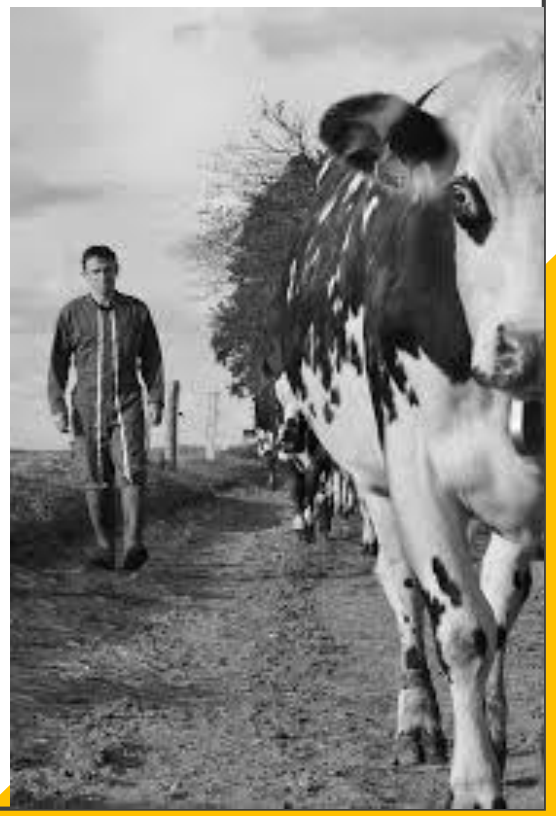
# LES ATTENTES DE LA SOCIETE A L'EGARD DE L'ALIMENTATION ET DE LA FILIERE LAITIERE



*Véronique PARDO – CNIEL – Pole Prospective*

# Connaître et mesurer les demandes sociétales au Cniel

*Sources multiples*:

- Veilles scientifiques (sécurité alimentaire, nutrition, élevage, environnement, RS, BEA…) et Veille Médias
- Activité et thèmes sur les réseaux sociaux
- Etudes et recherche
  - CAF étude multi clients Crédoc menée tous les 2 ans
  - Baromètre d'image de la filière : étude IFOP/CNIEL (1000 interviews représentatives de la population française 15 ans et + par téléphone chaque année depuis 2010)
  - Plate-forme d'écoute des consommateurs : étude Crédoc/OCHA /CNIEL (2000 interviews 18 ans et +, en ligne) 2019/2020/2021
  - Baromètre OCHA/ CNIEL/CREDOC INQUIETALIM 2019/2020/2021
  - Thèses de doctorat – Réseaux de chercheurs
  - *+ Projet FL 2030: retours experts, professionnels….*

# SOCIÉTÉ FRANÇAISE : UNE FRANCE À 2/3 VITESSES …

- Un rebond des dépenses de consommation post crise

- Des Français inquiets sur l'avenir. Des tensions fortes sur le pouvoir d'achat, une attention accrue au prix

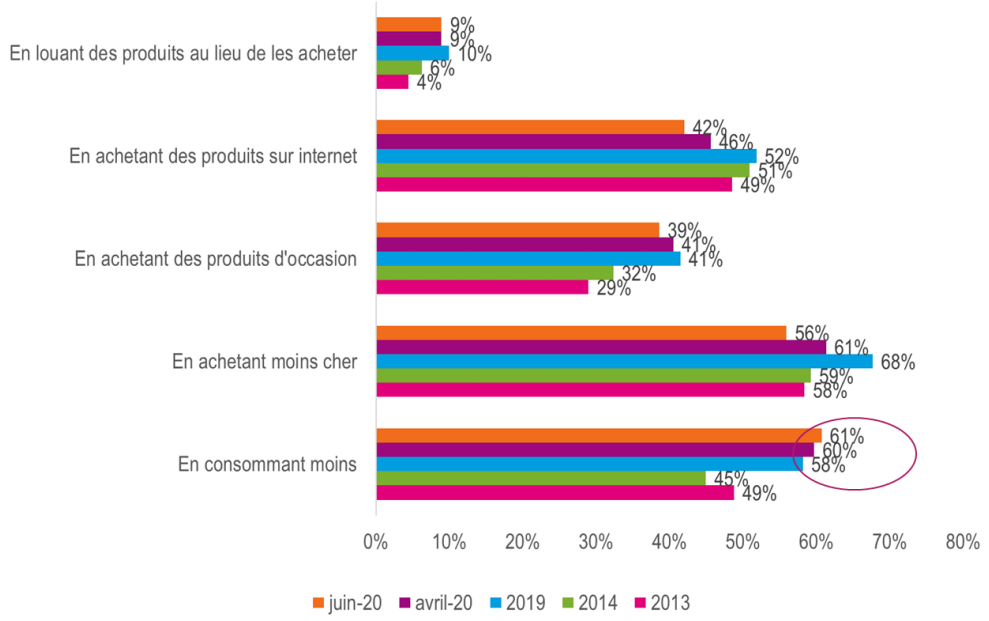
- Une avant-garde protégée de la crise

- La sobriété une nouvelle norme ?
  Hausse du consommer moins (+16 points en 6 ans) en particulier chez les plus jeunes et les plus diplômés (69%)

- Les écueils de la « distanciation sociale »: engrenage de méfiance mutuelle, peur de l'autre… ¾ des français considèrent qu'on est jamais assez méfiants vis-à-vis des autres (cf. CREDOC 2020).

➢ Impacts sur le vivre ensemble, la question des migrations, des échanges internationaux

**Depuis le début de l'année, avez-vous l'impression d'avoir fait des économies... ?**
Base : 1000 individus de 18 ans et plus, Online, avec quotas diplôme, en 2020 du 6 au 16 avril




Source : Enquêtes Tendances de consommation, CREDOC, Online

# A L'INTERNATIONAL, UN ÉTAT DES LIEUX QUI RESTE LIÉ À LA PANDÉMIE …

- La fracture sociale en France a son équivalent au niveau international avec une partition : Pays du Nord/pays du Sud/pays émergents.

- Au sein des pays du Nord, ressenti de la crise épidémique diffèrent selon tradition d'Etat providence et d'accompagnement social ou modèle plus libéral et individualiste: impact sur le niveau de vie, la consommation, « le sentiment de pauvreté ou pas »…

- Dans les pays du Sud :

➢ une redéfinition des relations entre les grands ensembles urbains et la campagne : exode rural inversé en Afrique sub-saharienne, au Brésil

➢ Une fragilisation forte de l'économie informelle et/ou des normes de protection en Asie notamment

➢ Une difficulté à se nourrir dans certaines zones et auprès des populations précaires et classes moyennes inferieures

➢ Une grande inégalité d'accès à la vaccination et aux soins

- Une jeunesse plus vulnérable au niveau mondial.

https://www.lemonde.fr/

**Coronavirus : en Inde, la grande casse sociale et environnementale**

Pour relancer l'économie fortement affectée par la crise liée au Covid-19, le gouvernement indien abaisse les normes de protection aussi bien pour les travailleurs qu'en matière d'écologie.

Par Sophie Landrin et Guillaume Delacroix

Publié le 18 juillet 2020

# ET QUI EST ÉBRANLÉ PAR LA GUERRE EN UKRAINE

- Conséquences en matière d'approvisionnement énergétiques et alimentaires ( gaz/pétrole/blé / Tourteaux de tournesol….)
- Une nouvelle géographie des échanges énergétiques et agricoles internationaux émerge.
- Tensions sociopolitiques dans le bassin méditerranéen.
- Stratégie européenne et nationale d'autonomie (ou de souveraineté).
- 8 à 12 millions d'ukrainiens et de russes en Europe.
- Une distinction Pays du Sud/ Pays riches « Occident » dans l'approche politique de la guerre déterminé aussi par la « peur de la faim »
- Tensions sociopolitiques dans le bassin méditerranéen.

# CONSOMMATEURS FRANÇAIS : QUELLES SONT LEURS ATTENTES POUR L'ALIMENTATION?

## Vis-à-vis de l'alimentation

### Central :

Aux 1er rang : Importance du **prix ; de l'hygiène/sécurité**

Importance majeure du **plaisir/ le goût**

Hausse d'attention portée à **la santé :** l'alimentation doit aider à être en forme, apporter du bien-être, de la performance, de l'immunité. Recherche d'une alimentation simple, saine et naturelle

Progression des valeurs de **modernité**

### Des préoccupations récentes vis-à-vis des systèmes alimentaires:

**Les lieux de production** (d'où vient le produit, **origine** France, origine régionale, voire quel producteur…) mis encore plus en avant lors de la crise du covid

**La composition** des aliments : le « sans » (pour les produits transformés). La présence des additifs premier risque lié à l'alimentation avec les colorants et les conservateurs

**A la qualité en général (présence de label, le** bio, l'équitable…)

Influence (et acceptation) croissante du **végétarisme/ véganisme**

**« Donner du sens » à son alimentation**

## Vis-à-vis des filières

**La question environnementale et climatique**

**Des inquiétudes sur les modes de production et de transformation**

**La question animale** : conditions de vie et de mort des animaux

**Intensification de la production**

**Traitements chimiques (-)**

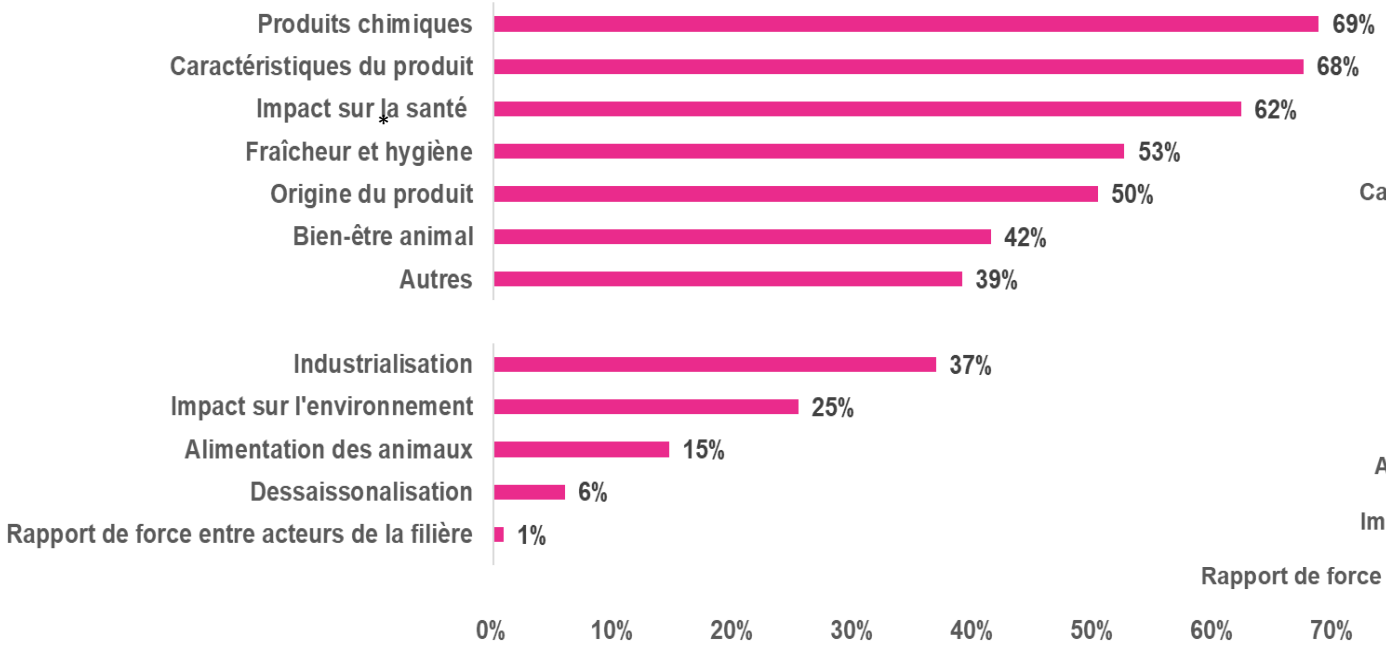
**Pollutions associées**

**Les process de fabrication**

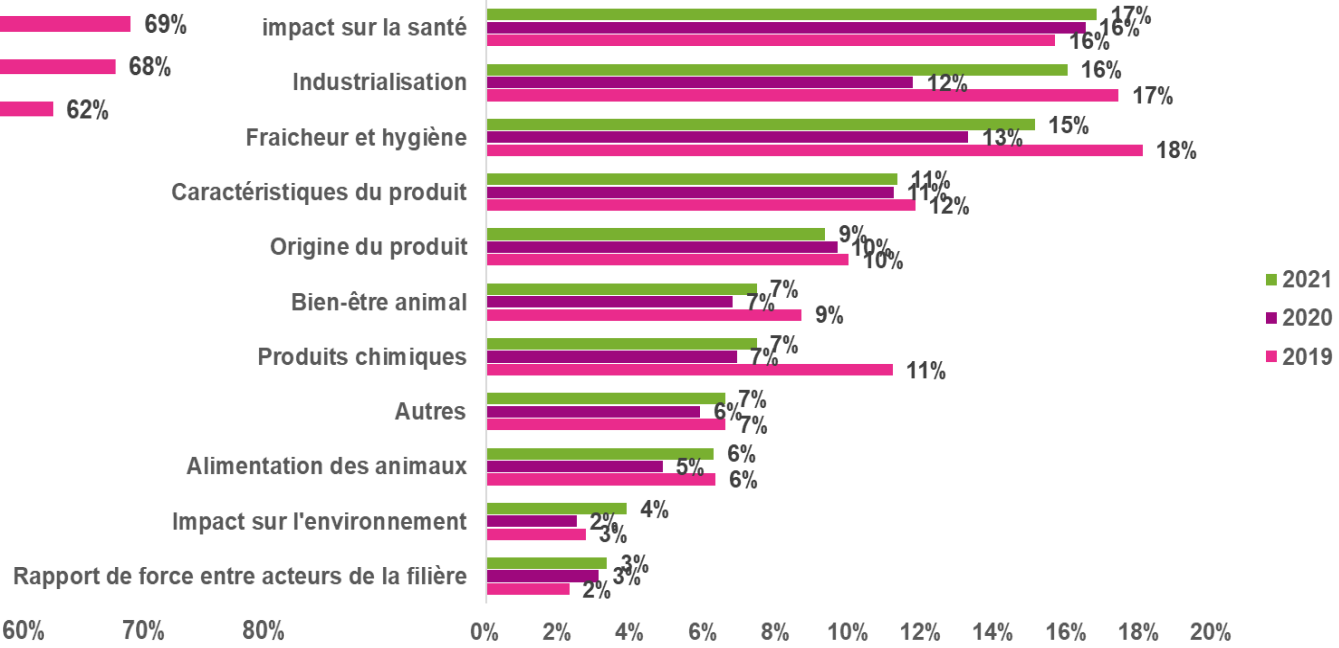
Source : Crédoc CAF 2020

# DES INQUIÉTUDES DIFFÉRENCIÉES ENTRE PRODUITS ALIMENTAIRES ET PRODUITS LAITIERS

## Les inquiétudes sur les produits alimentaires (toutes catégories cumulées)




## Les inquiétudes sur les produits laitiers



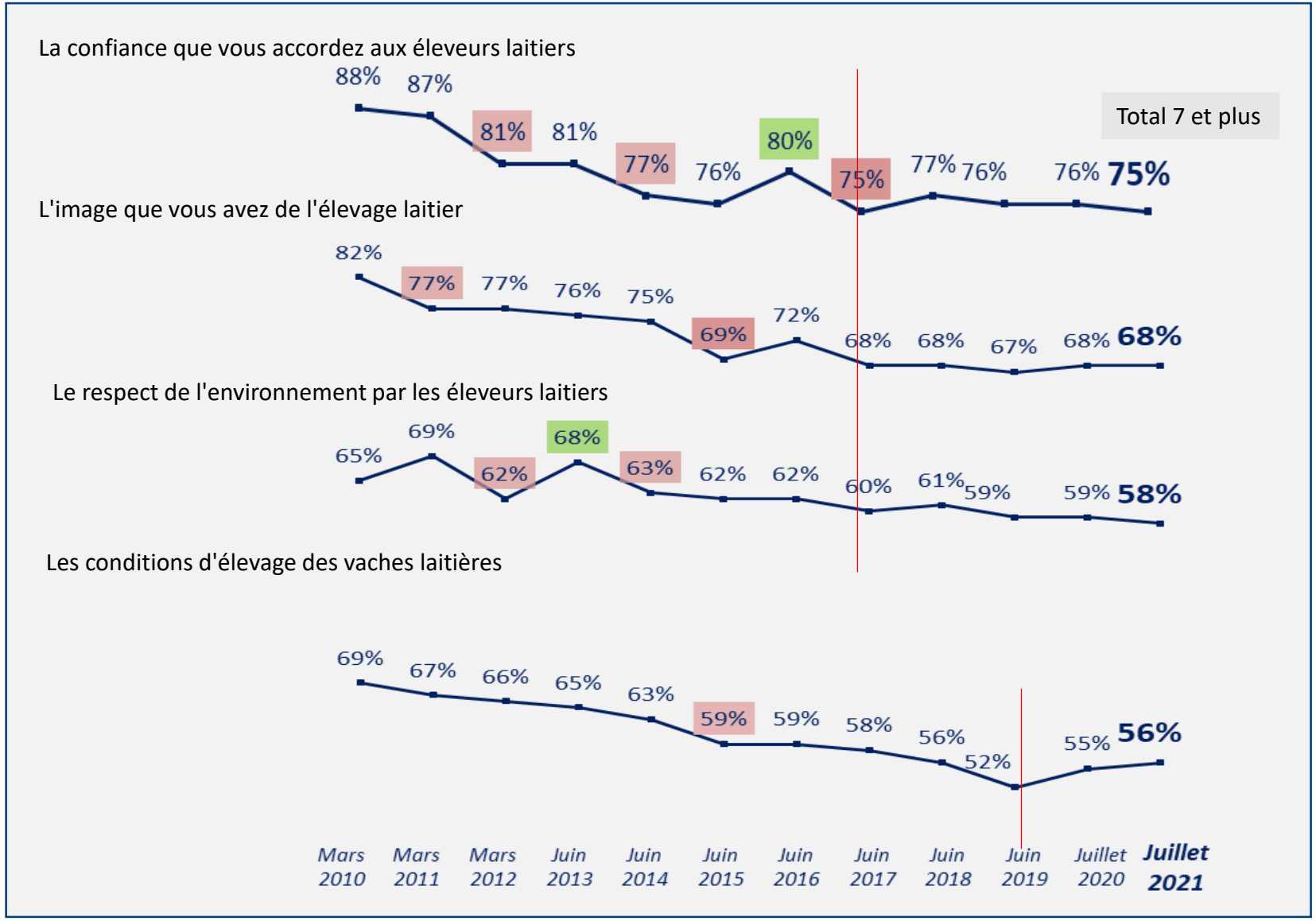

* caractéristiques du produit : goût, odeur, aspect (fruits et légumes)/ couleur (viande)

Source : Enquête CNIEL-OCHA - CREDOC indicateur INQUIETALIM 2019/2020/2021

# Consommateurs /citoyens et filière laitière

# LA CONFIANCE DANS LA FILIÈRE

## ➢ Un fort capital de confiance dans la filière mais des érosions entre 2010 et 2016 un plateau depuis. Des questions sur les conditions de vie des animaux, l'accès au pâturage




**Une bonne image** qui s'inscrit dans un contexte d'attachement à l'agriculture

Un monde agricole en **mutation**
- Agrandissement
- Modernisation

Qui a su conserver en France de **l'authenticité** avec des éleveurs qui conserve la passion du métier et des animaux

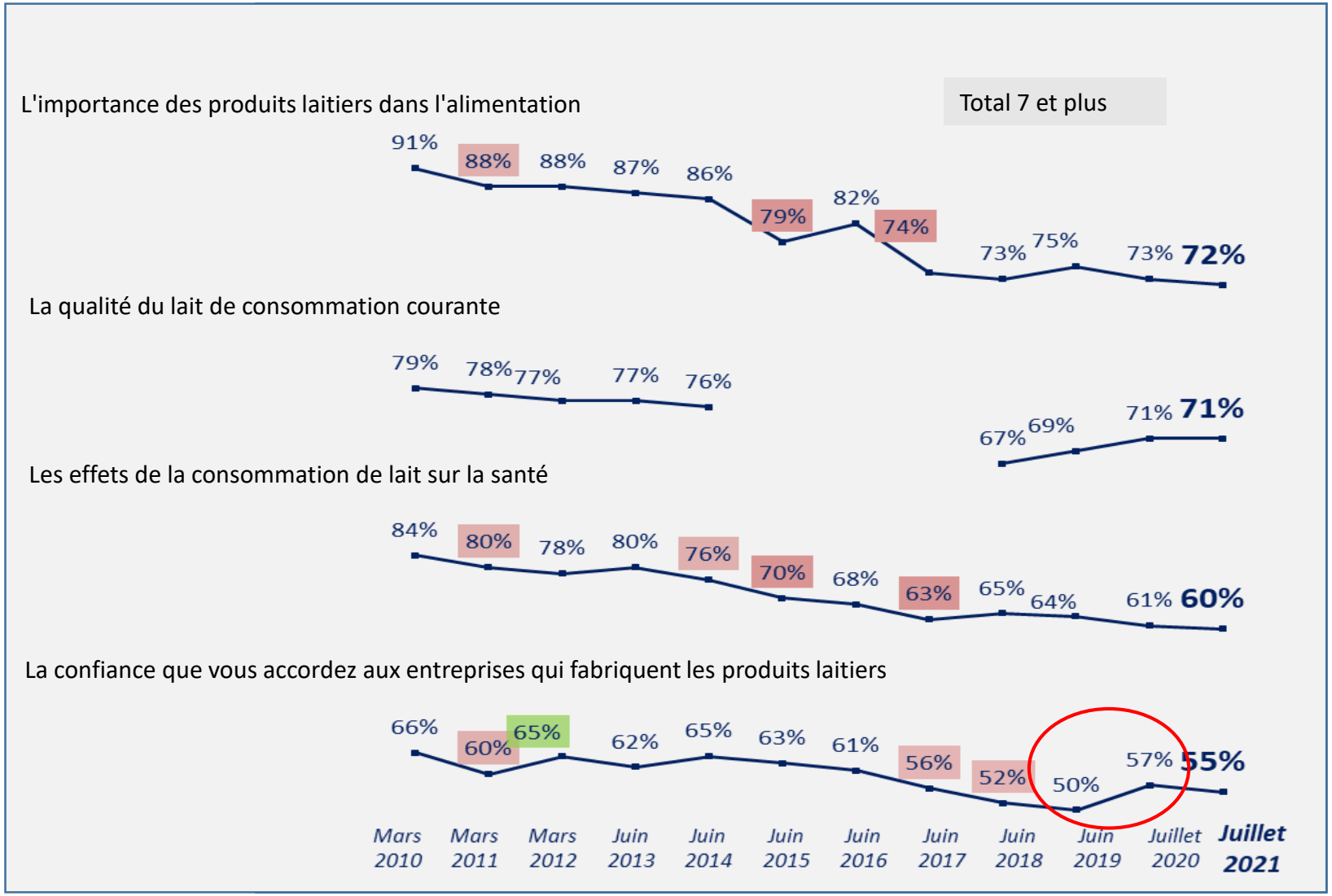
L'élevage laitier : un modèle traditionnel (animaux bien traités, plein air…) qui tend à **s'intensifier**.

La **méfiance** :
- les conditions d'élevage, avec l'aspect intensif de la production
- l'alimentation des animaux, l'opacité et le manque d'information
- Le risque de pollutions induites

Source : Baromètre d'image de la filière Cniel / Ifop 2021

# LA CONFIANCE VIS-À-VIS DES PRODUITS LAITIERS

➢ **Hausse de confiance dans la qualité des PL, suite au covid de la confiance envers les entreprises. Sur long terme baisse du caractère important des PL dans l'alimentation et bon pour la santé du lait, stabilisation depuis 2017**




**La méfiance** :

Une consommation **raisonnable**
- il ne faut pas en abuser
- On peut s'en passer (gras difficile à digérer, allergie…)

**L'aspect industriel de la production**

Une production qui dénaturerait le produit

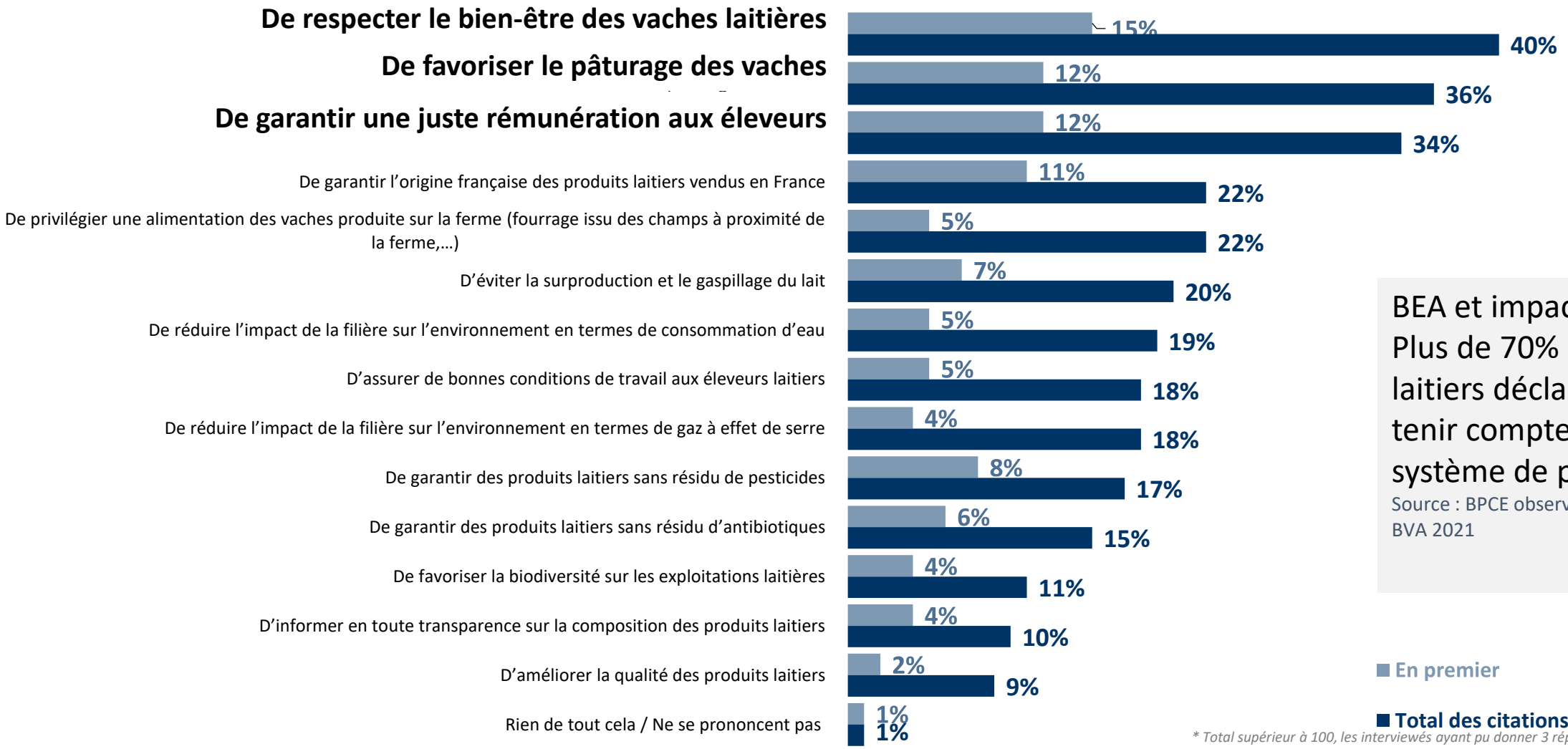
Pour le lait :
- La question de **l'allergie** et de l'intolérance,
- pour les enfants avant tout

Les entreprises qui privilégient la rentabilité et qui en profitent au détriment des éleveurs

Source : Baromètre d'image de la filière Cniel / Ifop 2021

# LES ENGAGEMENTS DE LA FILIÈRE LAITIÈRE JUGÉS PRIORITAIRES

**<u>Question</u> : Parmi les engagements suivants de la filière laitière, quels sont les trois qui sont prioritaires pour vous ? En premier ? En deuxième ? En troisième ?**




BEA et impact climatique : Plus de 70% des éleveurs laitiers déclarent déjà en tenir compte dans leur système de production

Source : BPCE observatoire de l'agriculture BVA 2021

** Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner 3 réponses.*

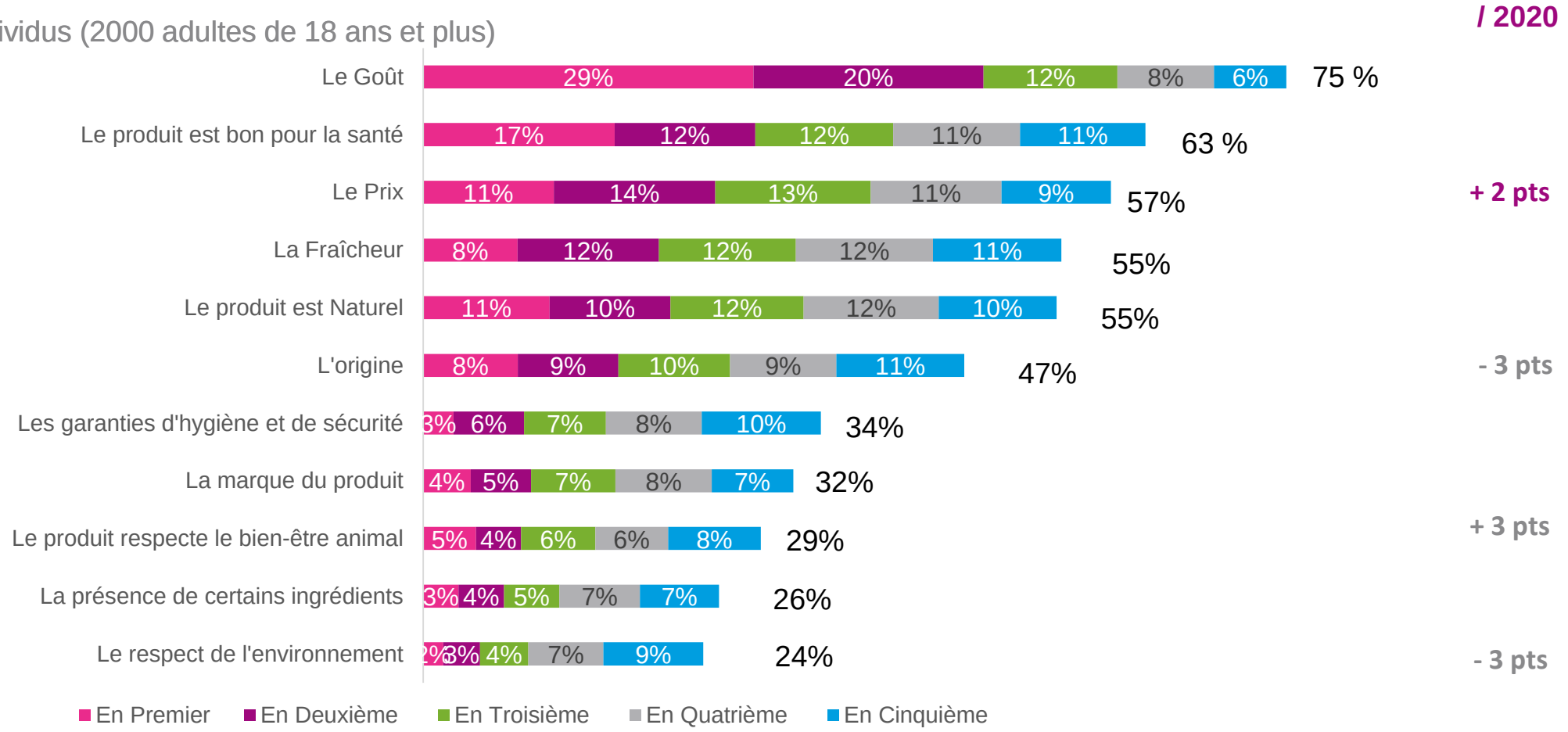
Source : Baromètre d'image de la filière Cniel / Ifop 2021

# CONSOMMATEURS FRANÇAIS : QUELLES SONT LEURS ATTENTES POUR LES PRODUITS LAITIERS ?

## ➢ En 2021, le goût est le premier critère de choix

**Lorsque vous achetez des produits laitiers, quels sont vos principaux critères de choix (En premier, en second, en troisième, en quatrième, en cinquième) ?**

Base : Individus (2000 adultes de 18 ans et plus)



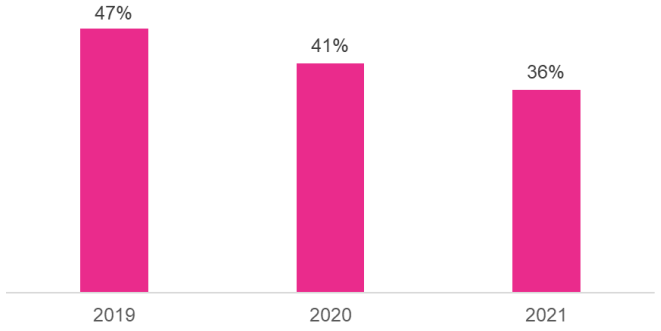

Source : Enquête CNIEL-CREDOC écoute des consommateurs 2021

# UN PEU PLUS D'UN TIERS DES FRANÇAIS SE POSE DES QUESTIONS SUR LES PRODUITS LAITIERS.

## ORIGINE, IMPACT SUR LA SANTÉ, GASPILLAGE, MODES DE PRODUCTION ET DE TRANSFORMATION SONT LES SUJETS CLÉS.

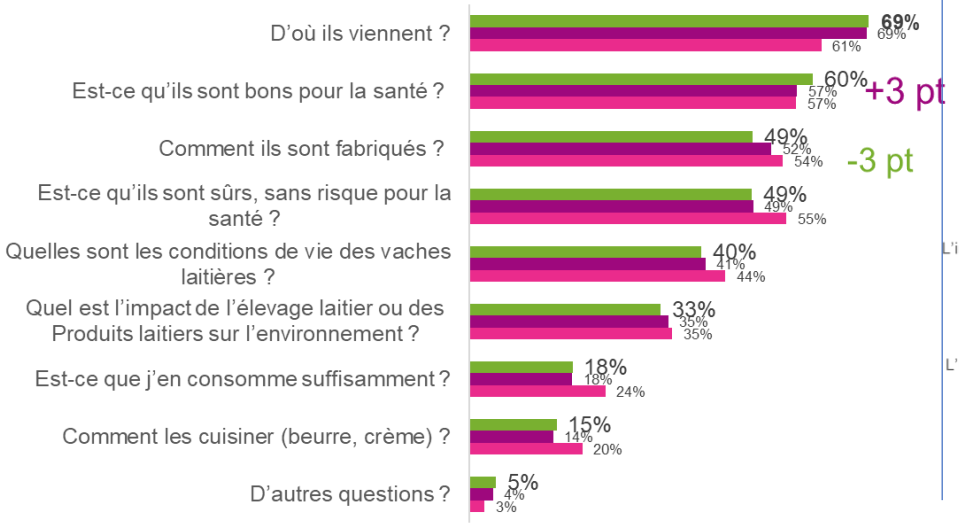
**Q3. Quand vous consommez des produits laitiers, vous posez-vous des questions ? Rép Oui**

Base : Individus (2000 adultes de 18 ans et plus en 2020 et 2021, 2089 adultes de 18 ans et plus en 2019)

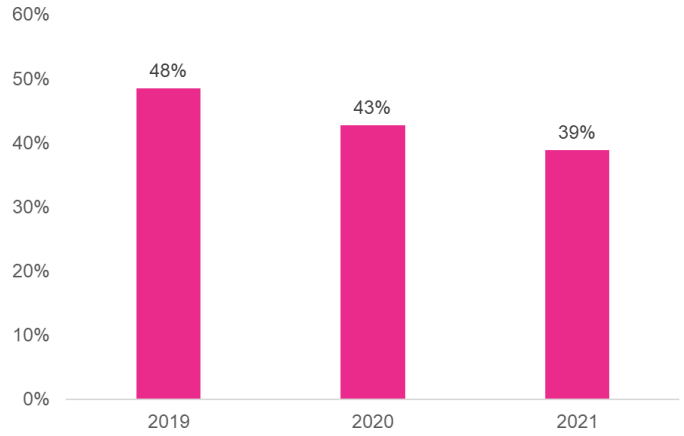



42% des CSP+ vs 32% ouvriers

*

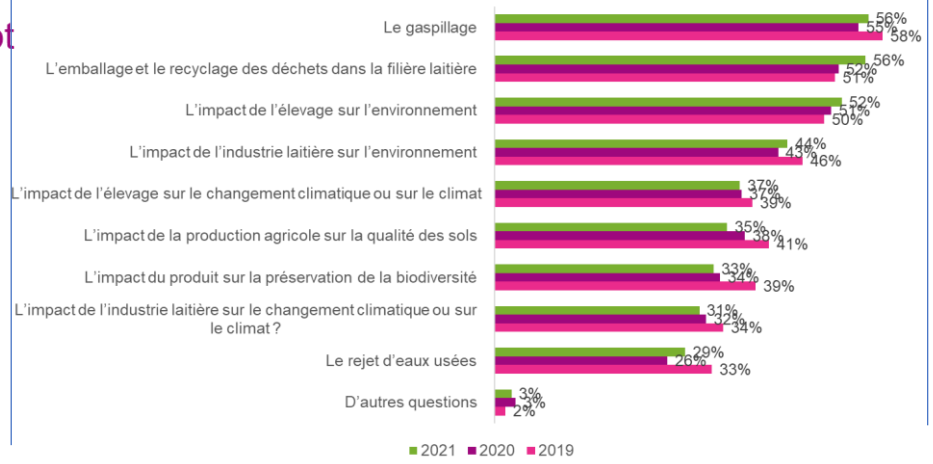



**Q12. Quand vous consommez un produit laitier, vous posez-vous des questions en lien avec l'environnement ? Rép Oui**

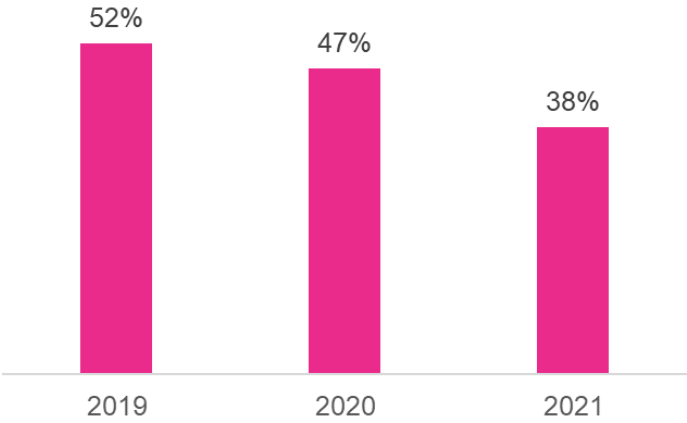



47% des 25-34 ans vs 35% des 55 ans et plus

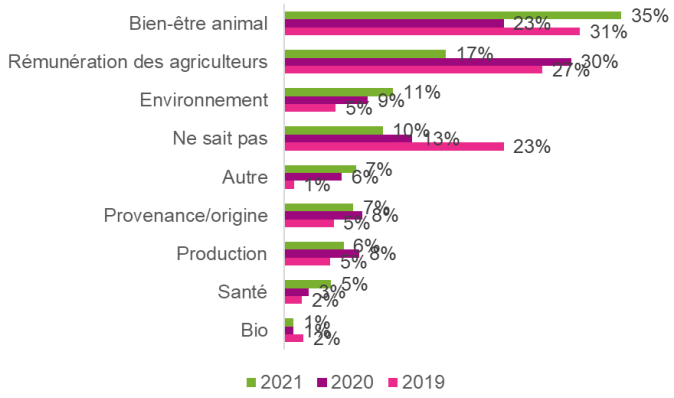
*




**Q15. Quand vous consommez un produit laitier, vous posez-vous des questions sur l'éthique de la filière? Rép Oui**




Si oui : question ouverte



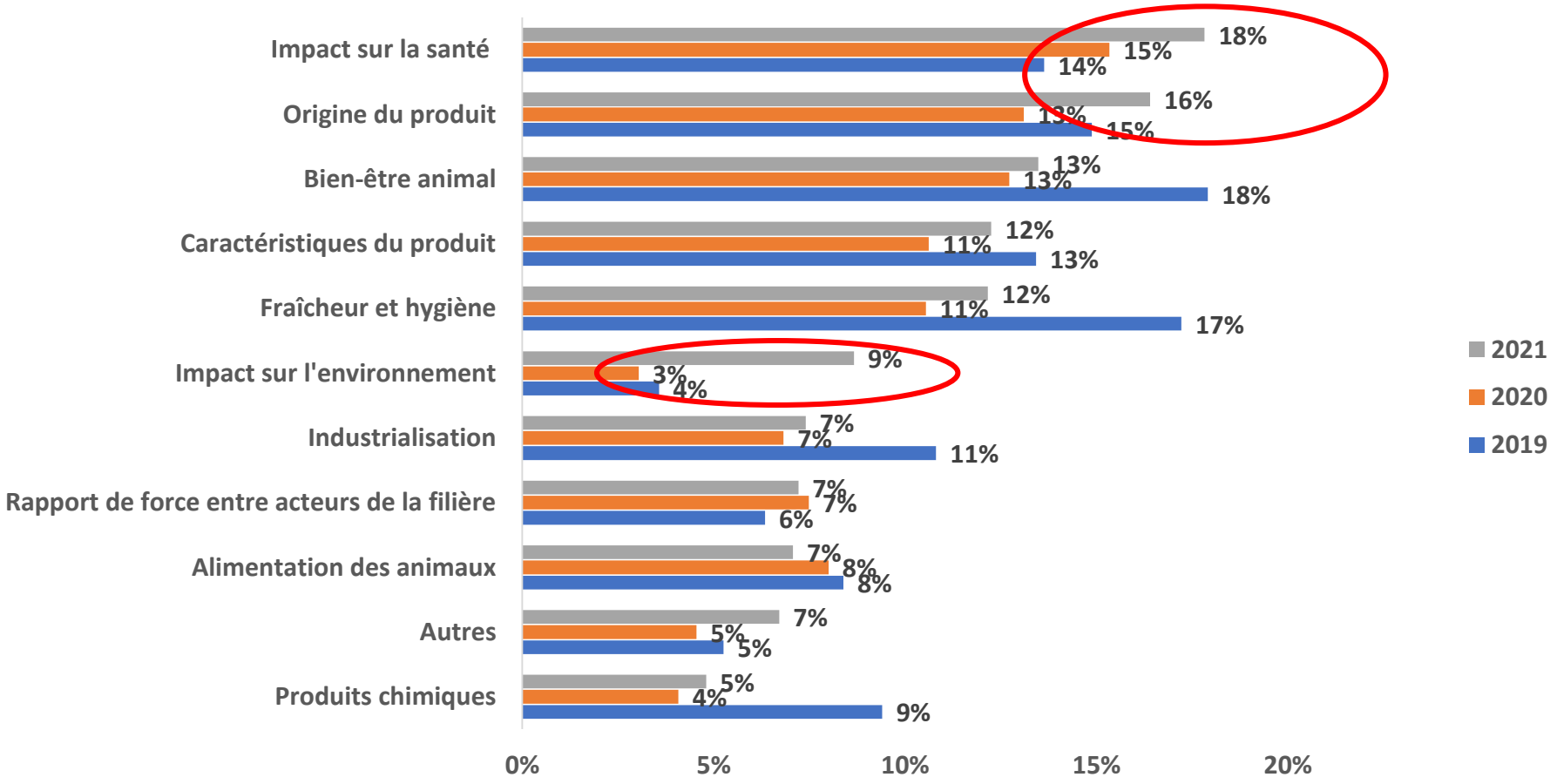

* En assisté : si Oui

Source : Enquête CNIEL-OCHA - CREDOC Plateforme consommateurs 2021

# INQUIETALIM – RÉSULTATS – INQUIÉTUDES SUR LE LAIT

Quels sont, pour le lait, les principaux facteurs d'inquiétudes ?

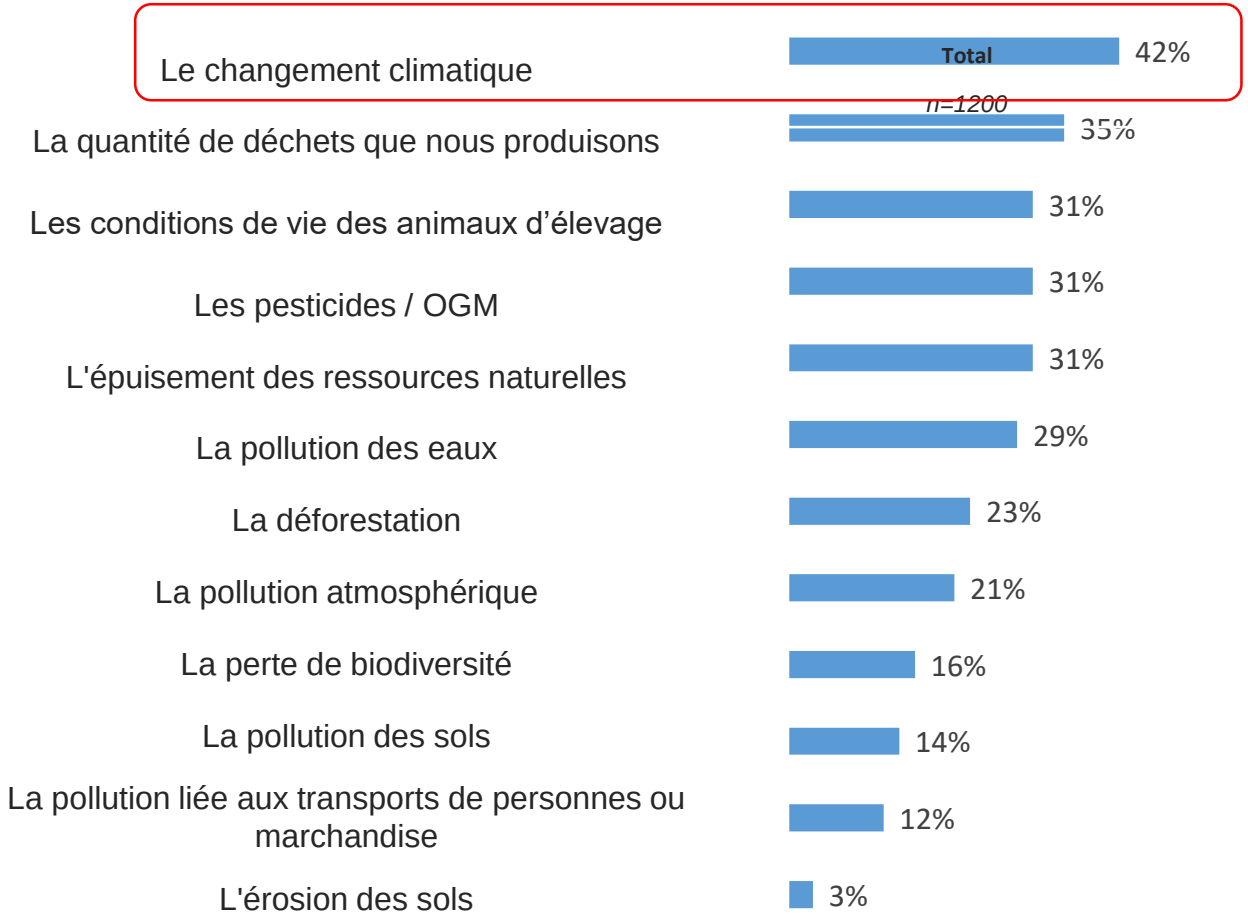
*Base : **N= 1509 individus en 2019, N= 1506 en 2020, N = 1501 en 2021** (18 ans et plus)*




Source : InquietAlim (2019, 2020, 2021), OCHA – CERTOP - CREDOC

# LES PREOCCUPATIONS ENVIRONNEMENTALES : Détails

*A1.* ***Parmi ces sujets, quels sont les trois sujets qui vous préoccupent le plus personnellement ?***



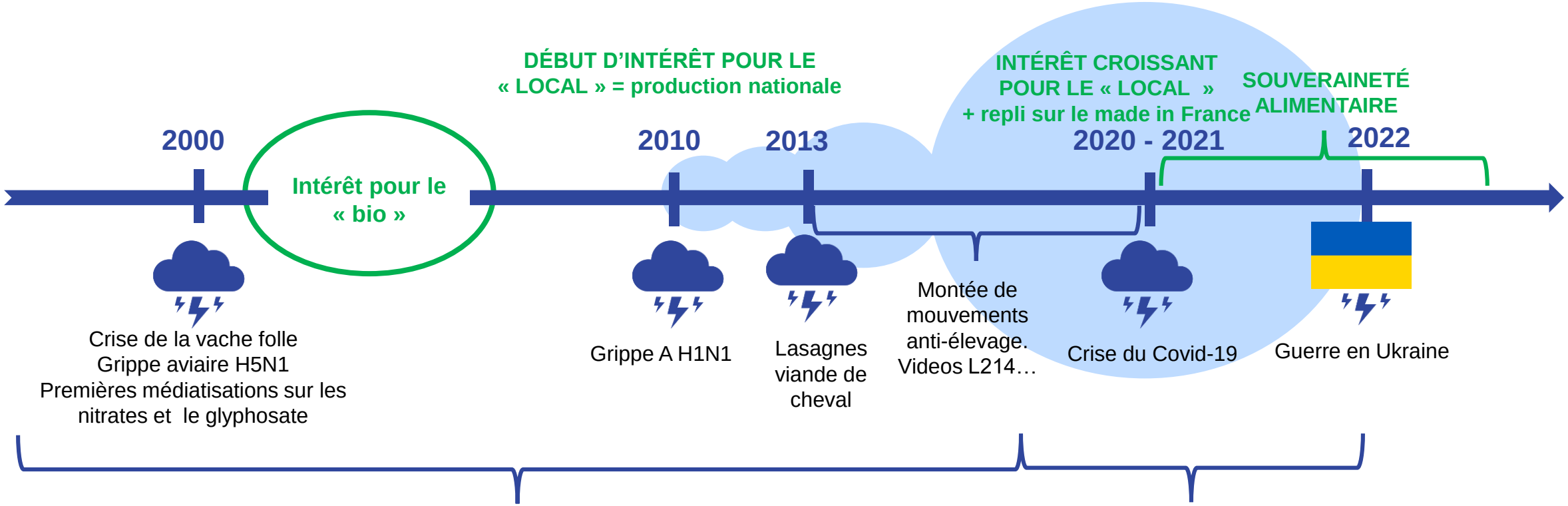

Le **changement climatique** est **la principale préoccupation environnementale pour plus de 4 personnes sur 10**.

Il est suivi par des sujets plus concrets tels que la **quantité de déchets produites**, les **conditions de vie des animaux**, les **pesticides/OGM, l'épuisement des ressources naturelles** et **la pollution des eaux.**

Source : Affichage environnemental Cniel / Ipsos 2021

# LOCAL, PROXIMITÉ, MADE IN FRANCE…ET SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE

# L'INTÉRÊT POUR LE «LOCAL» EST DÉCLENCHÉ PAR DES PÉRIODES DE CRISES SUCCESSIVES



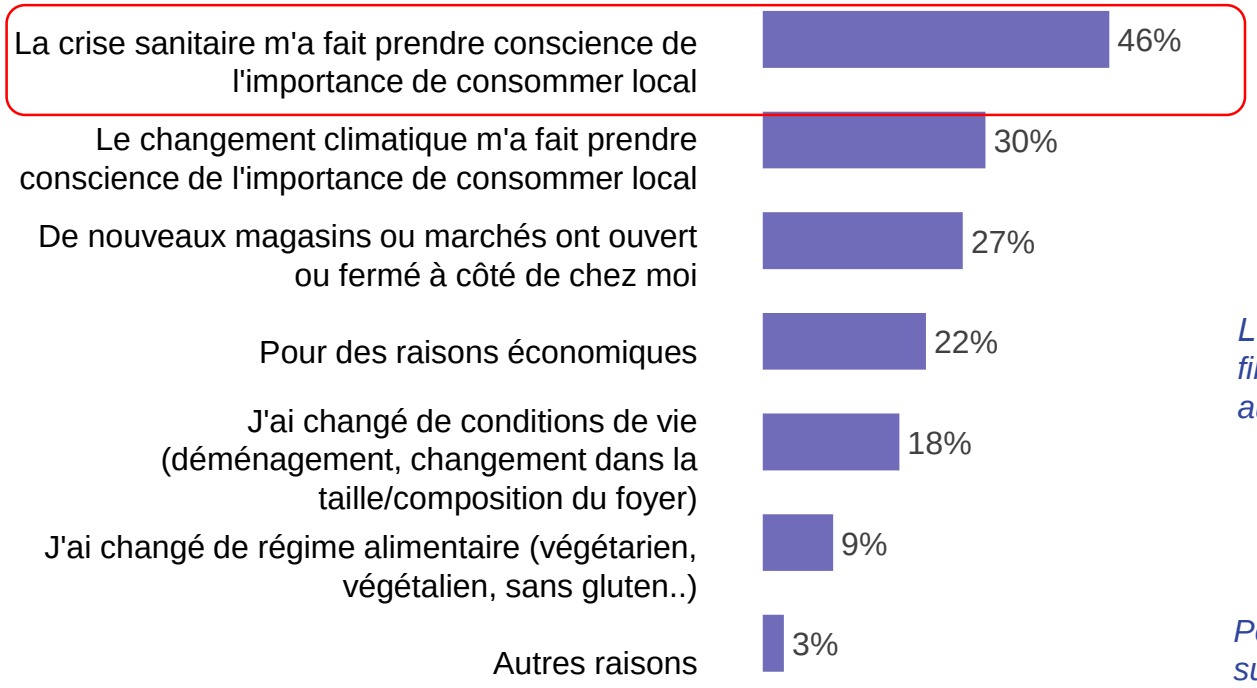

Différentes crises alimentaires, sanitaires et écologiques révèlent des dysfonctionnements dans la chaîne alimentaire et suscitent la défiance du consommateur

En 2020, le premier confinement pousse les consommateurs à acheter à proximité. Un changement de comportement alimentaire qui semble s'installer dans le temps

# RAISONS DE L'ORIGINE DE LA CONSOMMATION DE PRODUITS LOCAUX

*n=815*

*D3 Et pour quelle(s) raison(s) avez-vous changé votre consommation de produits locaux ?*




*L'intérêt pour le local est venu avec la conscience écologique, même si c'était en filigrane depuis toujours. Avant les grands parents allaient se servir au plus près et aujourd'hui on y revient pour une question éthique, écologique et sanitaire* (A-J)

*Pendant le premier confinement j'allais beaucoup moins en supermarché et je me suis rendue compte que je m'en passais très bien, je prenais beaucoup plus de plaisir à aller dans une épicerie locale qu'à aller à Leclerc (B-J)*

*Avant on avait l'habitude d'aller au supermarché pour faire les courses mais pendant le premier confinement on était limités pour les déplacements, alors on a découvert les petits producteurs (PO-V)*

# ESSOR DU MADE IN FRANCE ET DU LOCAL : UNE ENVIE DE PROXIMITÉ À TOUS LES NIVEAUX ?

## Le Made In France

- Une volonté de reprendre le contrôle de son système alimentaire
- Une volonté de retrouver des proximités sur un territoire

## Le Local

- Une expérimentation…
- Une prime au local et à la proximité: confiance/reassurance

Les Echos

Ad

TRIBUNE

### Opinion | Crise du Covid-19 : vers la naissance d'un modèle alimentaire local ?

La crise sanitaire remet en cause nos modèles alimentaires. Il est temps de repenser nos modes de production et de consommation mondialisés pour revenir au local.

Challenges — L'ACTU EN DIRECT

ENTREPRISE ECONOMIE POLITIQUE

Inmac Wstore — Forfait HP Instank Ink — OUVRIR

Consommation

### Les Français vont-ils consommer plus bio, local, responsable après la crise du coronavirus?

Par **Valérie Xandry** (Lire tous ses articles) ABONNÉS

Publié le 05.05.2020 à 07h30

**La crise du Covid-19 pourrait-t-elle accélérer les tendances de consommation durable qui montent en puissance depuis quelques années?**

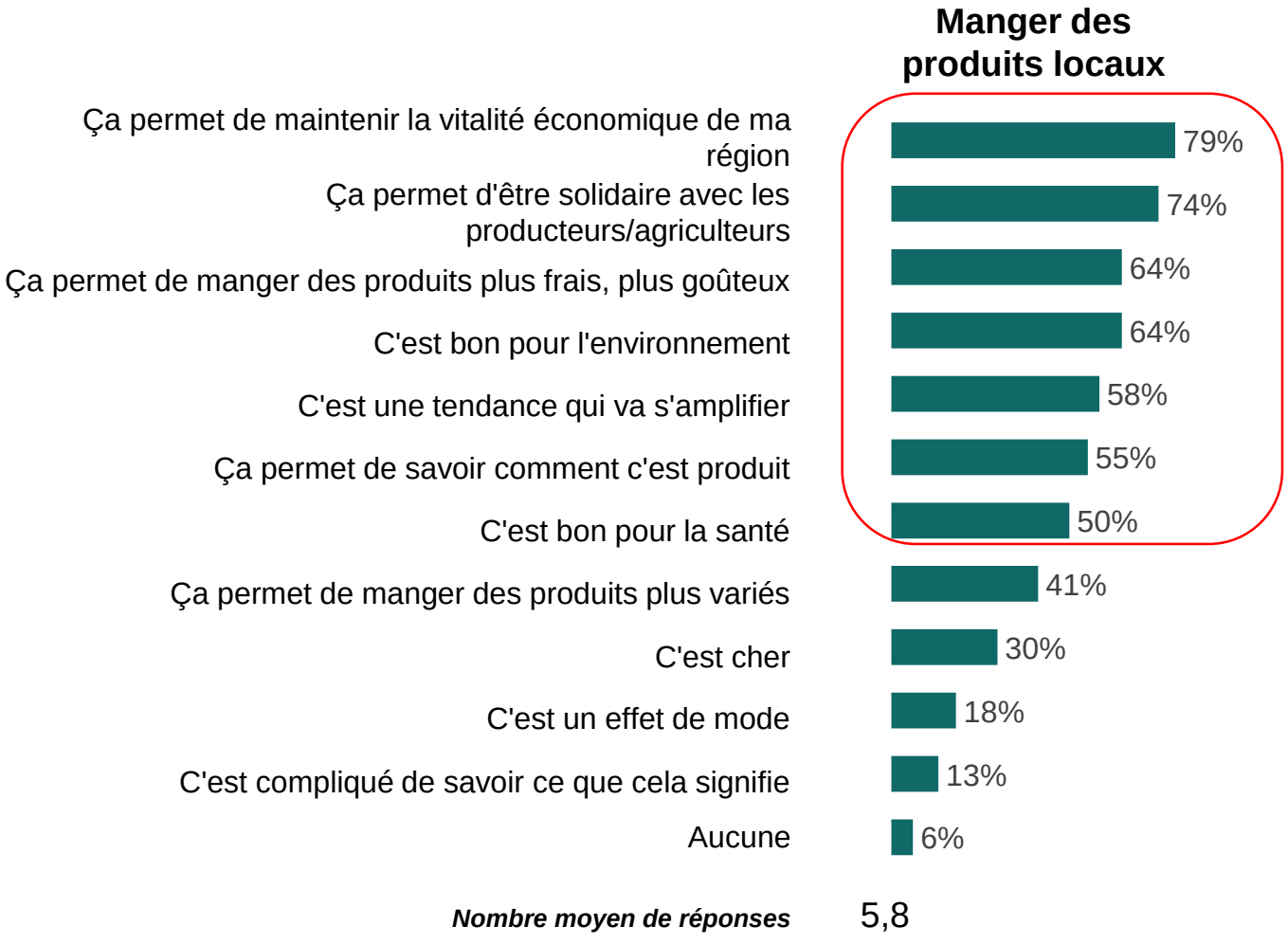
Le Parisien — S'ABONNER

Abonnés Société

### L'après-Covid : résilience, consommer plus local... ce qu'on voudrait garder demain

Beaucoup espèrent qu'après le coronavirus, plus rien ne sera comme avant. Mais rien n'est moins sûr. Et si nous essayions de cultiver les bonnes choses expérimentées durant le confinement ?

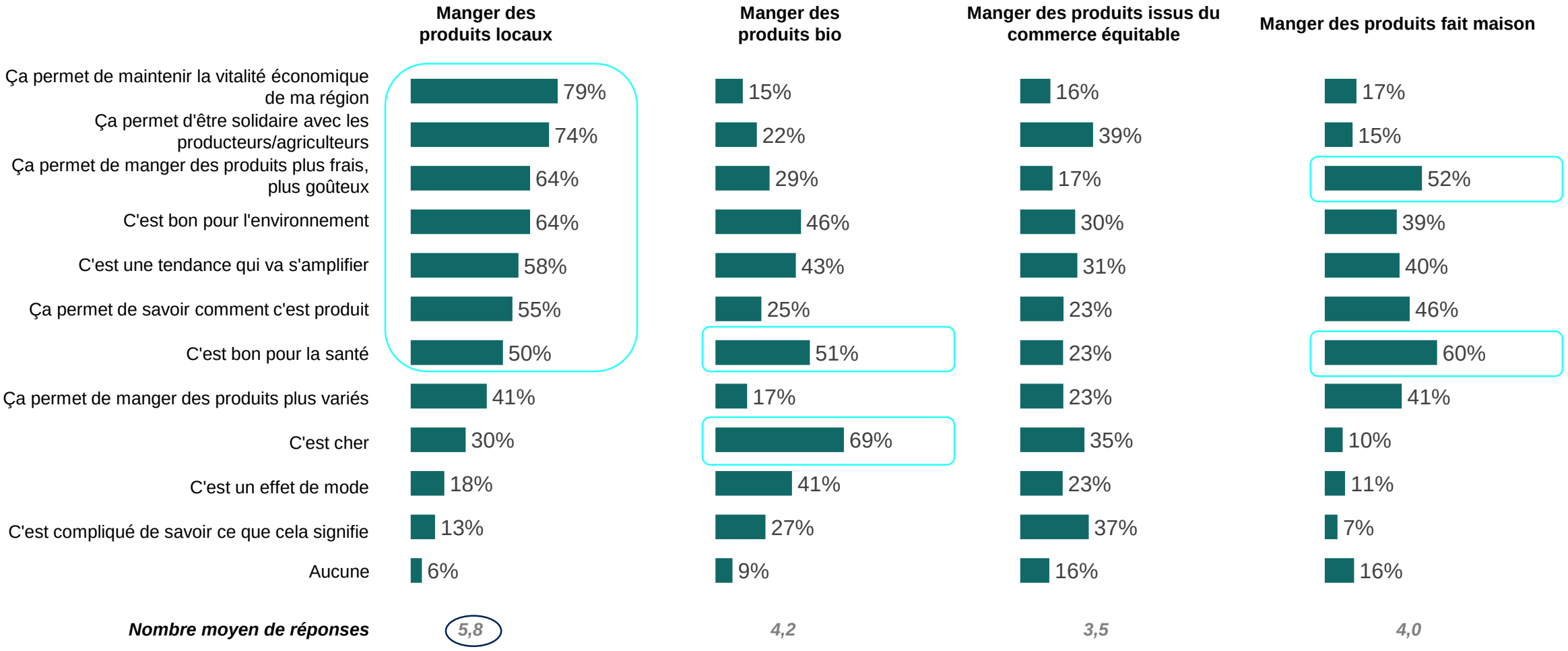
# PERCEPTION DES DIFFÉRENTS RÉGIMES ALIMENTAIRES




*A2. A quelles tendances alimentaires s'appliquent selon vous les items suivants ?*

# PERCEPTION DES DIFFÉRENTS RÉGIMES ALIMENTAIRES

n=1510




A2. A quelles tendances alimentaires s'appliquent selon vous les items suivants ?

# QUELQUES NUANCES ENTRE LES DIFFÉRENTES RÉGIONS

## ILE DE FRANCE

- Le périmètre du « local » est vaste : il couvre la région IDF ou le territoire français.
- Les produits alimentaires locaux sont le plus souvent des fruits et légumes (présence d'une ceinture maraîchère autour de la capitale). Le restant du panier est issu de la production nationale.
- Souvent une image fantasmée et boboïsée du « local » et une approche un peu moins concrète que dans les autres régions.

## BRETAGNE

- Le périmètre du « local » s'étend au département pour les produits frais et à la région pour les autres produits.
- Offre locale très variée (à la fois des produits de la terre et de la mer) avec des produits régionaux emblématiques diffusés sur tout le territoire (cidre, beurre salé, galettes, pâtés et charcuterie etc.) et beaucoup d'entreprises agro-alimentaires
- Précurseur des marques régionales, logo « Produit en Bretagne » depuis presque 30 ans.
- Les répondants des autres régions considèrent que la Bretagne est très impliquée dans la question du « local ».

## ALPES

- Le périmètre du « local » est restreint : entre 0 et 30 km ou dans les limites du département. La région Auvergne-Rhône-Alpes fait partie des nouvelles régions définies en 2014. Elle couvre un très grand territoire, auquel les répondants des Alpes ne s'identifient pas. En revanche, la Suisse limitrophe peut faire partie du périmètre local.
- A noter, la pollution atmosphérique (?) contraint certains à sortir du département pour s'approvisionner en fruits & légumes.
- L'offre locale est riche en produits laitiers (fromages).

## PACA OCCITANIE

- Le périmètre du « local » s'étend à la région, soit Paca (pour les répondants de Aix, Marseille, Hyères) soit Occitanie (pour les répondants de Nîmes et Montpellier).
- Une région où l'offre locale est très variée (à la fois des produits de la terre et de la mer) avec des produits régionaux emblématiques diffusés sur tout le territoire (l'huile d'olive, le riz de Camargue) ou plus localement (panisse, navettes, croquants, zézettes).
- La région Occitanie s'est démarquée pendant le premier confinement avec le lancement des plateformes en ligne #DansMaZone et Tous Occitariens.

# LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE EN QUESTIONS

***Quand le premier confinement est arrivé:***

- Une crainte de pénurie alimentaire au début de la pandémie
- Un désir d'indépendance/souveraineté Nationale

Le Monde WEEK-END

Menaces sur la sécurité alimentaire mondiale

« Prétendre éviter des crises alimentaires en Afrique et au Moyen-Orient en relançant la production agricole européenne serait une erreur »
TRIBUNE. *Un collectif de scientifiques, membres d'institutions, spécialistes de sécurité alimentaire mondiale et de marchés internationaux explique, dans une tribune au « Monde », que la mise en culture des surfaces européennes dédiées à la biodiversité, qui serait désastreuse sur le plan écologique, n'aurait qu'un rôle très marginal pour pallier la réduction de l'offre mondiale.*
Publié le 31 mars 2022

***Aujourd'hui:***

- **Être autonome et ne dépendre de personne ?** Débat vers l'autonomie alimentaire – technologique – médicale – protéique …
- **Un modèle alimentaire et agricole à repenser** pour survivre à une prochaine vague ou crise : vers la souveraineté alimentaire ?
- **La question du modèle social soulevée en 2020/2021**: pour que le système tienne, il faut que chacun puisse vivre de son métier (soignants en tête, mais aussi agri, usines…cf la 1ere et 2e ligne)
- **La souveraineté alimentaire** questionnée à l'échelle du monde, impact de la guerre en Ukraine ( Blé, tourteaux de Tournesol …) sur le bassin méditerranéen. **Une géopolitique de la faim ?**

# EN CONCLUSION

## Des attentes multiples : santé, BEA, Impact de l'alimentation sur la planète, prix…

- Une alimentation saine (« sans ») et qui a du goût.
- Une juste rémunération des producteurs
- Une préoccupation constante sur le bien-être animal (conditions de vie, de mort…)
- Un besoin d'information, de réassurance et de **proximité**: Lien social (proximité, local) / Transparence : information sur l'origine – traçabilité
- Un même modèle de lecture ne peut être appliqué partout: cela dépend des zones géographiques, culturelles, en fonction des profils de population

→ ***Des inquiétudes sur les modèles de production et de transformation***

- Un consommateur connecté-influencé par les militants sur les réseaux sociaux et en particuliers les 15-25 ans
- Une méconnaissance des modèles de production et de transformation agro-alimentaires
- Une montée de discours sur la diminution et le remplacement des produits animaux et la VÉGETALISATION présentée comme solution pour une alimentation durable
- Des mangeurs attachés à des cultures alimentaires ancrées. Le modèle alimentaire français évolue sans cesse mais très construit sur complémentarité végétal/animal

→ ***Consommation et évolution des nourritures d'origine animale dépend des CSP, niveau d'études, lieu de résidence ( citadin – rural/urbain…) et de l'adaptabilité des systèmes d'élevage et de production.***