

La consommation alimentaire

Vanessa Persillet, décembre 2005

Remerciements à Séverine Gojard (unité CORELA Ivry-sur-seine) pour ses lectures attentives et ses suggestions utiles.

On parle de consommation alimentaire lorsque l'on fait usage ou que l'on achète un produit alimentaire pour sa subsistance. Manger est un acte vital que chaque individu doit satisfaire quotidiennement et qui peut ainsi apparaître comme un acte très ordinaire, du moins dans nos sociétés occidentales. Pourtant, c'est un acte complexe qui peut se différencier selon son contenu, son contexte ou sa situation dans le temps. L'étude du "consommateur" prend son sens dans le domaine des "sciences sociales" dès que l'on analyse ses actions et le fondement de ses actions afin d'anticiper ses besoins actuels ou futurs.

Pour les producteurs ou les entreprises du secteur agricole et agroalimentaire, c'est toute ou partie de leur activité économique qui en dépend. Certaines entreprises peuvent financer des services spécialisés dans les études de la consommation mais en général celles-ci sont très ciblées par rapport aux besoins de l'entreprise. Des chercheurs en sciences sociales de l'Institut National de la Recherche Agronomique (I.N.R.A.) participent également et de manière plus complète et plus diversifiée à l'analyse de la consommation.

Comment étudier le phénomène de consommation ? Et plus particulièrement, comment procède la recherche publique ? **Quelles sont les évolutions** de la consommation depuis 50 ans ? Et de nos jours, **quelles sont les attentes du consommateur** d'une manière générale ?

1. COMMENT ETUDIER LE PHENOMENE DE CONSOMMATION ?

La consommation est un sujet d'étude important dans le domaine des sciences humaines et sociales. Les actions du consommateur ou de l'acheteur sont analysées de différentes façons selon l'angle sous lequel on souhaite l'étudier et les outils dont on dispose. En effet, dans ce domaine, plusieurs facteurs influencent la consommation :

- les facteurs économiques : le revenu, les prix, les taux d'intérêt, l'intervention économique de l'Etat,
- les facteurs démographiques : l'âge, le sexe, les caractéristiques de la famille (taille, composition),
- les facteurs sociaux : ce qui caractérise l'appartenance à un groupe social ; le cadre de vie, le type d'habitat, le type d'activité professionnelle, les loisirs, ... Les individus qui appartiennent à un même groupe social ont des conditions économiques, des modes de vie et des valeurs similaires.

A chaque type de facteurs correspondent des domaines de recherche dans les sciences humaines et sociales : les sciences économiques et la sociologie notamment. Chaque discipline a ses propres fondements théoriques.

1.1. Etude des prix et des revenus

Dans le circuit économique, la consommation est un facteur de croissance et à ce titre, son étude ne peut être négligée. Avec l'investissement des entreprises et les exportations, l'indice d'évolution de la consommation traduit la conjoncture économique d'un pays à un moment donné.

En économie, la consommation se définit par l'utilisation de biens ou de services non durables (ex : produits alimentaires) qui seront détruits immédiatement ou durables (ex : produits électroménagers) qui seront détruits progressivement. On distingue plusieurs types de consommation et on parle de :

- consommation finale lorsqu'un bien ou un service permet de satisfaire directement un besoin du consommateur final (individu ou "ménage" qui est l'entité de référence en matière de consommation en économie) (ex : le pain) ;
- consommation intermédiaire lorsqu'un bien est utilisé dans la production d'un autre bien (ex : la farine pour la production du pain) ;
- consommation marchande lorsque les biens et services s'échangent sur un marché (ex : le boulanger vend du pain au consommateur) ;
- consommation non marchande lorsqu'il s'agit de biens que l'on a produit pour soi-même (ex : jardin potager) ou de services que l'on a obtenus gratuitement ou pour une somme inférieure au coût de revient ;

- consommation individuelle lorsque la consommation d'un produit est propre à un individu ou un "ménage" qui décide de la quantité de produit qu'il va consommer ainsi que du moment de l'achat en fonction de ses besoins et de son revenu (ex : achats alimentaires) ;
- consommation collective lorsque plusieurs individus peuvent satisfaire le même besoin en consommant le même bien ou le même service en même temps. Cela fait référence aux services collectifs non marchands fournis par les administrations publiques (ex : mairie), certains services collectifs pouvant toutefois être produits par le secteur privé.
- Les théories économiques - keynésienne ou néoclassique - permettent de dégager des tendances de consommation en fonction de variables économiques faciles à obtenir tels que le prix des produits et le revenu des ménages.

Le principe de base : le revenu se décompose en deux parties : la consommation et l'épargne. Cette dernière est la part du revenu disponible non consommée. La non consommation peut également consister à renoncer à la satisfaction d'un besoin immédiat pour une consommation future. Les raisons d'épargner sont multiples, par exemple ; se prémunir contre les risques potentiels de la vie (épargne de précaution) ou devenir propriétaire de son logement (constitution d'un patrimoine). L'épargne peut prendre différentes formes, par exemple ; de l'épargne liquide (épargne financière) ou des placements immobiliers (épargne non financière).

Les dépenses de consommation sont également multiples en fonction de la nature des besoins ; alimentation, habillement, logement, santé, loisirs, etc.

L'allocation du revenu à l'intérieur de chacune et entre ces deux parties se fera en fonction des prix des produits mais également en fonction d'autres critères tels que les préférences du consommateur pour un produit par rapport à un autre.

L'objectif des travaux de recherche : 1. montrer et expliquer comment les consommateurs répartissent leur revenu en produits de consommation et en épargne ; 2. à l'échelle d'un pays, mesurer l'influence du revenu global des consommateurs sur la consommation globale.

Bien que ces critères soient indispensables pour l'étude de la consommation, ces analyses économiques ne permettent pas de prendre en considération l'ensemble des motivations qui régissent le comportement du consommateur et d'autres paramètres sont étudiés.

12. Le consommateur et son environnement social

L'étude du comportement du consommateur prend une nouvelle dimension avec la sociologie ou science des faits sociaux humains, puis les disciplines de la gestion et du marketing qui se définissent par l'ensemble des études et des actions qui concourent à proposer des produits satisfaisant les besoins et les désirs des consommateurs et à assurer leur commercialisation dans les meilleures conditions de profit.

La technique d'enquête et l'utilisation d'outils informatiques de traitement des données permettent de récolter et d'analyser des informations plus précises sur les comportements de consommation. Ces informations sont recueillies directement auprès des consommateurs et recouvrent une large palette de paramètres pouvant influencer la consommation.

Le principe de base : le consommateur est influencé par la satisfaction de ses besoins physiologiques, par son environnement social : la famille, les amis ainsi que par le lieu d'achat, les modes, les médias, etc., sans oublier l'importance de la contrainte économique (le niveau de revenu et le prix).

L'objectif des travaux de recherche : faire émerger des tendances de comportement de consommation dans tel groupe social ou tel type de société.

13. Concrètement, sur quels sujets les chercheurs du département SAE2 à l'I.N.R.A. travaillent-ils ?

La consommation alimentaire est l'objet d'étude d'un nombre non négligeable de chercheurs à l'I.N.R.A. principalement regroupés dans le département SAE2 (Sciences Sociales, Agriculture et Alimentation, Espace et Environnement). Des équipes travaillent sur cette thématique en complément de leurs recherches sur les industries agroalimentaires (Toulouse, Montpellier) ou sur l'innovation (Grenoble). Le Laboratoire de Recherche sur la Consommation alimentaire (CORELA) de l'I.N.R.A. à Ivry s'y consacre complètement. Le CORELA regroupe des économistes, des sociologues et des historiens qui travaillent sur quatre grands thèmes de recherche :

La modélisation de la demande qui s'appuie directement sur la théorie microéconomique du consommateur. Selon les différents développements théoriques, elle prend non seulement en compte la contrainte budgétaire mais également des facteurs tels que l'allocation du temps, l'hétérogénéité des agents, l'information et l'incertitude des consommateurs, etc. qui peuvent influencer les décisions du consommateur. Autant d'éléments qui permettent d'étudier la demande de produits en terme de quantités ou de qualités différentes, l'effet de l'information sur les choix et les comportements des consommateurs, etc.

L'analyse de la formation et de l'évolution des goûts et des pratiques alimentaires regroupe des recherches plus fines sur les caractéristiques d'apprentissage alimentaire dans la prime enfance et la transmission des normes alimentaires, le mode d'alimentation des personnes âgées, l'obésité ou encore les pratiques d'alimentation dans les milieux populaires.

L'histoire de la transformation et de la diffusion des produits alimentaires a pour objectif d'expliquer la substitution progressive des produits alimentaires de fabrication industrielle aux produits de fabrication artisanale ou domestique, la diffusion ou non des innovations et les conséquences de celle-ci sur les différences entre les achats alimentaires des différents groupes sociaux à plusieurs époques ou encore l'évolution de la notion de qualification marchande, sanitaire ou nutritionnelle.

Les problématiques de recherche sont nombreuses car mieux appréhender les différentes facettes de la demande est un travail complexe ne serait-ce que parce que chaque consommateur a des connaissances, un comportement et des choix qui lui sont propres. L'étude de cette diversité et de cette complexité intéressent notamment les institutions publiques et les opérateurs privés (producteurs, distributeurs, etc.). Pour les premières, les résultats de ces recherches contribuent notamment à l'orientation des politiques d'information du consommateur et des politiques de santé publique. Pour les seconds, elles sont un moyen de mieux définir les implications pour leurs activités et les stratégies à adopter pour attirer et fidéliser le consommateur.

2. LES EVOLUTIONS DE LA CONSOMMATION ET DES PRATIQUES ALIMENTAIRES DEPUIS 50 ANS

Les données économiques générales sur la consommation sont principalement fournies par l'INSEE grâce aux enquêtes "Consommation alimentaire" réalisées entre 1969 et 1991. Malgré l'arrêt de ces enquêtes publiques, d'autres sources de données étaient disponibles et fournies par SECODIP, Société d'Etudes de la Consommation, de la Distribution et de la Publicité. Les travaux du laboratoire CORELA, notamment, se basent en grande partie sur ces deux sources de données.

Par ailleurs, afin d'obtenir plus de précisions sur le comportement alimentaire en France, d'autres études ont été réalisées à la fin des années 90 : l'enquête INCA, l'enquête Individuelle et Nationale sur les Consommations Alimentaires menée par l'Observatoire des consommations alimentaires et les études du CREDOC, le Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de vie.

A l'inverse de la plupart des postes de consommation des ménages, l'alimentation régresse depuis une cinquantaine d'années. L'importance relative de ce poste a été divisé par 3 entre 1949 et 2001 (INSEE). L'évolution de la part de l'alimentaire est en effet liée à l'évolution du revenu. Si le revenu augmente, la part consacrée à l'alimentation aura tendance à diminuer. Elle était de 33% environ dans les années 60 alors qu'elle n'est plus que de 14% environ de nos jours.

21. Moins de produits bruts et plus de produits transformés

D'une manière générale, les viandes sont les produits les plus touchés par la baisse de la part du budget consacrée à l'alimentation. D'abord parce qu'en cas d'inflation ou de restriction budgétaire, les consommateurs ont tendance à se reporter sur des produits moins onéreux. Ensuite, certaines productions animales telles que les bovins, les porcs ou les volailles doivent faire face à des crises conjoncturelles de plus ou moins grande ampleur. La crise de l'ESB (Encéphalopathie Spongiforme Bovine) de 1996 a eu des conséquences dramatiques pour l'élevage bovin et sur la consommation de viande bovine (voir [J. Adda \(1999\)](#)). A cela, il faut ajouter que la consommation de viande bovine était déjà en baisse depuis le début des années 80 et ce, pour d'autres raisons plus structurelles. D'abord sur le plan financier, les viandes rouges sont globalement plus onéreuses que les viandes blanches. Ensuite, sur le plan nutritionnel, elles sont plus riches en matières grasses que les viandes blanches. Enfin, sur le plan symbolique, le sang de l'animal qui reste présent dans la viande consommée représente sa mort. Certaines catégories de consommateurs telles que les femmes y sont particulièrement sensibles.

Les fruits et légumes frais accusent une baisse également depuis quelques années même si le niveau de consommation n'a jamais été très élevé. Ce sont aussi des produits onéreux et donc sacrifiés en cas de restriction budgétaire. La consommation de fruits et légumes reste cependant difficile à commenter en raison des fortes fluctuations de la demande dues le plus souvent aux fluctuations de l'offre (selon les récoltes), des prix et la pratique de l'autoconsommation (voir [S. Gojard, F. Weber \(1995\)](#)). Pourtant, il est intéressant de noter l'écart de consommation entre les jeunes de 15-24 ans et les personnes âgées de plus de 65 ans. Ces derniers consomment en effet davantage que les premiers. Les études n'ont pas permis de démontrer si cette consommation possède un caractère générationnel ou non. Ce qui signifierait que la consommation de fruits et légumes serait propre à une tranche d'âge en particulier.

La consommation de fromages est restée stable voire a augmenté pour les fromages à pâte molle tels que le gruyère par exemple. La principale raison est que ce type de fromages est de plus en plus intégré dans les préparations culinaires et les industriels notamment les utilisent davantage. Les opérateurs ont su s'adapter à la demande en proposant des produits plus adaptés aux modes de consommation actuels.

Dans la famille des produits laitiers, ce sont les yaourts et desserts lactés qui ont connu les plus fortes augmentations de consommation. Les achats de yaourts ont doublé entre 1976 et 2001 tandis que les achats des desserts lactés ont été multipliés par six sur la même période. Ces produits répondent notamment aux attentes des consommateurs en matière de "plaisir" ou de "santé". Les opérateurs jouent à la fois sur les produits à base de recettes traditionnelles, les produits minceurs ou encore les produits pratiques et

transportables. Les arguments "ferments actifs" ou anti-cholestérolémie sont également un atout pour l'attractivité de ces produits.

Les produits préparés frais, surgelés ou en conserves à base de légumes ou de viandes ont également été très prisés ces 25 dernières années. Les achats ont doublé entre 1976 et 2001. L'activité féminine hors domicile, l'allongement des trajets du domicile au lieu de travail, l'augmentation du temps consacré aux loisirs et l'augmentation du pouvoir d'achat expliquent l'engouement pour les produits élaborés.

Les confiseries, les pâtisseries et les boissons sucrées sont également très prisées depuis les années 80. L'influence des habitudes alimentaires anglo-américaines explique en grande partie cette tendance.

Du côté des boissons alcoolisées, la consommation a quasiment été divisée par deux pour les vins, les bières, les cidres, les liqueurs ou les apéritifs depuis les années 80. Il faut néanmoins noter que certaines catégories de vins ne sont pas touchées par cette baisse. Privilégiant la qualité plutôt que la quantité, le consommateur va substituer le vin AOC au vin ordinaire (voir [D. Boulet, J.P. Laporte \(1997\)](#)). Plusieurs facteurs influencent la consommation de vin dont l'âge. En effet, les moins de 20 ans consomment très peu de vin tandis que les plus de 50 ans en consomment régulièrement. Par ailleurs, plus le repas est festif et plus la place du vin est importante.

Enfin, les eaux minérales, les édulcorants de synthèse, la margarine ou plus généralement les produits "santé" connaissent un véritable succès depuis 25 ans.

La baisse de la consommation de viande ou de fruits et légumes, des produits dits "bruts", se fait donc au profit de produits dits "transformés" : aliments prêts à consommer (plats cuisinés), faciles à consommer en tous lieux (boissons sucrées) ou générateurs de plaisirs (biscuits, confiseries, viennoiseries), qui dénotent une évolution des comportements alimentaires.

22. Le modèle alimentaire "traditionnel" cède la place au "prêt-à-manger"

Si le consommateur des années 50 découvre les avantages du choix et de l'abondance, il reste encore néanmoins "traditionnel" dans sa façon d'organiser ses repas et de s'alimenter. 3 repas par jour et structurés en 3 ou 4 parties : entrée, plat garni, fromage accessoirement et dessert. 60% des femmes restent au foyer et les plats facilitant le travail de la ménagère ne sont pas encore apparus sur le marché.

Aujourd'hui, le modèle alimentaire ne se généralise pas à toutes les catégories de population. Les personnes âgées ont un mode d'alimentation différent des plus jeunes et au sein même de cette population âgée, il existe une disparité des situations selon les régions de résidence ou les catégories socioprofessionnelles par exemple (voir [S. Gojard, A. Lhuissier \(2003\)](#)).

Dans les populations plus jeunes, restant sensible au prix, le consommateur s'oriente vers la facilité en ce qui concerne son alimentation. Ce changement est notamment dû au développement du travail féminin hors domicile. Plus on se rapproche des catégories de population les plus jeunes, plus les repas structurés en 3 ou 4 parties diminuent au profit des repas à plat unique. Le nombre de repas pris hors domicile a quasiment doublé en 30 ans et la majorité de ces repas sont des déjeuners (voir [F. Caillavet, V. Nichèle \(2003\)](#)).

A cela s'ajoute le phénomène des prises alimentaires entre les repas qui s'amplifie de manière alarmante. Que ces prises soient un élément de socialisation sur le lieu de travail ou un péché de gourmandise pour les petites faims, elles sont néanmoins la source d'un déséquilibre alimentaire. La jeune génération, pour ne parler que d'elle, subit les conséquences néfastes du grignotage et des repas déstructurés tant sur le plan nutritionnel que physiologique. L'indicateur de surpoids chez l'enfant est passé de 3% en 1967 à 16,3% en 2000. Chez les adultes, le taux d'obésité était de 6% en 1980 et de 11,3% en 2003. L'obésité touche inégalement les milieux sociaux. D'après une récente étude de chercheurs du laboratoire CORELA, les femmes des milieux populaires, ouvrières et inactives seraient les plus exposées (voir [A. Lhuissier et F. Régnier \(2005\)](#)). Substitution des aliments riches en lipides (matière grasse) par les aliments riches en glucides (sucre), plus de boissons sucrées et de "snacking" et l'alimentation des Français est devenue un problème de santé publique (voir [F. Régnier \(2005\)](#)).

3. DES PREOCCUPATIONS NOUVELLES

31. Vers une meilleure "qualité" alimentaire

Préoccupé par sa santé et celle de sa famille, le consommateur recherche l'équilibre dans son alimentation ainsi que des produits dits de qualité. Comment qualifier et reconnaître cette qualité ? Pour répondre à la demande, les opérateurs de la filière agroalimentaire (producteurs, transformateurs, distributeurs, etc.) ainsi que l'Etat ont développé des signes de reconnaissance depuis les années 80. Ces signes portent sur des qualités finales du produit consommé : gustatives ou nutritionnelles par exemple. En achetant des produits certifiés par un "Label Rouge", le consommateur a la garantie d'un produit aux qualités gustatives supérieures à celle d'un produit courant. Grâce à l'apparition des signes officiels de qualité - l'Appellation d'Origine Contrôlée (A.O.C.) depuis 1935, le Label Rouge en 1960 et le terme d'Agriculture Biologique en 1991 - et à leur reconnaissance de la part du consommateur, le terme de qualité s'installe définitivement dans le domaine alimentaire. Dans ce sens, l'Agriculture biologique a connu l'évolution la plus flagrante. En France, de 1998 à 2002, la consommation

de produits issus de l'AB a connu une croissance de 20 à 30% par an. Toutefois, le terme de "qualité" peut faire référence à des caractéristiques diverses selon le type de produit et l'information reste nécessaire afin de guider le consommateur.

32. Les risques nutritionnels

De la même manière que le manque de qualité, la nutrition est un sujet de préoccupation chez les consommateurs. Par la qualité de l'alimentation, ils espèrent diminuer les risques de santé tels que l'obésité, les maladies cardio-vasculaires, le diabète, etc. Cela se caractérise notamment d'un côté par la baisse de la consommation de viandes et plus particulièrement la charcuterie, de matières grasses, etc. et d'un autre côté par la recherche de nutriments : calcium, protéines, sucres lents et fibres. Cependant, cette adaptation nutritionnelle demande une discipline pas toujours compatible avec les modes de vie actuels et les contraintes économiques.

Les institutions publiques s'inquiètent également des problèmes de nutrition et le Programme National Nutrition-Santé 2001-2005 (PNNS) en est une parfaite illustration. Le Secrétaire d'Etat à la Santé et aux Handicapés s'est associé avec les Ministères de l'Education Nationale, de l'Agriculture et de la Pêche, de la Recherche, et du Secrétariat d'Etat aux PME, au Commerce, à l'Artisanat, et à la Consommation, ainsi que l'ensemble des acteurs concernés, publics ou privés dans l'objectif général d'améliorer l'état de santé de l'ensemble de la population en agissant sur l'un de ses déterminants majeurs qu'est la nutrition.

Les maladies cardio-vasculaires, l'obésité entre autres représentent les cibles à combattre, en augmentant notamment la consommation de fruits et légumes, de produits à teneur en calcium, en réduisant l'apport lipidique journalier et en prescrivant l'augmentation de l'activité physique.

Pourtant, modifier la qualité nutritionnelle de l'alimentation des consommateurs peut s'avérer complexe. De récentes analyses économiques (voir [F. Etilé \(2005\)](#)) montrent qu'en fonction des populations visées par les politiques de santé publique (information ou taxation), ces dernières peuvent s'avérer inefficaces. Des politiques d'information mieux ciblées sur les populations à risque ou des politiques de taxation ou de subvention des produits sur les lieux de restauration collective pourraient s'avérer plus efficaces.

33. Les risques sanitaires

Lors des différentes "crises alimentaires" qui ont caractérisé les années 90 : l'ESB pour le bœuf, la dioxine pour les poulets ou encore les salmonelles pour le fromage au lait cru, la première réaction des consommateurs est de se détourner des produits "fautifs". Cependant, les opérateurs ont su réagir, d'où l'émergence puis la prépondérance de la notion de sécurité alimentaire. Les orientations politiques et les réglementations dans le domaine agroalimentaire ne s'envisagent plus aujourd'hui sans référence au principe de précaution, à la traçabilité et les opérateurs privés sont les premiers concernés par le respect de ces nouvelles normes. Ainsi, la mise en œuvre des politiques de qualité et de traçabilité affirmées ont rapidement permis de rassurer la plupart des consommateurs. Ceux-ci ont également cherché de plus en plus à s'informer sur un secteur qu'ils avaient délaissé depuis de nombreuses années. L'exode rural notamment, a augmenté la distance entre les consommateurs - urbains en majorité - et le monde rural et agricole. La nécessité et les enjeux de la profonde transformation du secteur agricole n'ont pas toujours été perçus ou compris. Depuis quelques années, les campagnes d'information ou les visites d'exploitation sont le reflet d'une volonté des opérateurs des filières agricoles et agroalimentaires ainsi que des institutions publiques d'informer le consommateur sur les dispositifs de production.

Cependant, la notion de "perception du risque" sur les produits alimentaires peut être nuancée (voir [D. Tornay \(2005\)](#)). Les signes permettant d'alerter sur un risque potentiel ne sont pas forcément visibles. Or, les produits concernés par les crises alimentaires de ces dernières années se retrouvent bien dans ce cas de figure. La réassurance des consommateurs est donc possible sur du court ou du moyen terme, elle paraît dans tous les cas plus délicate sur du long terme.

34. Les risques technologiques

Les évolutions technologiques que connaît la filière agricole sont également une source d'inquiétude pour le consommateur. Un manque d'information ou une méfiance vis-à-vis de ce qui peut comporter un risque pour la santé des être humains ou pour l'environnement et le consommateur montre désormais son désaccord avec de nouvelles technologies de production. Les "organismes génétiquement modifiés" (O.G.M.) en sont l'exemple le plus typique. Les informations semblaient confuses et variées sur le sujet dès le départ. Le public a préféré rester prudent et aujourd'hui, les Français y sont majoritairement hostiles. Des enquêtes menées par des chercheurs de l'I.N.R.A. en 2004 (voir [B. Ruffieux \(2005\)](#)) montrent que 89% des français sont opposés à la présence d'O.G.M. dans leur alimentation et 79% pensent que ceux-ci devraient être interdits. Même si cette étude montre également que les comportements d'achats ne sont pas toujours en adéquation avec les déclarations aux enquêteurs, elles sont le reflet d'une prise de position non négligeable pour les pouvoirs publics ou les opérateurs privés. En réponse, les réglementations européennes telles que le règlement n°1830/2003 viennent définir la traçabilité et l'étiquetage de ces O.G.M. sur les produits alimentaires. De son côté, face au débat sur les innovations technologiques telles que les O.G.M., l'I.N.R.A. met en œuvre des

dispositifs de discussion sur l'orientation des programmes de recherche qui associent les acteurs concernés par l'application de ces recherches (ex : O.G.M.-vignes (voir P.B. Joly, C. Marris, A. Bertrand (2004)).

35. Le bien-être animal

Les questions sanitaires ne sont pas les seules à avoir été mises en évidence après les crises alimentaires des années 90. Détaché du cycle de production pendant de nombreuses années, le consommateur ou le citoyen commence à s'inquiéter du traitement des animaux dans les systèmes d'élevage intensifs. A l'heure où la sensibilité des citoyens est de plus en plus grande face aux problèmes écologiques, non seulement ces systèmes ne répondent pas à l'éthique que se forgent les consommateurs mais ils sont également la source de pollutions environnementales diverses. Cependant, il faut bien noter que mise à part la viande de bœuf, les autres types de viandes ne connaissent pas de baisse significative de leur consommation. En effet, après les différentes crises qui ont touché la viande bovine, le consommateur s'est reporté sur la viande de volaille - notamment sur le poulet label - ou de porc. Partagé entre indignation par rapport au traitement des animaux et habitudes alimentaires, le consommateur ne maîtrise pas toujours ses contradictions. Elles ont pourtant une incidence directe sur les décisions politiques en matière d'orientation agricole, sur les réglementations et donc sur le mode de production des éleveurs que ce soit au niveau national ou européen.

La consommation alimentaire est donc un sujet qui évolue dans le temps et qui est très dépendante des différents types de facteurs économiques et sociaux. Les attentes des professionnels et des pouvoirs publics sur les connaissances dans ce domaine sont d'autant plus importantes que leurs orientations commerciales ou politiques sont concernées. A l'heure actuelle, les préoccupations en matière de nutrition, de sécurité alimentaire ou de bien-être animal sont de plus en plus présentes chez les consommateurs, les professionnels et les pouvoirs publics. Chez les consommateurs, elles sont souvent en phase avec les pratiques mais des décalages existent encore entre les connaissances, les attitudes et les choix alimentaires. Les recherches en sciences sociales de l'I.N.R.A. visent ainsi à caractériser la complexité de la fonction de consommation et des pratiques alimentaires et à dégager des critères explicatifs pertinents.

Sources et pour en savoir plus

Sources :

- Journée du département SAE2 (2005) "La consommation alimentaire : de l'emprise des goûts à l'appréhension des risques", Paris, 18 octobre. ([site web](#) de la journée et [ISS, n°3-4/05 - décembre 2005](#))
- F. Régnier (2005) "Obésité, corpulence et statut social : une comparaison France / Etats-Unis", [ISS, n°1, juin 2005, 4 p. \(PDF\)](#)
- C. Combris; B. Ruffieux (2005) "Comportement des consommateurs face aux O.G.M. dans les aliments : les enseignements de l'économie expérimentale", [ISS, n°4-5 janvier 2005. \(PDF\)](#)
- Journée du département SAE2 (2004) "Régulation des risques, principe de précaution et OGM", Toulouse, 15 décembre ([site web](#))
- P.B. Joly, C. Marris et A. Bertrand (2004) "Mettre les choix scientifiques et techniques en débat : l'expérience d'évaluation technologique interactive des recherches sur les O.G.M.-vignes à l'I.N.R.A.", [ISS, n°1, juin 2004, 4 p. \(PDF\)](#)
- S. Gojard et A. Lhuissier (2002) "Monotonie et diversité de l'alimentation : les effets du vieillissement", [ISS, n°5, septembre 2003, 4 p. \(PDF\)](#)
- F. Cavaillet et V. Nichèle (2002) "Activité féminine et consommation hors domicile", [ISS, n°1, octobre 2002, 4 p. \(PDF\)](#)
- J. Adda (1999) "Les consommateurs et la vache folle", [ISS, n°4, décembre 1999, 4 p. \(PDF\)](#)
- D. Boulet et J.-P. Laporte (1997) "Les comportements de consommation de vin en France", [ISS, n°3, juin 1997, 4 p. \(PDF\)](#)
- P. Combris (1997) "La consommation des produits animaux en tendances et perspectives d'évolution", [I.N.R.A. Prod. Anim., 10 \(4\), pp. 267-274. \(PDF\)](#)
- S. Gojard et F. Weber (1995) "Jardins, jardinage et autoconsommation alimentaire", [ISS, n°2, avril 1995, 4 p. \(PDF\)](#)

Plus d'informations :

- Site du [laboratoire CORELA](#)
- Site des unités du département SAE2 : [la carte des unités](#)