



© Pascal Xicluna/min.agri.fr

ENQUÊTE L'ALIMENTATION DES FRANÇAIS

Pour la quatrième année consécutive, 1 000 personnes ont été interrogées sur leurs habitudes et dépenses alimentaires. Cette enquête a été réalisée au cours de l'été 2009 pour le ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche, par le centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Credoc).

EDWIGE COUET-LANNES

Les deux précédentes enquêtes réalisées en 2007 et 2008 ont révélé des changements importants dus notamment à l'augmentation des prix des produits alimentaires : les consommateurs affirmaient alors rechercher moins de qualité et de marques et donner la priorité aux prix dans leurs achats de produits alimentaires. « En 2009, constate Pascale Hébel du Credoc, les tendances observées se stabilisent. Pourtant quelques signaux de recherche de sens se font jour – consommation de produits durables, d'origine régionale, apportant du goût – et annoncent une évolution des représentations de l'alimentation. »

LES PRIX SE STABILISENT EN 2009

Si, depuis 2007, l'évolution du pouvoir d'achat est une préoccupation majeure pour le consommateur, l'année 2009 annonce le retour à la consommation. Alors que le début d'année est marqué par la crise et la montée du chômage, l'inflation sur les produits alimentaires diminue de 1,7 point en milieu d'année 2009. La sensibilité aux prix s'est alors stabilisée. Le prix reste le premier critère de choix d'un magasin (36,2% en premier choix), mais l'enquête montre que les critères de variétés de produits, de renommée de magasin progressent légèrement.

La fréquentation des super et hypermarchés augmente de nouveau (69,2% en 2009 contre 66,2% en 2008).

Les commerces de proximité (petits commerçants, marchés) voient leur fréquentation diminuer.

Les achats dans les *hard discount*, qui avaient fortement progressé en 2008 (9,3% en 2007 et 15,2% en 2008), se stabilisent en 2009 avec une clientèle moins âgée et aux revenus plus modestes que celle des marchés.

Interrogé sur les restrictions que les consommateurs peuvent être amenés à faire, le panel sondé met en premier les boissons alcoolisées (45,8%, soit une chute de 16 points par rapport à 2007), en second les plats préparés (30%) et l'épicerie sèche (10%).

Après une année 2008 de restrictions, les consommateurs veulent acheter, mais en donnant du sens à leurs achats. Ils plébiscitent les critères éthiques au sens large : la qualité des aliments, les garanties d'environnement et du bien-être animal, la proximité de la production progressent entre 2008 et 2009. L'enquête 2009 enregistre une hausse de 4% des consommateurs qui se déclarent prêts à payer plus cher si le produit offre des garanties de respect de l'environnement et de bien-être animal, et une hausse de 2% pour l'achat des produits issus du commerce équitable. Une nouvelle tendance de consommation apparaît : la réalisation de soi à travers l'achat de produits défendant le développement durable.

PLAISIR ET SANTÉ EN HAUSSE

Si les prix ont baissé de 1,7% en 2009, l'alimentation reste avant tout une

Pour en savoir plus
www.agriculture.gouv.fr
rubrique alimentation



nécessité. La notion de survie reste prépondérante même si elle diminue (40,8 % en 2009 contre 44,5 % en 2008). Dans le même temps, la dimension de plaisir progresse de 1,9 point (38,1 % en 2009 contre 36,2 % en 2008).

Dans la définition de la qualité d'un produit alimentaire, le critère goût progresse de 2,5 points par rapport au baromètre de 2008 (96,3 % contre 93,8 %), et la dimension santé augmente de 1,6 point (20,9 % en 2009 contre 19,3 % en 2008). Dans ce domaine, le message relatif à l'alimentation le plus retenu est "manger 5 fruits et légumes". Il progresse de 17 points en deux ans.

AGRICULTURE ET ALIMENTATION

Concernant la politique de l'alimentation menée par les pouvoirs publics, l'item "encadrer les prix des produits de première nécessité pour permettre à tous de se nourrir" a le taux de réponse le plus élevé (27,7 %). Dans le contexte des crises agricoles (lait, fruits et légumes), le baromètre enregistre une hausse de 6 % du nombre de sondés qui déclarent souhaiter que la politique de l'alimentation soit destinée à « *maintenir l'activité agricole et l'emploi dans le domaine agroalimentaire en France.* »

Dans un contexte de polémique sur la formation des prix entre les producteurs et la grande distribution, l'image des distributeurs baisse de huit points entre 2008 et 2009. Le contexte de crises économique et financière crée un besoin accentué d'être rassuré, qui passe par une attention renforcée vis-à-vis des ministères dont l'image s'améliore (+3 points pour le ministre de l'alimentation,

de l'agriculture et de la pêche et +2 points pour le ministre de la santé et des sports). Les organismes de recherche et d'alerte gagnent quatre points. Pour obtenir de l'information sur l'alimentation, les sondés font d'abord confiance aux professionnels de la santé (35 %). Viennent ensuite les associations de consommateurs (19 %), puis les agriculteurs (10 %), et les petits commerçants (10 %). La famille bénéficie d'un taux de confiance de 8 %, un résultat en baisse de deux points par rapport au baromètre 2008.

Le risque qui inquiète le plus est celui du traitement sur les cultures qui progresse de 17 points entre 2006 et 2009. En seconde position, les sondés placent les épidémies animales. Les organismes génétiquement modifiés (OGM) arrivent en troisième place, avec une baisse de trois points par rapport à 2006. Les risques sanitaires tels que les microbes et les bactéries progressent, après deux années de baisse, pour arriver en 5^{ème} position, après la contamination des aliments par les polluants présents dans l'environnement.

LES COURS DE CUISINE : UN RETOUR À LA TRADITION

À la question « *En quoi devrait consister l'éducation en alimentation* », l'item "Apprendre à cuisiner" est celui qui a le plus augmenté entre 2008 et 2009 (51,6 % des réponses en premier, second ou troisième choix). Les items "Apprendre à manger équilibré", "Apprendre les règles d'hygiène" et "Initier au goût" progressent également et ils restent prédominants par rapport à la demande de cours de cuisine.

Ce regain d'intérêt pour la cuisine s'exprime depuis 10 ans avec l'essor de cours ou d'ateliers de cuisine, devenus une nouvelle activité de loisirs. À la télévision, le contenu des émissions de cuisine a évolué : des recettes plus rapides et réalisées avec des produits simples. Le nouveau credo est la cuisine simple, rapide, pas chère.

La perte de transmission entre générations des règles de base de la cuisine est davantage perçue par les générations anciennes. Elles déclarent regretter le savoir-faire de leurs parents. À l'opposé, les jeunes (15-24 ans) déclarent vivre la cuisine comme une corvée et ils souhaitent y consacrer le moins de temps possible. Il est vrai que la pratique culinaire se construit au fil du temps et les jeunes n'ont pas assez d'expérience de la cuisine pour l'apprécier à sa juste valeur ●

OÙ FAIT-ON SES COURSES ?

Si les très grandes surfaces sont un lieu de courses pour presque tous les consommateurs, il n'y a pas pour autant d'exclusivité de lieu d'achat. Un même ménage achète dans différents lieux.

SUPERMARCHÉ, HYPERMARCHÉ : 94 %

► **Les plus jeunes :** 98 % des 18-24 ans, 96 % des 25-34 ans, 95 % des 35-49 ans ;

► **Les couples avec enfant(s) :** 97 %

► **Les plus aisés :** 97 % des ménages gagnant entre 1 904 et 3 809 €/mois et 97 % des ménages gagnant plus de 3 809 €/mois.

MARCHÉ : 60 %

► **Régions :** sud-ouest (70 %), sud-est (69 %), région parisienne (65 %) ;

► **Les plus diplômés :** 65 % niveau bac, 69 % bac+2, 68 % bac+3 et plus ;

► **Les plus aisés :** 76 % des ménages gagnant plus de 3 809 €/mois.

PETITS COMMERCES : 56 %

► **Régions :** région parisienne (66 %), ouest (64 %), sud-est (60 %) ;

► **Les plus jeunes :** 65 % des 18-24 ans, 57 % des 25-34 ans, 60 % des 35-49 ans ;

► **Professions :** agriculteurs, artisans, commerçants (61 %), libérales (69 %) ;

► **Les plus diplômés :** 68 % niveau bac+2, 70 % bac+3 et plus.

HARD-DISCOUNT : 46 %

► **Peu fréquenté :** chez les 65 ans et plus (29 %) et chez les plus aisés (27 % des ménages gagnant plus de 3 809 €/mois) ;

► **Régions :** banlieue parisienne est (61 %), ouest (50 %) et dans l'est (60 %) ;

► **Les foyers :** avec enfant(s) (52 %) ;

► **Professions :** employés (59 %), ouvriers (62 %) ;

► **Les moins diplômés.**

FERME : 13 %

► **Les plus âgés :** 16 % des 50-64 ans, 16 % des 65 ans et plus ;

► **Régions :** nord (36 %), ouest (18 %), méditerranée (15%), sud-ouest (5 %) ;

► **Communes :** rurales (18 %) ;

► **Professions :** agriculteurs, artisans, commerçants (18 %), retraités (19 %).

Source : Baromètre alimentation 2009, ministère de l'alimentation de l'agriculture et de la pêche, Credoc.