POUR PASCALE HEBEL DU CREDOC

«Le contour de l'assiette change»

Un consommateur plus connecté qui recherche une fortification nutritionnelle. L'aliment de demain devra être produit en respectant l'environnement et la biodiversité. Le public, dans sa recherche de rassurance privilégiera la proximité, le lien social et la vente directe, autant de gages de transparence. Les tendances lourdes exprimées par Pascale Hébel, du Crédoc.

Histoire de se mettre en appétit à l'issue de l'assemblée générale, les adhérents de la Coopérative Agricole Lorraine ont goûté *«aux tendances alimentaires»*, sorties de la bouche de Pascale Hébel, directrice du pôle «consommation et entreprises» du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie, en abrégé le Crédoc. Un demi-siècle que cet organisme public scrute les moindres faits et gestes du consommateur, de l'agent économique et de l'acteur de la vie sociale pour ne rien ignorer de leur comportement et anticiper sur leur évolution.

Pascale Hébel : «Nous assistons à une très forte progression de la naturalité».

Un mot clé par tranche de dix ans

En 1978, le Crédoc a déployé un dispositif permanent d'enquêtes qui lui permet aujourd'hui de disposer de données suffisamment précises pour mesurer les tendances générationnelles. *«Des changements profonds de valeur sont en train de s'opérer»* entonne Pascale Hébel, en projetant une diapositive qui attribue, en partant du début du XX^{e} siècle, un mot clé par tranche de dix ans. Cela donne respectivement : pénurie, rationnement, réfrigérateur, robot électrique, hypermarché, aliments-services, Low Cost, Internet ou plateaux repas, nomades… et un point d'interrogation pour la génération qui franchit le cap du XXI^{e} siècle : parlant.

Le sandwich explose

Huit français sur dix vivent aujourd'hui en ville et les femmes ont pris une part importante dans la vie active. *«Cette féminisation de la société a pour conséquence une diminution des tâches ménagères, un besoin d'aliments services et la modification des repas principaux»* note l'intervenante. Autre évolution notoire : des français de plus en plus connectés grâce à l'essor du smartphone et des usages internet de mobilité, avec comme conséquence une part croissante des courses qui se pratique à distance. Les plus jeunes subissent des contraintes économiques fortes, en particulier pour leur logement, et réduisent leur budget alimentaire, tout en dépensant plus pour les loisirs. *«Les écrans prennent de plus en plus de temps»* confirme Pascale Hébel. Si le rendez-vous de 12h30 autour d'une table reste une singularité hexagonale, *«le contour de l'assiette change»*.

Chaque génération mange moins de légumes que la précédente, observe la chercheuse et depuis les années 80, la baisse de la consommation de viande est avérée, sous l'effet des campagnes anti-gras. Le mode alimentaire s'est simplifié, le temps de repas diminue, les jeunes ont tendance à supprimer l'entrée et le dessert. *«A la place, le sandwich explose !»*. Même chose pour la pizza qui représente désormais un repas par semaine.

Les régimes alimentaires évoluent vers plus de glucides et de lipides, aujourd'hui réhabilités, tandis que les protéines, qu'elles soient animales ou végétales, baissent globalement. Les enjeux d'une alimentation durable se résument autour de quelques formules clés : *«nutritionnellement adéquate et saine ; culturellement acceptable, accessible, équitable et abordable ; à faible impact environnemental, respectueux de la biodiversité et des écosystèmes»*. Si le bien-être animal est une préoccupation particulièrement exprimée en Grande-Bretagne et dans les pays scandinaves, la Pologne redoute les additifs, tandis que la France, l'Allemagne et la Belgique sont obnubilées par les pesticides.

Qualité avant-tout bio

Ingénieure agronome de formation, Pascale Hébel connait son public et formule pour lui les évolutions à imaginer au niveau de la production, pour rechercher du résultat nutritionnel à travers les oméga 3, les vitamines B, le magnésium, les fibres… *«Il y a nécessité de revoir la sélection des variétés plus riches en nutriment (et ne plus privilégier le rendement à tout prix) et les techniques agronomiques»*.

Un autre élément non négligeable à prendre en compte est le besoin de rassurance face aux crises, qu'elles soient économiques, sanitaires ou en lien avec des fraudes. La crise de la vache folle en 1996, le pouvoir d'achat en baisse entre 2008 et 2011, la fraude à la viande de cheval en 2013 et le fipronil en 2017 sont autant d'épisodes qui ont marqué durablement l'esprit du consommateur.

Le mot *«pesticides»* est systématiquement cité dans les enquêtes sur les fruits et légumes et les produits à base de céréales et de pain. *«Nous assistons à une très forte progression de la naturalité»*, tranche Pascale Hébel en exprimant immédiatement la traduction dans les esprits : *un aliment de qualité est avant tout bio, en produit brut, donc naturel et local»*.

Même si cette perception n'a rien de scientifique. Pour elle, la rassurance se gagne sur le terrain de la proximité, avec du lien social, par exemple par la vente directe. La transparence n'est plus négociable, elle s'acquiert par le sourcing de l'origine et en accueillant le public sur les fermes. La représentante du Crédoc termine en tordant le cou à la soi-disant mauvaise réputation de l'agriculteur, qui se classe au troisième rang des acteurs en qui on a confiance, un peu comme les petites entreprises de transformation. Tout à fait l'inverse de la grosse industrie agroalimentaire dont l'image est catastrophique.

Propos recueillis par Jean-Luc MASSON