



Les comportements alimentaires de demain : tendances à 2030

Bruno Hérault
Chef du Centre d'études et de prospective - MAA

Cercle d'études de la boulangerie et pâtisserie
13 juin 2018

Introduction : une prospective de l'alimentation (1)

Prospective : connaître les tendances passées et présentes pour anticiper les avènements probables et favoriser les décisions souhaitables : *Que savons-nous ? Que peut-il arriver ? Que faire ?*

Le biais prospectif : en s'intéressant à ce qui change, on privilégie l'observation des individus et groupes innovants bien dotés en revenus, diplômes, informations, statuts, relations, etc.

Une analyse de tendances : structurelles, émergentes, contre-tendances, ruptures...

S'appuyer sur les faits objectivés, des tendances avérées, des observations de terrain, des séries statistiques (faible capacité prédictive des sondages d'opinion et enquêtes déclaratives)

Horizon temporel : 2030.

Une société du « bla-bla alimentaire »...



Introduction : "on mange comme on vit" (3)

Hier l'alimentation faisait la société ; aujourd'hui la société fait l'alimentation

On mange comme on vit : cohérence des modes de vie et des activités humaines ; le "mangeur" comme une des facettes de "l'acteur social"

Tout n'est pas alimentaire dans l'alimentation : politique, social, religieux, juridique, technologique, scientifique, économique, etc.

Ne pas confondre "consommation" (distribution, commerce, achats), "alimentation" (cuisine, repas, emplois du temps) et "nutrition" (nutriments, calories, énergie, etc.).

Physique et psychique (conduites) : physiologique et mental

Vie privée et espace public : tensions, contradictions

Plan exposé :

- 1. La mondialisation des systèmes et des conduites alimentaires**
- 2. Prospective des conduites alimentaires en France**



Plan exposé

1. La mondialisation des systèmes et des conduites alimentaires



2. Prospective des conduites alimentaires en France



Évolutions mondiales des conduites alimentaires

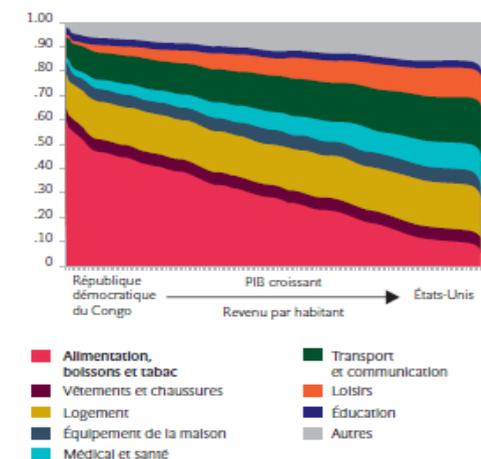
- « On mange comme on vit ».
- Les facteurs structurels : urbanisation, métropolisation, marchandisation, salarisation, féminisation, numérisation, développement de couches moyennes consommatrices.
- Partout la recherche d'une alimentation plus fonctionnelle, intercalaire, pratique, flexible.
- Réduction et fractionnement des temps alimentaires, développement des IAA, nouveaux circuits de distribution, individualisation, etc.
- Des valeurs (santé, praticité, bien-être animal, développement durable, etc.) et tendances (diététisation, médicalisation) partout montantes.

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



Source : Khans, 2010

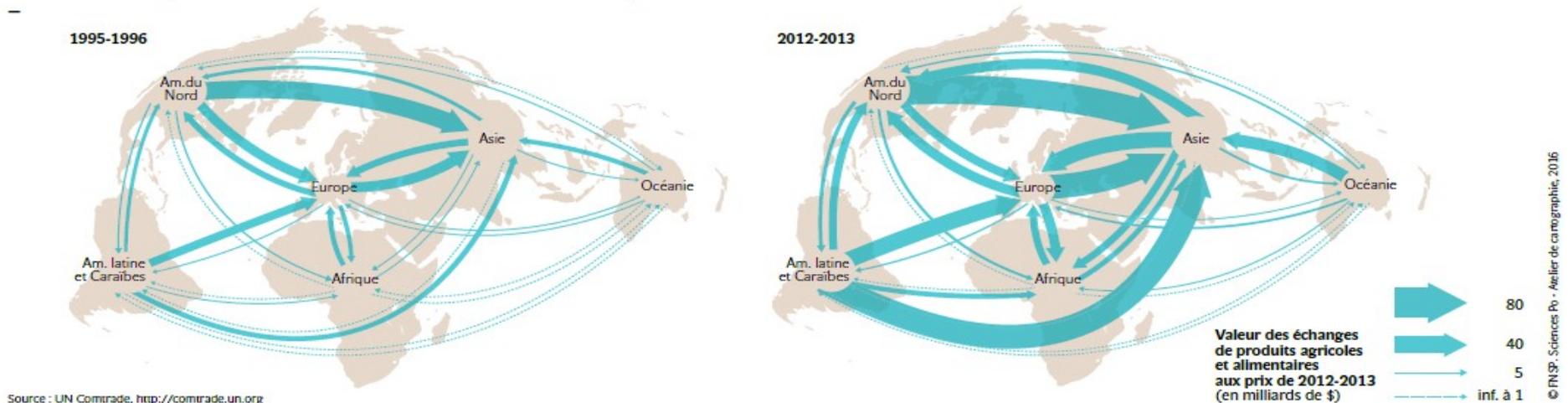
Évolution de la répartition du budget des ménages pour un revenu croissant : allocation moyenne d'1 \$ par catégorie de dépense



Le commerce international des produits agricoles et alimentaires

- Environ 1400 milliards de dollars.
- Multiplié par 7 en cinquante ans en volume, mais réduction dans la part du commerce international (de 20% à 8%).
- Une bascule du Nord vers le Sud, de l'Europe vers l'Asie, de l'Atlantique vers le Pacifique (imports comme exports), la poussée des grands émergents, de nouvelles émergences.
- Chaines globales de valeur, interdépendances importations-exportations, commerce intra-firme.

Évolution des échanges intercontinentaux : une bascule vers l'Asie et le Pacifique

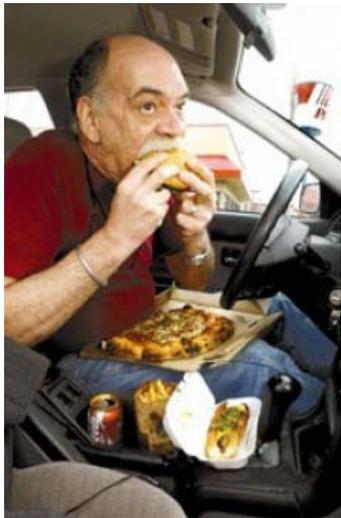


Santé, bien-être, naturalité

- Valorisation de la performance individuelle et de l'esthétique, lutte contre les conséquences du vieillissement
- Recherche d'aliments sans allergènes
- Volonté d'éviter certaines pathologies, les maladies métaboliques
- Recherche d'une alimentation enrichie à fonction nutritive ciblée
- Éloignement du monde agricole, méconnaissance de la filière alimentaire et des modes de production
- Nouveaux rapports à la nature
- Recherche d'aliments sans ingrédients artificiels, sans OGM, « sans »...
- Limitation de la chimie en production agricole, demande de bio
- Baisse de la consommation de protéines animales, flexitarisme, sensibilité au bien-être animal, protéines végétales



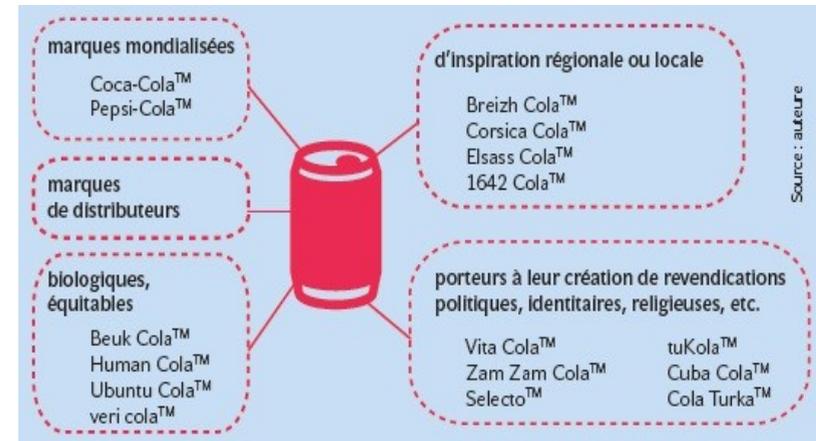
Nouvelles pratiques d'achat et de consommation



- Digital, internet, blogs, sites prescripteurs, réseaux sociaux, alimentation connectée
- Réduction des temps alimentaires, fractionnement des prises, simplification des repas, recherche de praticité, prêt-à-manger, livraisons à domicile
- Nomadisme, mobilité, *snacking*, nouveaux lieux et moments de consommation
- Changements générationnels, perceptions
- Consomm'acteur : recherche de prix bas et de gain de temps, consommer moins (frugalité), consommer mieux, arbitrages « plaisir »
- Individualisation, diminution de la taille des ménages, personnes seules : formats individuels, découpe, personnalisation
- Communautés alimentaires : affirmations identitaires, régimes spécifiques, styles de vie, consommations particulières, hyper-segmentation

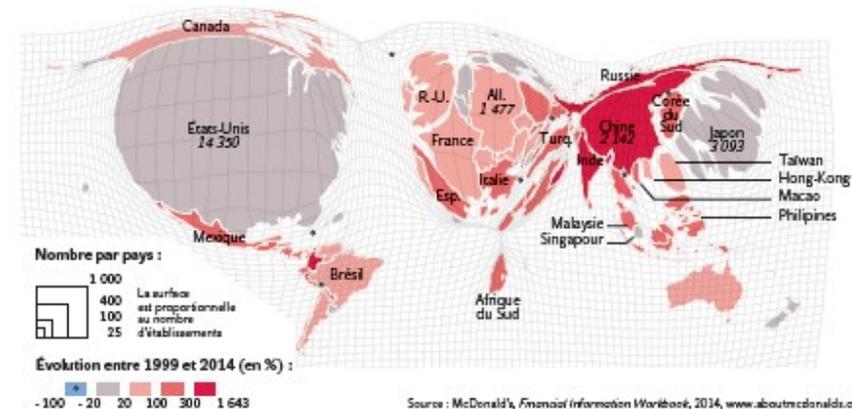
Mondialisation et antimondialisation

- Nouvelles expériences liées à la mondialisation : exotisme, ouverture à de nouvelles cultures culinaires
- Phénomènes de réinterprétation, hybridation, et recréation selon les contextes locaux
- Un mangeur « glocalisé »
- Une contre-tendance localisante
- Authenticité, patrimoine culturel, signes de qualité, nostalgie, recettes et goûts de l'enfance
- Protection de l'environnement et des ressources

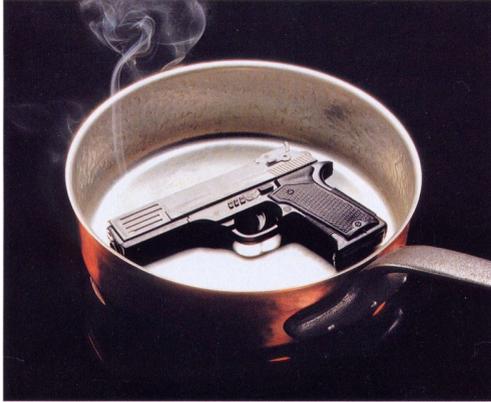


CARTE 5.20

Implantation des établissements McDonald's, 2014



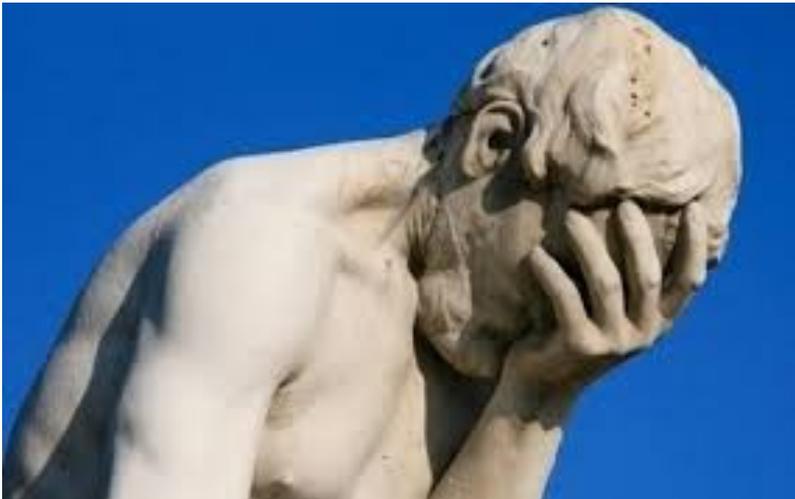
Quête de sens



- « Société du risque », risques alimentaires, crises sanitaires, défiance
- Individualisation, autonomie, libre choix
- Demande de « transparence », d'informations sur les pratiques agricoles et les modalités de production, redevabilité
- Transparence aussi sur les processus industriels, la composition des produits, leur traçabilité
- Moins de gaspillage, moins d'emballages, produits à la coupe, suivi des flux, capteurs intelligents
- Alimentation durable, environnement, produits écologiques, consommations collaboratives

Tendances émergentes ? Faits porteurs d'avenir ?

- Équitable, « éthiquable », rémunération des producteurs ?
- Proximité géographique, local, circuits courts ?
- Proximité relationnelle, « lien social »
- « Reprendre le contrôle » de son alimentation : faire soi-même, cuisine loisir ?
- Consommateur stratège ?
- Prix de revient, relations commerciales, partage de la valeur, « juste rémunération » ?



Conclusion 1

Le système alimentaire comme l'un des plus vastes, complexes et sophistiqués de tous les systèmes humains : transférer au moins trois fois par jour, de la fourche à la fourchette, des denrées saines et contrôlées répondant à des besoins très diversifiés.

Diverses corporations rivaliseront pour s'exprimer sur le "bien manger" : oppositions des discours, des objets de discours et des canaux d'expression.

Vers une utopie alimentaire : le mangeur devra gérer les contradictions croissantes entre un "idéal alimentaire" et un "réel alimentaire".

Vers une anomie alimentaire : perte de repères, accroissement de l'anxiété et de la culpabilisation.

Un mangeur de plus en plus complexe : un même individu aura des conduites différentes selon les heures, les jours, les moments de l'année, les lieux, les interactions sociales, les occasions, etc. (flexitarisme généralisé)

Conclusion 2

Client final, besoins sociaux et demande économique prennent de plus en plus d'importance.

Les mangeurs ne veulent plus seulement « acheter », « cuisiner », « se nourrir ».

Ils veulent consommer librement des services alimentaires sophistiqués : acheter des solutions intégrées, adaptées à la variété de leurs prises alimentaires quotidiennes, en adéquation avec leurs styles de vie.

L'alimentation perd sa valeur économique mais prend une forte valeur culturelle.

1) Nous n'avons jamais consacré aussi peu d'argent à nous nourrir, 2) le prix est un déterminant fondamental de l'achat, 3) les arbitrages sont défavorables au poste “alimentation”, 4) mais ce prix est une source récurrente de mécontentement.

Merci de votre attention

Le CEP :

<http://agriculture.gouv.fr/centre-d-etudes-et-de-prospective>

Ses publications :

<http://agriculture.gouv.fr/publications-du-cep>

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/>

<http://veillecep.fr>

Bruno Hérault, chef du CEP, bruno.herault@agriculture.gouv.fr 01 49 55 85 75