement « la communication d'études évoquant le possible lien entre la forte consommation de viandes rouges et cancer »³, la mise en place de différents programmes nationaux, (PPNS, GERMRCN), qui ont préconisé une baisse globale de la consommation des protéines animales. « Différents travaux de modélisation ont ainsi montré qu'une information nutritionnelle validée et consensuelle a un effet significatif

CONCLUSION

La crise économique, en réduisant le pouvoir d'achat des ménages, a renforcé une tendance baissière préexistante, concluent les auteurs de l'étude. « Manger moins de viande est désormais un comportement, choisi ou plus ou moins subi, intégré par un certain nombre de ménages français », écrivent-ils. Une tendance qui contraste avec l'évolution observée depuis plusieurs années dans les pays en

Incité par le développement d'émissions culinaires, le retour du « fait maison » explique la hausse des achats de certains produits de base comme le lait, les lardons, les œufs, etc. Cependant, cette pratique reste occasionnelle, cantonnée à un cadre ludique, le marché étant orienté par la recherche de produits pratiques, prêts à utiliser pour la semaine.

Les industriels se sont adaptés à ces évolutions en proposant de nouveaux produits, plus élaborés, pour répondre aux attentes des consommateurs et à leur nouveau mode de vie, note l'étude. « D'une certaine façon, le développement des produits industriels a contribué à la standardisation des produits carnés », soulignent les auteurs. Par ailleurs, les innovations ont été plus fortes dans le secteur de la viande blanche, ce qui explique en partie le maintien de leur niveau de consommation.

sur les tendances majeures de consommation »⁴. Enfin, l'étude cite la montée des préoccupations liées à la durabilité de la consommation de viande, les campagnes de communication relayées par des personnalités publiques (Paul McCartney, Brigitte Bardot) et l'émergence du « flexitarisme »⁵. Autant de phénomènes qui contribuent à expliquer la baisse de la portion journalière consommée de viande. Un adulte consommait en effet en moyenne 129 g/j en 2013 contre 158 g/j en 2010 ; et un enfant ingère 93 g/j en 2013 contre 112 g/j en 2010 (enquêtes CCAF 2010 et 2014 – Crédoc).

développement. Selon les projections de la FAO, la hausse de la consommation de viande dans ces pays devrait continuer à augmenter : par exemple, en Asie du Sud, la hausse serait de 4,2% par an jusqu'en 2050, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord de 2,3% par an alors que, dans les pays développés, elle ne dépasserait pas 0,4% par an.

³ Cf. les travaux effectués par la cohorte EPIC (European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition) - <http://epic.iarc.fr>.

⁴ Combris, P., Maire, B., Réquillart, V., 2011. Consommation et consommateurs, In: duALIne – durabilité de l'alimentation face à de nouveaux enjeux. Question à la recherche, Esnouf, C., Russel, M. et Bricas, N. (Coords.), Rapport Inra-Cirad (France), 27-44.

⁵ Selon une enquête d'Opinion Way pour Terra Eco en 2012, 27% des non végétariens seraient prêts à devenir au moins flexitariens, voire végétariens.