



L'évolution des comportements alimentaires : du mondial au national

Bruno Hérault
Chef du centre d'études et de prospective
MAAF

APRIFEL - 7 avril 2017

Introduction

1) MOND'Alim 2030

2) Étude prospective sur les comportements alimentaires de demain

Conclusion : les F & L comme objet d'études et de débat public



Alimentation durable

Le monde de demain sera profondément différent, marqué par un vieillissement accéléré, des besoins alimentaires croissants, un réchauffement climatique et une raréfaction des ressources. Ces défis nécessitent des solutions innovantes et durables.

SOUVAINANCES	TYPE DE TENDANCES	MOTEURS
<ul style="list-style-type: none"> Une pression accrue sur les terres agricoles Des défis croissants en matière d'eau Un développement des zones urbaines 	<ul style="list-style-type: none"> Écologique Économique Technologique 	<ul style="list-style-type: none"> Démographique Économique Environnemental Technologique

Quelques chiffres

- 73% des Français ont une alimentation durable
- 70% des Français ont une alimentation durable

Alimentation durable

Profil de consommateurs plus écologiques

- Écologique
- Technique
- Social

Impacts sur les produits

- Le développement de produits durables sera un enjeu majeur pour les entreprises.
- Le développement de produits durables sera un enjeu majeur pour les entreprises.

Impacts sur la communication et le marketing

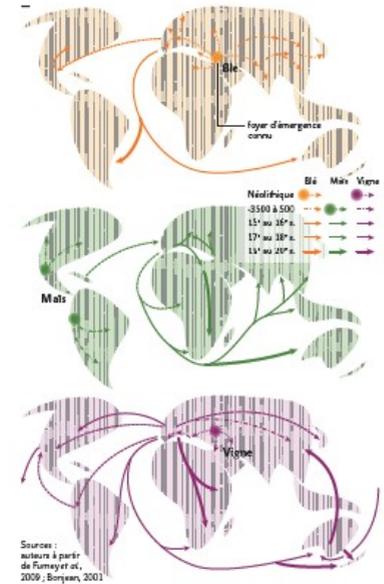
- Le développement de produits durables sera un enjeu majeur pour les entreprises.
- Le développement de produits durables sera un enjeu majeur pour les entreprises.



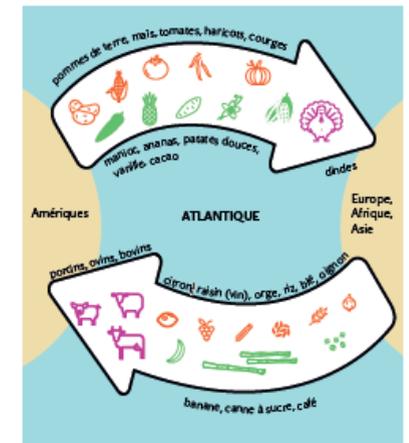
1) MOND'Alim 2030

- Un processus multimillénaire d'échanges, de circulations, de mouvements des denrées et des hommes.
- Une accélération à partir des XV^e et XVI^e siècles : brassage d'espèces, nouvelles mises en culture, etc.
- Diffusion des systèmes agricoles, techniques, goûts, produits, recettes, représentations, valeurs.
- Apparition des premières « multinationales »
- De nombreux produits considérés comme « traditionnels » sont en fait issus de ce brassage.

CARTE 0.12
Diffusion du blé, du maïs et de la vigne



Le grand brassage des cultures et des animaux

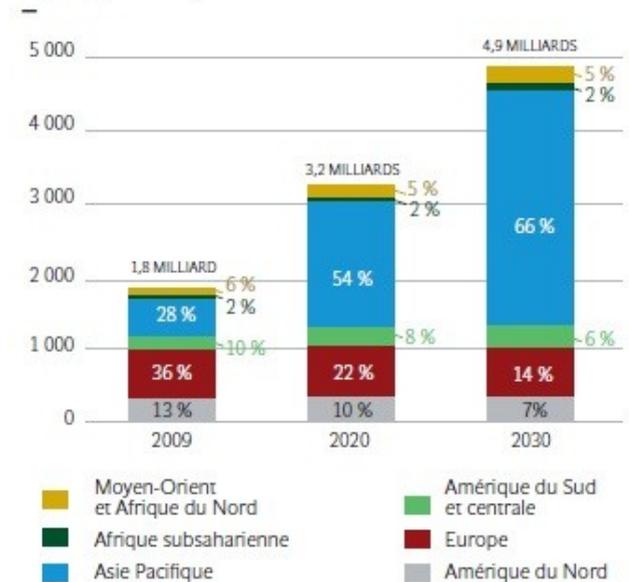


 cultures tempérées
  cultures tropicales
  animaux

Conduites alimentaires et mondialisation

- Leur évolution reflète des mutations sociales plus profondes : « on mange comme on vit »
- Les facteurs structurels : urbanisation, métropolisation, numérisation, marchandisation, salarisation, féminisation.
- Une analyse à partir des couches moyennes :
 - Majoritairement urbaines, salariées, avec une meilleure protection sociale, des ménages plus petits.
 - Environ 25 % de la population mondiale actuellement, 60 % en 2030
 - Portent les changements sociaux et alimentaires, dans tous les pays

Les couches moyennes : nombre d'individus par grandes régions, en 2009, 2020 et 2030



Convergence des grands équilibres de consommation

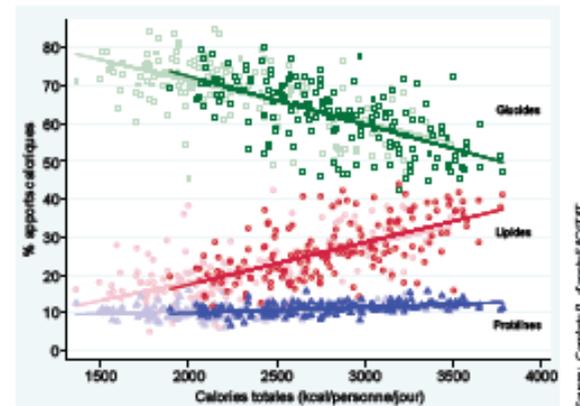
- Depuis 1961, augmentation de la disponibilité alimentaire moyenne de 2 190 kcal/pers/jour à 2 870 kcal
- Les transitions nutritionnelles à l'œuvre avec des vitesses et des pas de temps très différents :

Des différences entre pays qui se maintiennent

Les produits animaux comme révélateurs

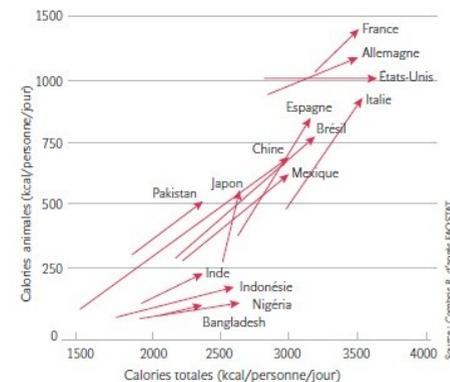
- Des enjeux nutritionnels qui perdurent et se transforment :
 - surpoids, obésité et pathologies alimentaires
 - double fardeau nutritionnel

Structure des apports énergétiques :
Monde, 1961-63 et 2009-11



Pour une date donnée, la structure des apports énergétiques de chaque pays est représentée par trois points (pourcentages des apports caloriques par les glucides, les lipides, les protéines). Les points en transparence correspondent à la période de 1961-63.

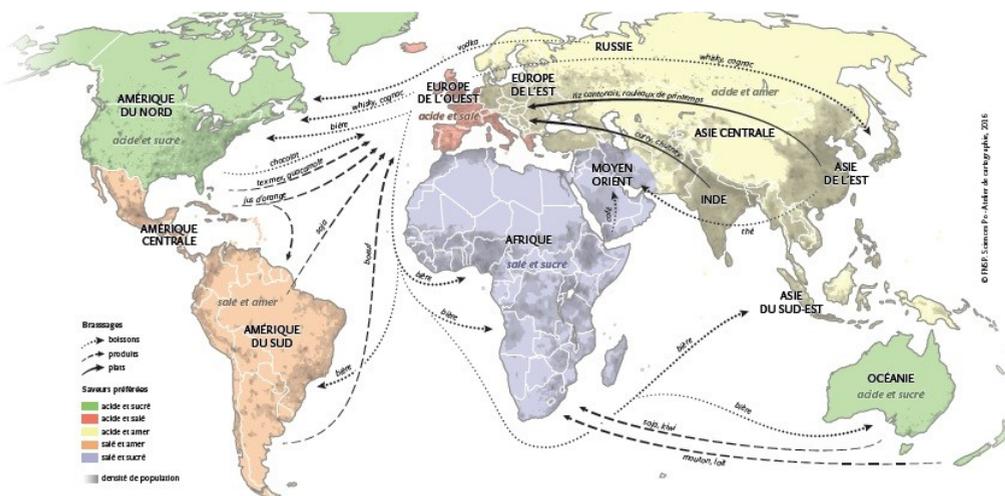
Calories animales et disponibilités alimentaires :
de 1961-63 à 2009-11



Diffusion et réinterprétation de produits globaux

- Diffusion à grande échelle de produits transformés, accompagnant une distanciation croissante des consommateurs vis-à-vis des produits
- Diffusion également de plats, de recettes, de goûts, de saveurs, etc.
- Phénomènes de réinterprétation, hybridation, adaptation et recréation selon les contextes locaux.
- Un mangeur glocalisé

Brassages de produits emblématiques et principales saveurs préférées par grandes régions



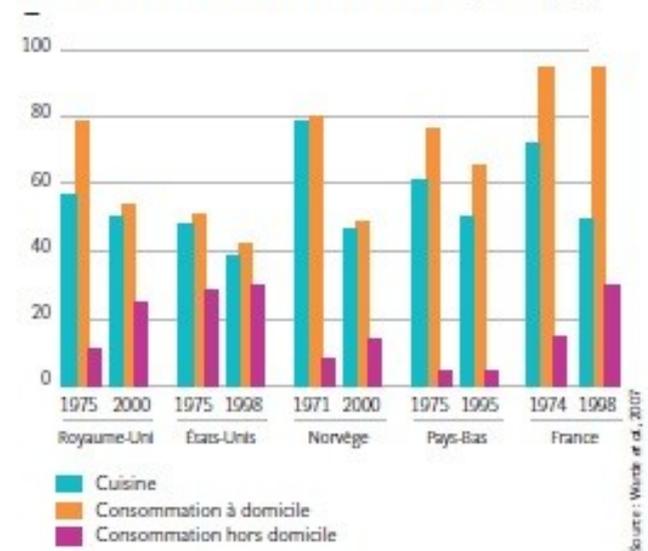
Le Cola, produit industriel normé, réinterprété de mille et une façons



Une alimentation de plus en plus intercalaire et individualisée

- Des tendances mondiales à l'accélération (technique, changement social, rythmes de vie), à l'individualisation, et à la responsabilisation plus forte des individus
- L'alimentation devient subordonnée à d'autres représentations, activités
- Les temps alimentaires diminuent, sont de plus en plus fractionnés
- Les choix alimentaires s'individualisent
- Les alimentations particulières se développent
- Des valeurs (santé, bien-être) et des tendances (diététisation, médicalisation) partout montantes.

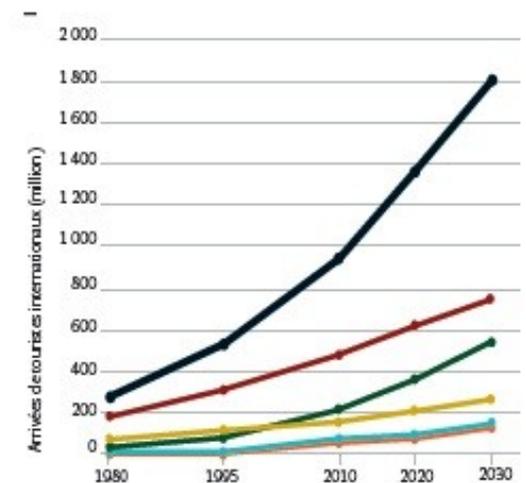
Évolution du temps consacré par jour à la cuisine, à la consommation à domicile et hors domicile, dans 5 pays



Une patrimonialisation de plus en plus forte

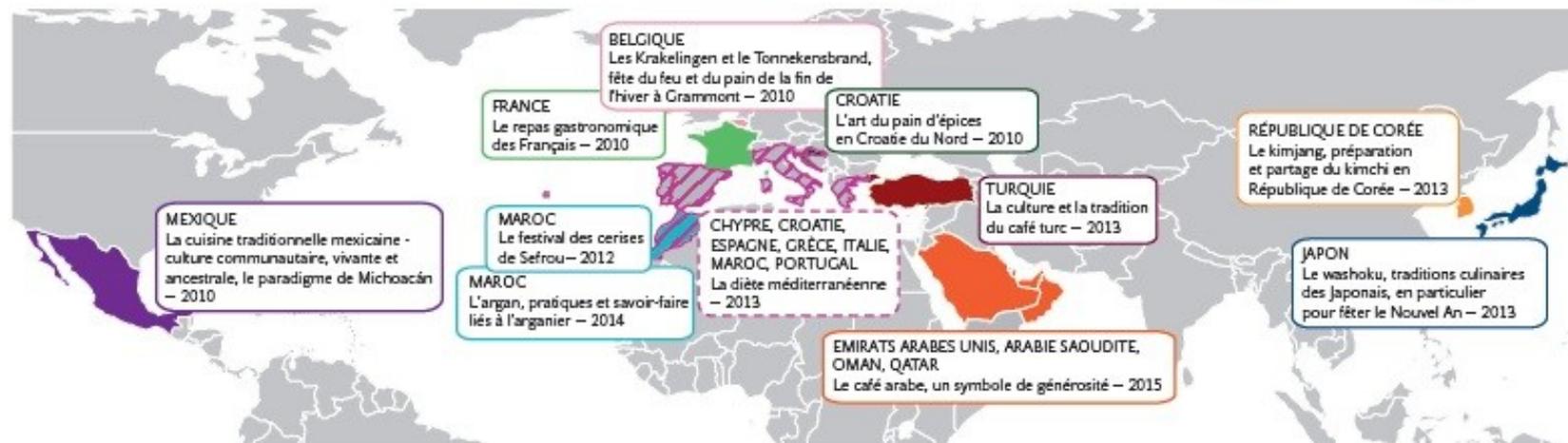
- Développement de la valorisation et de la protection des patrimoines alimentaires : réinvention des traditions
- Des tendances concomitantes à la construction et à l'érosion de modèles alimentaires

Le tourisme international par région de destination, de 1980 à 2030



Source: CMT, 2014

Pratiques en lien avec l'alimentation, inscrites sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité (Unesco)

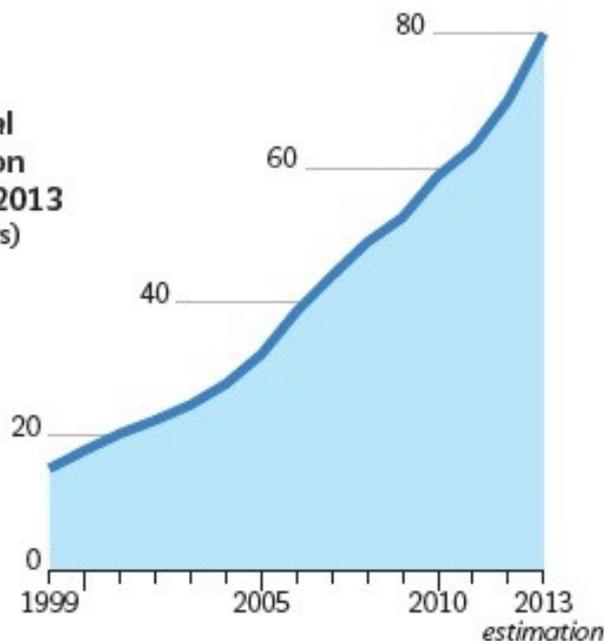


Source: Unesco, liste consultée le 05/07/2015

Des valeurs montantes : « local » et « environnemental »

- Des valeurs qui se mondialisent, en s'exprimant de façons diverses
- Une contre-tendance dans les pays développés : la « proximité » et le « local ».
- L'« environnemental » : une montée des préoccupations, mais pour quelle évolution des comportements ?

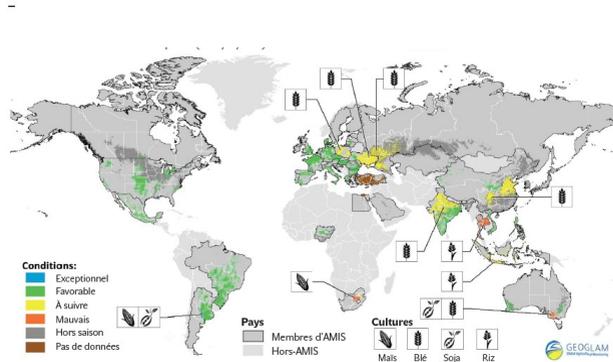
Évolution
du marché mondial
de la consommation
biologique, 1999-2013
(en milliards de dollars)



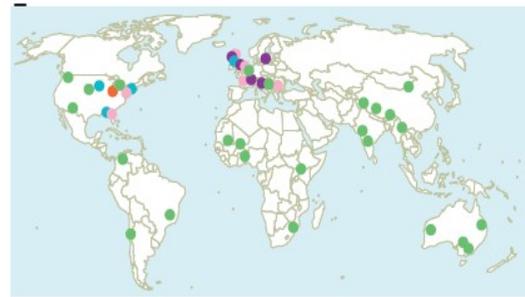
Autres dimensions (1)

- Des structures planétaires intégrées : données, indicateurs, statistiques, observation satellitaire, réseaux de surveillance, centres de référence mondiaux, etc.
- Mondialisation numérique (Internet, smartphones, *big data*, science) : de la sélection génomique au marketing prédictif.
- « Révolution verte », paquets techniques, OGM, « Nourrir la planète », agriculture de précision, robotisation, etc.

Une carte du *crop monitor* d'AMIS réalisée par Geoglam (février 2016)



Les équipes du projet Ag-MIP



- Comité de pilotage
- Économie
- Modélisation des cultures
- Scénarios climatiques
- Technologies de l'information

Source: AgMIP

OGM - Les dix principaux pays producteurs

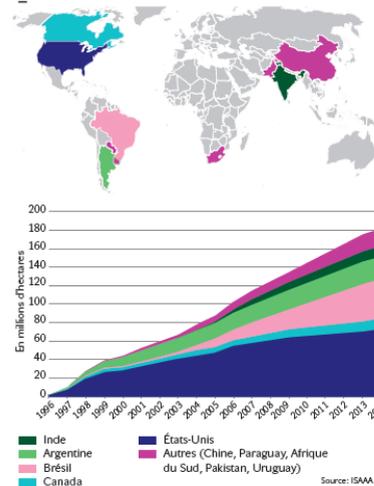
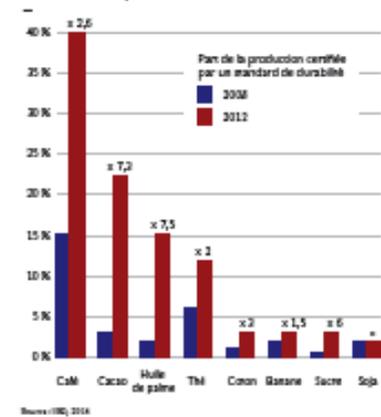


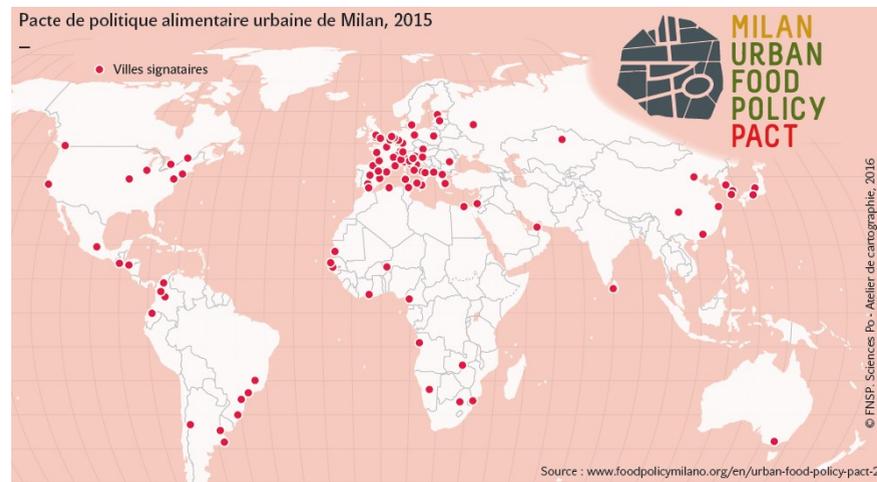
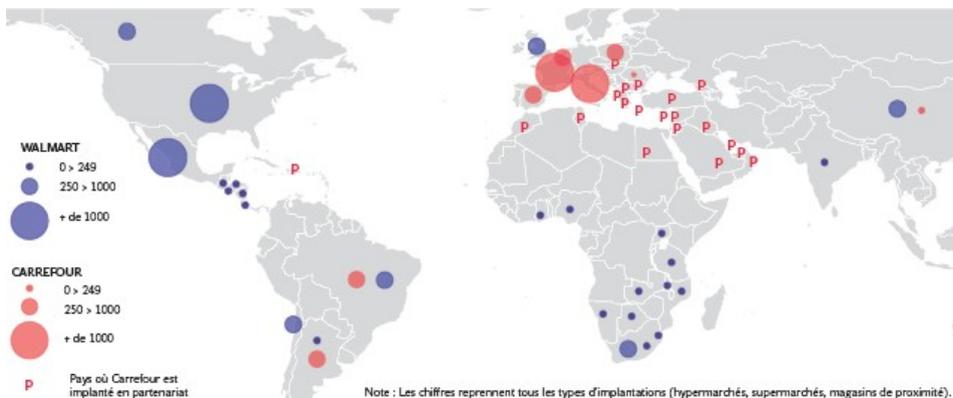
FIGURE 6.11 Normes privées de durabilité : une croissance rapide sur certaines commodités



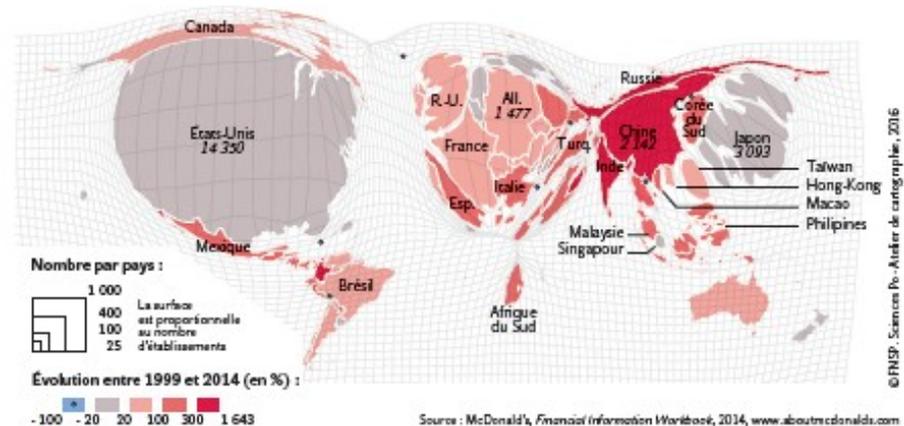
Source: IISD, 2014

Autres dimensions (2)

- Agro-écologie, bioéconomie.
- Des sauts technologiques : fermes verticales ?
- « Société du risque », assurance et identification de nouveaux dangers.
- Métropoles et villes, au cœur des systèmes alimentaires demain ?



CARTE 5.20
Implantation des établissements McDonald's, 2014



Conclusions

- Systèmes alimentaires : une mondialisation moins poussée que dans d'autres secteurs.
- 3 registres de mondialisation : globalisation, diffusion, concomitance.
- Pas une uniformisation ou une homogénéisation, ni un appauvrissement ou une simplification.
- Mais hybridations, croisements, métissages, adaptations, complexification foisonnante des conduites alimentaires et des composantes des systèmes alimentaires.
- Hybridation aussi des données, informations, innovations, recherches, risques, problèmes publics, formes et statuts des acteurs, modes de gouvernance et de régulation.
- Pas "mondialisation-anarchie", pas "mondialisation-américanisation", pas "mondialisation-chinisation", pas "mondialisation-mort du local", pas "mondialisation malheureuse", pas "mondialisation heureuse".
- Pas de jeux à somme nulle, mais des processus de glocalisation.
- Ne pas oublier les inégalités sociales : opportunités/fragilités, gagnants/perdants, gouvernants/gouvernés, dominants/dominés.

2) Étude prospective sur les comportements alimentaires de demain

Éléments de contexte

- Un changement de plus en plus rapide (structures sociales, comportements)
- Des tendances générales qui impactent les pratiques alimentaires :
urbanisation, individualisation, accélération des rythmes de vie, nouveaux rapports à la nature, volatilité des préférences, etc.
- Une multiplication des prises de parole, publications, expertises, prospectives
- Des difficultés pour les acteurs de la filière alimentaire à :
 - identifier les changements pertinents, en comprendre les déterminants, l'ampleur, les trajectoires ;
 - intégrer ces éléments dans leurs stratégies, façons d'aborder les marchés, innovations, *process* de production.

=> Contrat de filière – action n°36 « étude prospective sur les consommateurs de demain »

Une étude partenariale

- Étude prospective sur les comportements alimentaires de demain et l'élaboration d'un dispositif de suivi des principales tendances de consommation à destination des entreprises de la filière alimentaire
 - Novembre 2015 - janvier 2017
 - Financement : MAAF - programme ministériel des études + 6 co-financeurs (Ania, CGAD, CGI, Coop de France, FCD, FranceAgriMer)
 - Avec une cible particulière : les petites entreprises de la filière
 - Réalisée par Blezat Consulting, le Crédoc, Deloitte Développement Durable
- Objectifs :
 - Analyser les évolutions des comportements alimentaires
 - Connaître les pratiques et besoins des entreprises
 - Proposer une grille de lecture et de suivi, et des modalités de diffusion, transfert, appropriation des résultats

Une analyse de tendances à l'horizon 2025

- Identification des grandes dynamiques, structurelles ou émergentes, partagées par tout ou partie de la population.
- En s'appuyant sur 5 catégories de facteurs de changement : démographie et modes de vie, économie, culture et valeurs, technologies, réglementation et normes.
- 16 tendances principales

- Alimentation durable
- Alimentations particulières et communautés
- Alimentation santé et bien-être
- Baisse de la consommation de protéines
- Consommateur stratège
- Digital et alimentation
- Faire soi-même
- Individualisation
- Moins de gaspillage alimentaire

- Nostalgie et authenticité
- Nouvelles expériences liées à la mondialisation
- Plus de transparence
- Prêt à manger
- Proximité
- Recherche de naturalité
- Recherche de nouvelles occasions de consommation

Alimentation santé - bien-être

- Moteurs : santé, démographie (vieillesse), modes de vie
- Sous-tendances : recherche d'aliments allégés ou sans allergènes, d'une alimentation fonctionnelle, engouement pour les possibilités liées aux avancées en nutriginomique

- Exemples d'impacts :

développement de produits santé spécifiques ou repensés, de marques multi-produits à destination des seniors ;

mieux informer les consommateurs (gammes, recettes « santé », extension de l'information et des allégations, essor du « *coaching* nutritionnel »)



COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES EN 2025 - TENDANCES ET IMPACTS - DÉCEMBRE 2016

TENDANCE		
Alimentation santé - bien-être		
<p>A la suite notamment des crises sanitaires (ESB) et de la diffusion de messages de santé publique, les consommateurs français ont pris conscience du lien qui existe entre leur alimentation, leur santé et leur bien-être. Une partie des consommateurs cherche ainsi à travers l'alimentation à réduire le risque de maladies et/ou à améliorer ses performances (physiques, intellectuelles).</p>		
SOUS-TENDANCES	TYPE DE TENDANCE	MOTEURS
<p>Recherche d'aliments « allégés » pour les personnes qui suivent un régime</p> <p>Recherche d'aliments sans allergènes</p> <p>Recherche d'une alimentation fonctionnelle</p> <p>Un engouement pour les possibilités liées aux avancées en nutriginomique</p>	Structurelle	<p>Santé</p> <p>Démographie</p> <p>Mode de vie</p> <p>Réglementaire</p>
<p>Une partie des consommateurs cherche à maîtriser leur alimentation pour préserver leur capital santé, encouragés par les campagnes publiques de prévention</p> <p>La culture française associe particulièrement le bien-manger au plaisir et à la convivialité. Le repas équilibré et diversifié suffisait à assurer les conditions d'une bonne alimentation. Les campagnes de santé publique menées depuis une quinzaine d'années ainsi que la première crise de la vache folle ont instillé la nécessité de normes alimentaires et d'un minimum d'activité physique pour limiter le risque de développement de certaines maladies (cancers, de maladies cardiovasculaires, d'ostéoporose, de diabète, d'obésité et d'hypercholestérolémie), dans un contexte de vieillissement de la population. Des études récentes ont également suggéré qu'une bonne nutrition peut être tout aussi importante pour la santé mentale.</p> <p>Mieux manger pour améliorer ses performances et son apparence physique dans le cadre d'une recherche individuelle d'esthétisme et de confort</p> <p>D'autre part, pour une partie des consommateurs, la maîtrise de son alimentation permettrait de prendre soin de soi et d'améliorer son bien-être, allant même parfois jusqu'à (re)moduler son apparence physique. La montée de l'individualisme et de la recherche de la performance encourage certains consommateurs à maîtriser leur alimentation afin de lutter contre le vieillissement et d'améliorer leur confort.</p> <p>Le Programme National Nutrition Santé : Suite aux recommandations de nombreux experts scientifiques, le ministère délégué à la Santé a mis en place en 2001, avec la participation de tous les ministères et institutions concernés, un Programme national nutrition-santé (PNNS) dont le but est, grâce à l'alimentation et l'activité physique, d'améliorer l'état de santé de la population vivant en France. Initié en 2001, prolongé en 2006 et 2011, le Programme national nutrition santé (PNNS) 2011-2016 devrait se poursuivre par un nouveau PNNS actuellement en cours de discussion.</p>		
<p><small>Travail réalisé par Brest consulting, le Créateur et Développeur Durable. Ce document s'engage sur ses auteurs et ne constitue pas le point de vue des commanditaires. Toute réimpression dans le cadre du Centre de l'Étude Agroalimentaire (Céa) par le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et de la Pêche, l'ANRS, la GDJ, la GDS, le CSE, Comp de France, la CCI et FranceAgriMer.</small></p>		

Recherche de naturalité

- Moteurs : santé, environnement, modes de vie urbains
- Sous-tendances : sans ingrédients artificiels, sans OGM, sans pesticides, antibiotiques, hormones, bio
- Exemples d'impacts :

Emergence de marques privées ou de nouvelles certifications ciblant les pratiques agricoles intermédiaires entre l'agriculture biologique et l'agriculture conventionnelle.

Durcissement des cahiers des charges des GMS à destination des producteurs et des industriels, pouvant avoir une incidence sur toute la filière

Développement de procédés plus doux, limitant la dégradation des qualités nutritionnelles des matières premières. C'est le cas par exemple des nouvelles gammes de jus de fruits obtenus par pression à froid qui émergent actuellement.

COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES EN 2025 - TENDANCES ET IMPACTS - DÉCEMBRE 2018



TENDANCE	Recherche de naturalité		
	<p>SOUS-TENDANCES</p> <ul style="list-style-type: none"> Sans ingrédients artificiels Sans OGM Sans pesticides, antibiotiques, hormones Bio 	<p>TYPE DE TENDANCE</p> <p>Structurelle</p>	<p>MOTEURS</p> <ul style="list-style-type: none"> Santé Environnement Mode de vie urbain
<p>Des définitions de la « naturalité » existent (note d'information de la DGCCRF de 2006, travaux ISO en cours...) mais aucun cadre juridique n'existe à l'heure actuelle quant à l'utilisation de ce terme.</p> <p>En France et en Europe, le terme « naturel » n'est pas défini réglementairement pour les denrées alimentaires. À l'heure actuelle, seule la note indicative de la DGCCRF sur l'emploi des termes tels que « naturel » et « 100% nature » peut servir de référence aux acteurs économiques et aux autorités de contrôle.</p> <p>Par ailleurs, il est admis que la naturalité regroupe entre autres les produits issus de l'agriculture biologique et les produits dits « clean-label », produits portant des allégations du type « sans ». On trouve aussi sous cette appellation les produits se positionnant dans la tendance d'un « retour aux sources » avec des recettes simples et des ingrédients connus du consommateur. La « naturalité » d'un produit dépend donc à la fois des ingrédients qui le composent mais aussi du processus de production agricole et de transformation.</p> <p>Ainsi, certains consommateurs évitent les ingrédients chimiques artificiels de type conservateurs, colorants, additifs, les OGM, les aliments issus des biotechnologies (ingrédients artificiels) et les pesticides.</p>			<p>Quelques chiffres</p> <p>80% des consommateurs se déclarent intéressés par la recherche de naturalité dans le domaine alimentaire (TNS, 2012)</p>

Travail réalisé par Olivier Assailly, le cabinet de conseil Développement durable. Ce document s'engage par ses auteurs et se consigne par le point de vue des consommateurs. Merci de contacter dans le cadre de l'offre Agriprospective (contact@agriprospective.fr) par le cabinet de Prospective, de l'Agriprospective et de l'Institut, Paris, le 01 83 38 10 00, le 01 83 38 10 00, le 01 83 38 10 00.

Conclusion

Les F & L comme objet d'études et de débat public

- La dominance des campagnes de communication publique et des préoccupations de gouvernement des conduites
- L'ombre faite par d'autres préoccupations : « carnisme », « viande », nouveau rapport Homme-Animal
- Le portage par la montée en puissance de « l'alimentation-santé »
- La fausse image d'une alimentation coûteuse
- Des habitudes alimentaires fortement structurées par les effets d'âge et de génération



MERCI DE VOTRE ATTENTION

Bruno Hérault

Chef du centre d'études et de prospective

01 49 55 85 75

bruno.herault@agriculture.gouv.fr

Le CEP et ses publications :

<http://agriculture.gouv.fr/le-centre-detudes-et-de-prospective-cep>