



Peur au  
ventre  
ou  
espoir  
nourri ?

© Christophe MATRE/INRA



TNS-Sofres, premier organisme français d'enquêtes et de sondages d'opinion, révélait au premier semestre 2008 les résultats d'une vaste étude sur les Français et l'alimentation, réalisée pour l'Association nationale des industries alimentaires. Muriel Humbertjean, directrice générale adjointe, en commente les résultats sur ce sujet crucial et qui fait de plus en plus l'actualité par les craintes et les espoirs qui y sont liés, en matière de sécurité sanitaire, de hausse des prix et de qualité nutritionnelle.

Par **Jérôme Alberola**

*Culture Cuisine : Quelle est la force du rapport des Français à leur alimentation et dans quels domaines se sont produites les évolutions les plus remarquables dans leurs pratiques alimentaires ?*

**Muriel Humbertjean :**

Les Français entretiennent un rapport fort à leur alimentation. C'est le seul domaine dans lequel ils déclarent n'avoir pas envie de réduire leurs dépenses, alors que nous sommes dans un contexte de crispation aiguë en matière de pouvoir d'achat. Une étude récente montre par ailleurs que la part consacrée à ce poste dans le budget des ménages français est supérieure à celle des autres pays développés. Ce rapport à l'alimentation s'est aussi complexifié depuis dix ou quinze ans. Aujourd'hui, les Français ne mangent plus seulement pour se faire plaisir par la gastronomie, ou pour se nourrir simplement afin d'apporter des calories à l'organisme, mais également pour préserver leur capital santé. Cette motivation s'affirme de plus en plus, en se traduisant de diverses manières. Nos compatriotes sont très attentifs aux qualités nutritionnelles et à l'équilibre des produits, comme à la sécurité alimentaire. Lorsqu'on leur demande ce qu'ils jugent



© Sylvie COLLEU/INRA

le plus efficace pour préserver leur santé, leur première réponse est « une alimentation variée, saine et équilibrée » devant la pratique sportive, le sommeil ou l'absence de stress. À contrario, lorsqu'on les sonde sur les causes de l'obésité, ils n'invoquent pas le temps passé devant la télévision, le manque d'éducation alimentaire ou d'exercice physique, mais le déséquilibre de l'alimentation. Au-delà des aspects nutritionnels, les enquêtes d'opinion révèlent des sujets d'inquiétude ou d'intérêt exprimés par les Français qui n'étaient pas mentionnés il y a quinze ans : la traçabilité des denrées, l'hygiène et la dimension du développement durable.

bilité des denrées, l'hygiène et la dimension du développement durable.

*CC : N'arrivons-nous pas à une situation paradoxale, les Français plébiscitant à la fois le bio et les alicaments ?*

**MH :** Non, parce qu'il n'y a pas de contradiction dans la consommation ou la simple appréhension de ces deux types de produits par les consommateurs. Dans l'esprit des consommateurs, l'alternative n'est pas naturel (le bio) versus artificiel (les alicaments). Elle est

entre ce qui est bon ou non pour leur santé. Le bio et les alicaments étant perçus comme bénéfiques, il n'y a pas de paradoxe dans leur consommation simultanée ou combinée.

*CC : De manière globale, comment les Français jugent-ils l'offre alimentaire qui leur est proposée au pays de la bonne chère, de la haute gastronomie mais aussi de Mac Donald's et Quick ?*

**MH :** Les craintes ou dénonciations de la malbouffe et de l'invasion des modes culinaires américains, avec Mac Donald's pour emblème, se sont estompées depuis quelques années. Ce n'est d'ailleurs pas le fait du hasard si Mac Donald's a choisi la France comme pays pilote en Europe pour développer des innovations alimentaires autres que ses hamburgers, salades notamment. Il n'y a pas forcément d'opposition entre les divers types

d'alimentation, car nous sommes dans une société de consommation patchwork, les gens achetant selon leurs envies du moment des produits de hauteurs de gamme très variées pour se nourrir, s'habiller ou toute autre chose.

De manière générale, pour plus des trois quarts d'entre eux, les Français portent un jugement favorable sur l'offre alimentaire qui leur est proposée, qu'il s'agisse de la variété des produits, de leur facilité de préparation, de leurs qualités gustatives et de celles de leurs ingrédients ou encore de la sécurité sanitaire des aliments. Cette bonne appréciation va à l'encontre de certaines idées reçues selon lesquelles nous mangerions de plus en plus mal. On peut y voir un « accusé de réception » des efforts accomplis par nombre d'agriculteurs et d'industriels de l'agro-alimentaire pour rassurer une population devenue vigilante à

### Santé : je mange donc j'agis !

Pouvez-vous me dire parmi les comportements suivants ceux qui, selon vous, sont les plus importants pour préserver sa santé ?



la suite de révélations inquiétantes.

*CC : Le monde alimentaire a justement été secoué par des crises plus ou moins fondées (poulets à la dioxine, vaches folles, grippe aviaire et viande bovine d'hypermarché contaminée au début 2008). Les conséquences sur la confiance citoyenne dans les industries alimentaires ont été d'autant plus négatives que l'impact psychologique de ce que nous avalons renvoie plus à la croyance qu'à la raison. Qu'en est-il aujourd'hui ?*

**MH :** Il est vrai que le rapport de confiance des Français envers les opérateurs de l'alimentation a été ébranlé durant les deux dernières décennies. Mais les crises portent toujours en elles-mêmes leur antidote. Nos concitoyens ont conscience des efforts faits par les professionnels pour limiter les risques. 58 % disent que les industriels maîtrisent mieux les risques qu'il y a une dizaine d'années, 13 % pensant le contraire. Il est d'ailleurs intéressant de souligner que les Français ont autant confiance dans les industriels que dans les pouvoirs publics pour assurer la sécurité des produits alimentaires. C'est assez inhabituel dans notre pays, où on l'accorde généralement davantage de crédit aux contrôles administratifs qu'à l'action des entreprises suspectées de ne considérer que leur seul intérêt financier.

*CC : Alors que le thème du développe-*

*ment durable (préoccupations citoyennes et écologiques) est désormais installé au cœur de tous les débats, le sentiment de responsabilité environnementale des achats se développe t-il en matière alimentaire et, le cas échéant, comment s'exerce t-il ?*

**MH :** Le développement durable couvre trois grands axes en matière d'alimentation. La santé est le premier. Le commerce équitable est le deuxième. L'impact environnemental et écologique des modes de culture agricole mais aussi des emballages est le troisième. Il existe des différences entre ces trois dimensions. L'impact sanitaire des aliments a fait l'objet d'une forte prise de conscience dans l'esprit des Français, avec des choix de consommation. De fait, dans le classement des préoccupations des personnes sondées, la santé arrive, avec les attentes gustatives, bien devant le commerce équitable ou l'impact environnemental.

Cela dit, ces deux derniers points réalisent des scores qui ne sont pas négligeables : 10 % des Français tiennent par exemple compte de l'impact environnemental d'un produit alimentaire au moment de l'acheter. Ce pourcentage grimpe à 30 ou 40 % dans les classes socioculturelles les plus élevées. On constate aussi que les deux tiers de la population se déclarent prêts à payer plus cher des produits alimentaires plus écologiques ou issus du commerce équitable. Il s'agit donc d'une véritable tendance de fond appelée probablement à s'amplifier.

*CC : Autre thème d'actualité en France depuis la dernière campagne présidentielle : le pouvoir d'achat des Français en général et son érosion en raison de la hausse du prix des matières premières de l'agro-alimentaire. Que révèle votre étude sur ces sujets, encore source d'incertitudes économiques et de craintes sociales ?*

**MH :** Comme je vous l'ai précisé en début d'entretien, nous sommes clairement dans une période de grosse crispation dans la société française en matière de pouvoir d'achat. Dans ce contexte, l'alimentation est en première ligne, car c'est sur ce poste de dépense que les Français font le plus attention, devant le carburant et l'énergie domestique. De surcroît, les trois quarts des sondés estiment que la part de l'alimentation dans leur budget a déjà augmenté au cours des dernières années. La sensibilisation est ainsi très forte dans ce domaine. Au point que lorsqu'on demande aux Français quels sont leurs principaux critères d'achat d'un produit alimentaire, la première réponse est le prix devant la date de péremption ! Pour autant, il faut rappeler que les Français n'ont pas envie de se priver – ou de priver leurs enfants – d'une alimentation bonne au goût, saine et équilibrée : l'alimentation est le poste où ils entendent le moins réduire leurs dépenses. D'ailleurs, s'ils constatent une inflation des prix, ils estiment également que le rapport qualité/prix est resté stable, et donc que la qualité elle aussi a monté, ce qu'ils apprécient. Il y a donc beaucoup d'ambivalence et de tension, dans l'esprit de nos concitoyens, face à la montée des prix alimentaires.

*CC : Cela explique aussi le succès des hard-discounters comme Leader Price...*

**MH :** En effet, mais aussi celui des marques premiers prix des hypermarchés, dont les produits apportent aux yeux des consommateurs les garanties de base en terme de sécurité alimentaire et de nutrition. ●

