

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
*AVIS ET RAPPORTS DU*  
CONSEIL ÉCONOMIQUE, SOCIAL  
ET ENVIRONNEMENTAL

*DE L'ASSIETTE  
AUX CHAMPS*

2009  
Rapport présenté par  
M. André Daguin



**MANDATURE 2004-2009**

---

**Séance des 8 et 9 décembre 2009**

---

***DE L'ASSIETTE AUX CHAMPS***

---

**Avis du Conseil économique, social et environnemental  
sur le rapport présenté par M. André Daguin  
au nom de la section du cadre de vie  
et de la section de l'agriculture et de l'alimentation**

(Question dont le Conseil économique, social et environnemental a été saisi par décision de son bureau en date du 21 avril 2009 en application de l'article 3 de l'ordonnance n° 58-1360 du 29 décembre 1958 modifiée portant loi organique relative au Conseil économique, social et environnemental)



## SOMMAIRE

<b>AVIS adopté par le Conseil économique, social et environnemental au cours de sa séance du 9 décembre 2009 .....</b>	<b>1</b>
<b>Première partie - Texte adopté le 9 décembre 2009....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>5</b>
<b>CHAPITRE I - PRÉSERVER ET ENRICHIR LE PATRIMOINE CULINAIRE DE LA FRANCE .....</b>	<b>7</b>
<b>I - LA CANDIDATURE A L'UNESCO DU PATRIMOINE CULINAIRE DE LA FRANCE.....</b>	<b>7</b>
A - DÉPOSER LA CANDIDATURE D'UN « PATRIMOINE IMMATÉRIEL » : LES CONDITIONS DE L'UNESCO.....	7
B - ILLUSTRER ET EXPLIQUER LA CANDIDATURE : LE PARTAGE DU MATÉRIEL ET DE L'IMMATÉRIEL .....	9
<b>II - DÉPASSER LA CANDIDATURE : CONSERVER ET ENRICHIR UN PATRIMOINE RECONNU.....</b>	<b>10</b>
<b>III - METTRE CUISINIERS ET PRODUCTEURS À CONTRIBUTION : POUR UN PATRIMOINE DYNAMIQUE ET VIVANT .....</b>	<b>12</b>
<b>IV - PARTAGER LES CONNAISSANCES : POUR UN INVENTAIRE EUROPEEN.....</b>	<b>14</b>
<b>V - ADAPTER LES MÉTIERS ET LES QUALIFICATIONS AUX ENJEUX DE LA DIFFUSION DE CE PATRIMOINE .....</b>	<b>14</b>
<b>CHAPITRE II - ACCORDER LA PRIORITÉ AU PRODUIT : POUR DES PRATIQUES DURABLES D'ACHATS ALIMENTAIRES.....</b>	<b>19</b>
<b>I - FAVORISER DES PRODUCTIONS AGRICOLES DE QUALITÉ ET À PLUS FORTE VALEUR AJOUTÉE.....</b>	<b>20</b>
<b>II - MIEUX INFORMER LES CONSOMMATEURS SUR LA QUALITÉ DES PRODUITS.....</b>	<b>22</b>
<b>III - MAINTENIR LE CONTACT ENTRE LES CONSOMMATEURS ET LE MONDE AGRICOLE .....</b>	<b>23</b>
A - DÉVELOPPER LES CIRCUITS COURTS .....	23
B - PRÉSERVER L'AGRICULTURE PÉRIURBAINE .....	24

IV - RÉHABILITER LA CUISINE FAMILIALE ET LES PRODUITS DE SAISON .....	26
V - MOBILISER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE.....	28
<b>CHAPITRE III - POURSUIVRE LES EFFORTS D'ÉDUCATION AU GOÛT ET AU LIEN ALIMENTATION-SANTÉ.....</b>	<b>31</b>
<b>I - FAVORISER LA CONSOMMATION DE PRODUITS FRAIS DE BONNE QUALITÉ NUTRITIONNELLE .....</b>	<b>31</b>
A - MIEUX INFORMER SUR CES PRODUITS .....	32
B - FACILITER L'ACCÈS AUX FRUITS ET LÉGUMES.....	33
<b>II - RENFORCER LA RÉGLEMENTATION APPLICABLE AUX ALLÉGATIONS.....</b>	<b>34</b>
<b>III - DÉVELOPPER L'ÉDUCATION AU GOÛT POUR LES JEUNES.....</b>	<b>36</b>
<b>IV - POURSUIVRE LES CAMPAGNES D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION .....</b>	<b>38</b>
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>39</b>
<b>Deuxième partie Déclarations des groupes .....</b>	<b>41</b>
ANNEXE À L'AVIS.....	61
SCRUTIN.....	61
<b>RAPPORT présenté au nom de la section du cadre de vie et de la section de l'agriculture et de l'alimentation par M. André Daguin, rapporteur .....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>5</b>
<b>CHAPITRE I - L'HISTOIRE DE L'ALIMENTATION HUMAINE .....</b>	<b>7</b>
<b>I - L'ÂGE PRÉAGRICOLE .....</b>	<b>8</b>
A - L'HOMME « PRÉDATEUR » (CHASSE, PÊCHE ET CUEILLETTE).....	8
B - L'APPARITION DE L'ALIMENT CUIT ET LA FABRICATION DES INSTRUMENTS CULINAIRES .....	8
C - LA FORMATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE .....	9
<b>II - L'ÂGE AGRICOLE (10 000 AVANT JÉSUS-CHRIST JUSQU'AU XIX<sup>È</sup> SIÈCLE) .....</b>	<b>9</b>

A - NAISSANCE DES VILLAGES AGRAIRES, DES VILLES ET DES CITÉS-ÉTATS.....	9
B - LA RÉVOLUTION AGRICOLE ET ALIMENTAIRE AU MOYEN-ÂGE.....	10
C - LES PRINCIPALES ÉTAPES DE L'ÉVOLUTION DES TECHNIQUES AGRICOLES.....	14
<b>III - L'ÂGE AGRO-INDUSTRIEL.....</b>	<b>14</b>
A - LA MISE EN ŒUVRE DES TECHNIQUES AGRICOLES MODERNES.....	16
B - LA RÉVOLUTION DES TRANSPORTS.....	16
C - VERS LA MONDIALISATION DE L'ÉCONOMIE .....	17
D - FORMATION ET DÉVELOPPEMENT DE L'AGRO-INDUSTRIE.....	17
E - L'AVÈNEMENT DE LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION DE MASSE.....	17
<b>CHAPITRE II - LES ÉVOLUTIONS RÉCENTES DE L'AGRICULTURE ET DE LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES .....</b>	<b>19</b>
<b>I - LES SIGNES OFFICIELS.....</b>	<b>19</b>
A - GÉNÉRALITÉS .....	19
B - LES DIFFÉRENTS SIGNES DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITÉ.....	20
1. Les appellations d'origine .....	20
2. L'indication géographique protégée .....	21
3. Le label Rouge.....	21
4. L'agriculture biologique .....	22
5. La spécialité traditionnelle garantie.....	23
C - LA RÉFORME DE L'INAO .....	23
D - L'IMPACT DES SIGNES DE QUALITÉ.....	24
<b>II - LES NOUVEAUX MODES DE PRODUCTION .....</b>	<b>26</b>
A - L'AGRICULTURE RAISONNÉE .....	26
B - L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE .....	27
C - LES PRODUCTIONS HORS-SOL .....	27
D - LES BIOTECHNOLOGIES ET LE GÉNIE GÉNÉTIQUE .....	29

<b>CHAPITRE III - LA GASTRONOMIE FRANÇAISE .....</b>	<b>31</b>
<b>I - LA FRANCE BÉNÉFICIE D'UNE SITUATION PRIVILÉGIÉE         QUI EXPLIQUE LA PLACE QU'Y OCCUPE LA         GASTRONOMIE .....</b>	<b>31</b>
A - UNE PRODUCTION AGRICOLE CONJUGUANT, QUANTITÉ, QUALITÉ ET DIVERSITÉ .....	31
B - LES PRODUITS DE LA MER ET DE LA PÊCHE : UNE RICHESSSE POUR LA FRANCE .....	32
C - UN SECTEUR AGROALIMENTAIRE DIVERSIFIÉ ET PUISSANT.....	34
<b>II - LA GASTRONOMIE : UN ATOUT MAJEUR POUR LA         FRANCE.....</b>	<b>36</b>
A - LA RECONNAISSANCE DES « ARTS DE LA GUEULE », UNE LONGUE HISTOIRE CONTRARIÉE PAR LA THÉOLOGIE .....	36
B - LA GASTRONOMIE, UN OUTIL DE LÉGITIMATION SOCIALE DANS LA FRANCE POSTRÉVOLUTIONNAIRE.....	39
C - L'IDENTITÉ, AU CŒUR DU DISCOURS GASTRONOMIQUE ..	42
D - LA GASTRONOMIE FRANÇAISE, UNE CULTURE DE LA SOCIABILITÉ À PRÉSERVER ? .....	44
<b>CHAPITRE IV - L'IMPACT DES ÉVOLUTIONS SOCIÉTALES SUR         L'ALIMENTATION.....</b>	<b>47</b>
<b>I - DE L'IMPACT DU MODE DE PRODUCTION .....</b>	<b>47</b>
A - L'ABONDANCE ALIMENTAIRE .....	47
B - L'URBANISATION.....	48
C - LA TERTIARISATION DE L'ÉCONOMIE ET LA PROGRESSION DU TRAVAIL FÉMININ .....	49
D - BANALISATION DU CONDITIONNEMENT ET PRÉGNANCE DE L'IMMATÉRIEL .....	51
<b>II - PERMANENCES ET INFLÉCHISSEMENTS DES         COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES.....</b>	<b>51</b>
A - LA MODERNITÉ ALIMENTAIRE EST-ELLE MODERNE ? .....	52
1. Un budget alimentaire en constante diminution ? .....	52
2. Une culture qui résiste à sa propre mise à mal ?.....	55
3. Des pratiques sous-tendues par des discours .....	58



B - LES PRATIQUES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS, DE LA NOURRITURE AUX REPAS .....	64
1. Une alimentation qui évolue.....	64
2. Le mode d'alimentation : le triomphe du paradoxe.....	75
<b>III - LA PROGRESSION CONTINUE DE LA CONSOMMATION HORS DOMICILE.....</b>	<b>81</b>
A - DU PALACE À LA RUE .....	82
1. Une offre diversifiée et évolutive .....	82
2. Une fréquentation qui ne demande qu'à être confortée.....	84
B - UNE RESTAURATION COLLECTIVE QUI S'EFFORCE DE RÉPONDRE AUX ATTENTES .....	87
1. Un secteur disparate .....	87
2. Le rôle éminent de l'AFSSA .....	89
<b>CHAPITRE V - LE CONSOMMATEUR CONFRONTÉ AU MARCHÉ DE L'ALIMENTATION ET SA MONDIALISATION .....</b>	<b>93</b>
<b>I - UN MARCHÉ ALIMENTAIRE EN EXPANSION : LA POLITIQUE DE L'OFFRE COMME MOTEUR DE LA CONSOMMATION.....</b>	<b>93</b>
A - LA GLOBALISATION DU MARCHÉ ALIMENTAIRE : UNE ACCÉLÉRATION PRODIGIEUSE .....	93
1. Une mondialisation permanente .....	93
2. Un changement d'échelle apporté par la technologie.....	94
B - LA RÉVOLUTION DES MODES D'APPROVISIONNEMENT DES CONSOMMATEURS .....	96
1. Du petit commerce à l'hypermarché.....	96
2. Vers un nouveau nomadisme.....	97
C - L'IMPACT DE LA MONDIALISATION DES MARCHÉS SUR LES HABITUDES ALIMENTAIRES .....	99
1. La <i>world food</i> comme facteur d'uniformité et d'appauvrissement .....	99
2. La <i>world food</i> comme ouverture sur le monde.....	101
3. Des découvertes exotiques à la redécouverte du terroir.....	103
<b>II - UN PROCHAIN RETOUR DE BALANCIER ? .....</b>	<b>104</b>
A - LA PEUR EST-ELLE BONNE CONSEILLÈRE ?.....	104
1. Des produits qui inquiètent et une alimentation qui se médicalise.....	105
2. L'émergence de préoccupations environnementales .....	109
B - UN PLAISIR À NOUVEAU REVENDIQUÉ.....	112
1. Un attachement à la connaissance et à l'expertise .....	113
2. Un regain de la pratique culinaire ?.....	116

<b>CHAPITRE VI - GRANDES TENDANCES ET QUESTIONS ACTUELLES.....</b>	<b>121</b>
<b>I - LE LIEN ALIMENTATION SANTÉ.....</b>	<b>121</b>
A - GÉNÉRALITÉS .....	121
B - LES RISQUES INFECTIEUX INHÉRENTS À L'ALIMENTATION.....	122
C - L'OBÉSITÉ .....	123
D - LES ALLÉGATIONS SANTÉ.....	125
1. Généralités.....	125
2. La réglementation des allégations santé .....	125
<b>II - LES CIRCUITS COURTS .....</b>	<b>127</b>
<b>III - LA QUESTION DU POUVOIR D'ACHAT : DÉPENSER MIEUX POUR MIEUX VIVRE.....</b>	<b>128</b>
A - LA PLACE DU PRIX DANS LA THÉORISATION DE L'ACTE D'ACHAT PAR LE CONSOMMATEUR.....	128
1. Le prix, un indice de qualité ? .....	128
2. Prix bas et qualité nutritionnelle : cas concrets.....	130
B - PRIX ALIMENTAIRES ET COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR.....	131
1. L'alimentation dans le budget des ménages dans un contexte de hausse des prix .....	131
2. Comportement des consommateurs et « prix élevés » : les cas des produits frais et des produits biologiques .....	134
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>137</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>139</b>
Annexe 1 : Évolution des écarts de structure de consommation entre groupes sociaux de 1979 à 2006 (en pourcentage).....	141
Annexe 2 : Architecture du marché de la restauration en France .....	143
Annexe 3 : Répartition des fournisseurs de la restauration hors domicile.....	145
Annexe 4 : Carte des régions de production de vin AOC.....	147
Annexe 5 : Carte des fromages de France .....	149
Annexe 6 : La confiance accordée aux acteurs de la sécurité alimentaire.....	151
<b>LISTE DES RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....</b>	<b>153</b>
<b>TABLE DES SIGLES .....</b>	<b>159</b>
<b>LISTE DES ILLUSTRATIONS.....</b>	<b>161</b>

## **AVIS**

**adopté par  
le Conseil économique, social et environnemental  
au cours de sa séance du 9 décembre 2009**



**Première partie**  
**Texte adopté le 9 décembre 2009**



Le 21 avril 2009, le Bureau du Conseil économique, social et environnemental a confié aux sections de l'Agriculture et de l'alimentation et du Cadre de vie, la préparation d'une étude intitulée *De l'assiette aux champs*<sup>1</sup>.

Les sections ont désigné M. André Daguin comme rapporteur.

Par décision en date du 13 octobre 2009, le Bureau du Conseil économique, social et environnemental, en réponse à la demande conjointe des sections, a décidé de la transformation de l'étude en rapport et avis.

## INTRODUCTION

L'alimentation est au cœur de notre culture. Au travers des termes et des métaphores qui s'y rattachent, elle imprègne notre langage. On prend plaisir à des discussions nourries, émaillées de réparties piquantes, d'expressions savoureuses ou agrémentées de plaisanteries salées. On se réjouit de débats qu'alimentent des arguments solides, illustrés par des citations puisées à bonne source... À la base d'innombrables dictons, préceptes ou sentences, la table est également présente dans les réflexions ordinaires de la vie quotidienne. Ces expressions ne sont hélas pas toujours le signe d'une sagesse que l'on dit populaire. Elles se révèlent même parfois un peu rassies et contraires au vent de l'histoire. Qu'on en juge...

« *Tais-toi et mange !* » Cet ordre intimé aux enfants turbulents sanctionne un rapport de force domestique. Si d'aucuns ont jamais rêvé d'en élargir le champ et de faire de cette injonction une devise à l'échelle d'un pays, d'un continent ou de la planète, ils doivent se réveiller. Les consommateurs ne sont pas frappés de mutisme ni d'agueusie. L'acceptation muette et résignée du contenu de l'assiette n'est plus guère à l'ordre du jour. Ni militant ni cobaye, le consommateur s'affirme aujourd'hui comme interlocuteur et partenaire des professionnels de la filière alimentaire. Le temps est à l'ouverture et au dialogue. Aux consommateurs de comprendre les contraintes et les enjeux que doivent relever des producteurs et transformateurs de produits, considérés par beaucoup avec condescendance ; à ces professionnels de saisir les évolutions du contexte dans lequel s'ancre leur activité et des demandes qui s'y expriment ; à eux aussi de tirer toutes les conséquences de ces changements sur l'exercice de leurs métiers et d'adapter les formations qui y conduisent. La richesse patrimoniale et économique que constituent notre agriculture et notre gastronomie sortirait renforcée d'une telle ouverture réciproque.

---

<sup>1</sup> L'ensemble du projet d'avis a été adopté au scrutin public par 161 voix et 12 abstentions (voir le résultat du scrutin en annexe).

« *Qu'importe le flacon, pourvu qu'on ait l'ivresse !* » Alfred de Musset ponctuait son vers d'un point d'interrogation. La postérité l'a transformé en point d'exclamation. Malheureusement ! La satisfaction de l'estomac ou du palais ne saurait en effet faire abstraction du produit. Outre la qualité de la nourriture se pose désormais la question du prix social et environnemental de sa production. À ce double titre, le consommateur entend exercer sa liberté de choix, sur la base d'une information claire et pertinente. C'est dans ce cadre que la valorisation des produits de qualité pourra être mise en œuvre avec efficacité et que les pratiques des professionnels comme celles des ménages pourront évoluer plus en phase avec les principes du développement durable.

« *Il faut manger pour vivre et non pas vivre pour manger.* » Triste devise utilitariste au service de la tempérance sinon de l'ascèse. Devise trompeuse aussi : la culture hédoniste n'est pas synonyme d'excès. Les plaisirs du goût ne s'opposent pas plus à la modération qu'à une alimentation saine. Ainsi est-il possible de ne pas sacrifier les saveurs sur l'autel de mesures prophylactiques destinées à nous prémunir contre les crises alimentaires ni sur celui des prescriptions médicales découlant des enseignements, parfois provisoires, de la science. Tout est ici question d'éducation et de volonté politique. C'est dire l'importance de la sensibilisation des enfants et des adultes aux enjeux et aux plaisirs de l'alimentation par des campagnes et des activités appropriées. C'est dire aussi combien il importe que les pouvoirs publics, par des mesures normatives et financières adaptées, concourent à l'amélioration de l'alimentation de nos contemporains.

Les relations des acteurs qui composent la chaîne de l'alimentation humaine doivent devenir réflexives, ne plus s'inscrire dans un mouvement univoque, du producteur au consommateur, mais dans un aller-retour fécond et apaisé. C'est en formulant des préconisations sur les trois grandes thématiques qui viennent d'être évoquées, le patrimoine gastronomique, les préoccupations environnementales et le lien entre l'alimentation et la santé que le Conseil économique, social et environnemental entend contribuer au débat public engagé depuis quelques années mais qui demeure un débat d'avenir.

Il restera à notre assemblée, dans un deuxième temps et sur le même sujet, à poursuivre et à développer les propositions sur les aspects économiques et sociaux, et sur la nécessité de concilier le pouvoir d'achat des consommateurs, la rémunération des producteurs et les plaisirs de la table, ce qui reste un objectif fondamental.



## CHAPITRE I

### PRÉSERVER ET ENRICHIR LE PATRIMOINE CULINAIRE DE LA FRANCE

#### I - LA CANDIDATURE A L'UNESCO DU PATRIMOINE CULINAIRE DE LA FRANCE

L'approche patrimoniale développée dès ce chapitre pourrait être jugée réductrice, voire déplacée, si le présent avis avait eu pour objet d'examiner sous un angle général les conditions de production de l'agriculture, ce qui n'est pas le cas. Il aurait alors fallu s'interroger en premier lieu sur la mondialisation des échanges et les interrogations qu'elle suscite, sur les évolutions du modèle agricole, sur la crise alimentaire mondiale, en incluant une réflexion sur la responsabilité dans cette crise des pays développés, qui ont favorisé la mise en place de courants d'échanges internationaux dont les effets n'ont pas toujours été ceux escomptés.

Le consommateur porte sur son assiette, même s'il est un citoyen informé et conscient de ses responsabilités, un regard sans doute plus modeste, pas nécessairement plus égoïste. L'examen « patrimonial » de sa consommation, des pratiques sociales françaises autour de la table, conduit non à une attitude de repli identitaire, mais à prendre en considération leur complexité, à respecter la manière dont elles se sont constituées par strates successives, par emprunts à d'autres cultures. Leur richesse est un facteur d'ouverture aux autres et de convivialité. De ce point de vue, ce n'est pas un sujet mineur. Les paragraphes qui suivent se situent dans le droit fil de cette conviction.

#### A - DÉPOSER LA CANDIDATURE D'UN « PATRIMOINE IMMATÉRIEL » : LES CONDITIONS DE L'UNESCO

Le rapport d'information du Sénat de juillet 2008, présenté par Mme Catherine Dumas sur *Les arts culinaires : patrimoine culturel de la France*, établit l'historique de la présentation par notre pays de la candidature de son patrimoine culinaire - candidature qui a évolué et s'est arrêtée aujourd'hui, comme cela a déjà été indiqué, à celle du « *repas gastronomique à la française* » - à l'inscription sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité.

Le souhait de présenter cette candidature auprès de l'UNESCO a été formulé par les chercheurs de l'Institut européen d'histoire et des cultures alimentaires (IEHCA), établi à Tours, à l'université François Rabelais. Cette volonté s'est matérialisée en 2006 après la ratification par la France de la convention de l'UNESCO d'octobre 2003 relative à la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. Par patrimoine culturel immatériel, l'article 2 de la convention entend « *les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire - ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés - que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les*

*individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel. Ce patrimoine culturel immatériel, transmis de génération en génération, est recréé en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et leur histoire, et leur procure un sentiment d'identité et de continuité, contribuant ainsi à promouvoir le respect de la diversité culturelle et la créativité humaine ».*

Le Président de la République a soutenu cette initiative en 2008. Une Mission française du patrimoine et des cultures alimentaires a été créée au début de la même année et est chargée, sous la présidence de M. Jean-Robert Pitte, de présenter cette candidature. Un dossier a été déposé à l'UNESCO le 31 août 2009.

L'UNESCO établit deux listes, une liste du patrimoine immatériel nécessitant une sauvegarde urgente d'une part, une liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité d'autre part - c'est dans cette deuxième catégorie que s'inscrit la démarche française. Une procédure antérieure à celle mise en place par la convention actuelle avait permis de distinguer un certain nombre de chefs d'œuvre immatériels, parmi lesquels trois européens : les géants et dragons processionnels de Belgique et de France, la création et le symbolisme des croix en Lituanie et Lettonie, et le mystère d'Elche en Espagne (drame musical sacré).

M. Jean Musitelli, ancien ambassadeur, auditionné dans le cadre du rapport cité ci-dessus, énumérait les obstacles dressés selon lui sur le chemin de la candidature de notre pays, dont il fut le délégué permanent auprès de l'UNESCO :

- le caractère élitiste du mot gastronomie, alors que l'UNESCO honore à la fois un enracinement dans l'histoire d'une communauté et un moyen d'affirmation de son identité culturelle ;
- l'ampleur nationale du projet, alors que le programme concerne des pratiques, traditions ou modes d'expression populaires précis, clairement rattachables à un groupe humain donné, communauté ou ethnie ;
- le fait que ce patrimoine soit reconnu et florissant alors que l'UNESCO, tout en distinguant du patrimoine vivant, met l'accent sur la notion de « sauvegarde » nécessaire de traditions culturelles menacées par la modernité (les chants polyphoniques des pygmées Aka, les dessins sur le sable du Vanuatu...) ;
- le risque d'apparaître en promoteurs d'un « nationalisme de fourneaux », en présentant un dossier qui serait jugée immodeste.

Enfin, on ne peut oublier que la convention de 2003 a aussi pour objectif de rétablir un certain équilibre entre les pays où le patrimoine monumental est extrêmement abondant et divers et ceux qui ont peu voire pas d'édifices culturels prestigieux à soumettre au choix de l'organisation.

À l'opposé, M. Musitelli recensait un certain nombre d'atouts à mettre en avant ou à développer :

- manifester concrètement notre volonté de solidarité et de coopération au travers d'actions d'échanges, de dialogue culturels avec les pays membres ;
- montrer l'interaction entre ce patrimoine vivant et le développement d'une agriculture durable et raisonnée ;
- valoriser la diversité en tant que composante de ce patrimoine ;
- affirmer l'ouverture aux autres cultures dont la cuisine française a toujours su faire la preuve.

#### B - ILLUSTRER ET EXPLIQUER LA CANDIDATURE : LE PARTAGE DU MATÉRIEL ET DE L'IMMATÉRIEL

Comme le rappelait Mme Julia Csergo, historienne de l'alimentation citée dans un article publié par *Le nouvel économiste* (n° 1482 du 25 juin 2009), « *en France, manger veut dire se mettre à table* ». Elle ajoute : « *Quelle que soit leur origine sociale, les Français ont les mêmes références de la représentation de ce qu'est un bon repas. En même temps chacun est capable de jouer avec la variété des produits et des ingrédients* ».

M. Jean-Robert Pitte, lors de son audition, déjà évoquée, devant la section, a dans le même sens précisé que les clivages sociaux ne font pas obstacle à l'idée de l'existence d'un art et d'une façon gastronomiques de considérer l'alimentation dans notre pays. Il a également indiqué qu'« *il se fait des repas gastronomiques dans tous les pays du monde* ».

La candidature française doit s'apprécier selon lui, comme cela a été partiellement développé *supra*, non seulement au regard des éléments matériels, mais aussi et peut-être surtout au regard des éléments immatériels qui constituent ce repas.

Parmi les premiers, il y a les mets, leur mariage avec les vins, l'ordonnancement de la table et en particulier tout le rituel des jours de fête, qui conduit à mettre les petits plats dans les grands : « *le jour de fête, on change l'assiette à chaque plat, même dans les familles les plus modestes* ». Il s'agit alors de se rapprocher, le plus souvent inconsciemment, du modèle originel, du modèle de cour, même lorsqu'il existe des clivages d'origine culturelle et qu'il est fait en même temps référence à des cuisines originaires de pays différents.

La dimension du partage se range parmi les seconds et est au cœur du dossier de candidature. En effet, selon ses promoteurs, le repas à la française apporte du lien social, notamment parce que se développe autour de son rituel toute une partie immatérielle qui est de l'ordre du rêve et de la représentation.

Bien entendu, il appartiendra à la mission que préside M. Pitte de démontrer que ce point de vue défendu dans le dossier est partagé et que celui-ci bénéficie du soutien de l'ensemble des Français. Il lui appartiendra aussi d'établir qu'ils sont attachés au repas gastronomique à la française et ce en dépit des menaces qui pèsent sur lui et ne sont pas toutes exogènes : « *L'idée du dépôt*

*de ce dossier n'est sûrement pas une idée arrogante... tout le monde sait que l'on mange bien en France et qu'elle n'a donc pas besoin de cela... Nous devons faire comprendre aux Français que ce n'est pas définitif. C'est comme une langue, si on l'on n'apprend pas la langue et l'orthographe, elle meurt. Pour la gastronomie, si l'on n'apprend pas à choisir les produits et s'il n'y a pas de bons produits sur les marchés parce que la filière agricole artisanale ou industrielle en amont du consommateur est en péril, il ne peut pas y avoir de gastronomie. S'il n'y a pas d'art de préparer les produits après les avoir choisis, d'art de les accommoder par la cuisine et l'art de partager les repas avec les caractéristiques françaises, la gastronomie disparaîtra ».*

Au total, on peut se demander si l'un des principaux mérites de cette candidature n'est pas d'élargir le débat sur la place que les Français assignent aujourd'hui au repas traditionnel, tel qu'ils le conçoivent et tel qu'ils le pratiquent. **Elle permet de réfléchir aux moyens d'assurer la pérennité des valeurs de bien vivre, de convivialité, de partage, de plaisir du goût qui lui sont associées, dans une société de plus en plus ouverte à la diversité culturelle qui a bénéficié et bénéficie encore.**

**Le Conseil économique, social et environnemental soutient la candidature française en particulier pour cette raison, pour les éléments fédérateurs qu'elle contient et qu'elle met en avant.**

**C'est tout un pan de la culture française, victime de difficultés de transmission d'une génération à l'autre, qui mérite d'être reconnu et préservé.** C'est aux Français qu'il appartient de la reprendre en mains, et cette reprise en mains passe par la reconquête de leur assiette.

**Cette reconnaissance doit être également l'occasion de saluer l'importance de l'enrichissement de nos pratiques alimentaires par des traditions ou des produits plus lointains. En effet, la cuisine française s'illustre également sur les trois grands océans et dans trois des cinq continents de la planète grâce aux collectivités d'Outre-mer. Leur riche patrimoine culinaire contribue dans le monde entier à l'attractivité touristique de nos départements, pays ou territoires. Il prend de surcroît une dimension particulière parce qu'il utilise les denrées locales, dans un mariage de goûts novateurs et de procédés traditionnels. Plus généralement, tous les apports dont il bénéficie grâce à la diversité des origines culturelles des populations qui vivent en France méritent d'être soulignés. Les réseaux de restaurants et d'hôtels ultramarins, ou qui représentent la cuisine française à travers le monde, constituent autant d'ambassadeurs dont le rôle doit être renforcé.**

## **II - DÉPASSER LA CANDIDATURE : CONSERVER ET ENRICHIR UN PATRIMOINE RECONNU**

Il ne s'agit pas, bien entendu, de figer la situation ou de revenir à une situation antérieure, ce qui serait illusoire, mais bien au contraire de faire vivre le repas gastronomique, qui a d'ailleurs beaucoup donné et beaucoup reçu, et d'accepter les évolutions à venir.

De ce point de vue, les atouts du patrimoine vivant sont sans commune mesure ni comparaison possible avec ce que peut permettre un dossier relatif au patrimoine matériel.

On peut même se plaire à imaginer comparer le potentiel de mobilisation qu'offre le repas gastronomique à la française à celui d'une candidature nationale à un grand événement sportif... Sans aller aussi loin, il est possible, comme le fait M. Jacques Secondi pour *Le Nouvel Économiste*, de regretter, en saluant le rôle de ciment social et de vecteur d'identité que joue l'alimentation en France, que les pouvoirs publics ne lui accordent pas toute la reconnaissance qu'elle mérite.

L'art culinaire constitue en effet un actif immatériel : la production, la préparation et la consommation des denrées, fondées sur la connaissance et l'expérience, participent à un mouvement ininterrompu de création de valeur. De nombreux métiers y contribuent comme autant de maillons d'une chaîne dont la cohérence se verrait renforcée par la reconnaissance du caractère patrimonial de leur œuvre commune. L'impact de ce secteur pour notre économie est évidemment considérable, en termes d'emploi et d'activité. Enfin, la qualité de la table compte pour beaucoup dans l'image de notre pays à l'étranger, et notre patrimoine culinaire joue un rôle important et singulier dans son attractivité touristique.

Patrimoine, et d'une certaine façon spectacle vivant, notre art culinaire mérite l'attention du ministère de la culture (le Conseil national des arts culinaires, association loi de 1901, qui avait entrepris un inventaire du patrimoine culinaire de France, dépendait pour son activité de ce ministère), du ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche, ou de celui du tourisme. M. Francis Chevrier, directeur de l'IEHCA, écrit à ce propos qu'après « avoir créé une cité de la musique ou une cité de l'architecture, il faudrait favoriser l'éclosion tout aussi légitime en France d'une cité de la gastronomie, une sorte de "Beaubourg" de la cuisine, à installer dans une capitale gastronomique ». M. Pitte a lors de son audition soutenu la même idée, en soulignant qu'il n'existe en France ni musée de la gastronomie, ni lieu pour conserver les écrits et livres sur la cuisine, ni établissement où l'on puisse faire venir une « classe de primaire, de collège ou de lycée pour exposer ce qu'est cet élément fondamental de notre patrimoine ».

On trouve en effet des éléments de gastronomie épars dans les musées, des tableaux ou d'anciennes cuisines conservées, mais il n'y a pas de musée de la gastronomie en France. Les livres de cuisine anciens ne sont pas réunis dans un fonds particulier et sont souvent vendus à l'étranger quand les collectionneurs s'en dessaisissent.

**C'est pourquoi notre assemblée estime que la création d'une Cité du goût ou d'une Cité de la gastronomie - espace vivant dédié aux traditions et aux expressions contemporaines dans ce domaine très large, comme il existe une Cité de la musique, ou une Cité des sciences - devrait être envisagée.** De grandes villes françaises où la tradition gastronomique est forte - comme Bordeaux par exemple, qui a réalisé une cité du vin, ou encore Lyon ou Strasbourg, auraient des raisons légitimes de présenter leur candidature.

### III - METTRE CUISINIERS ET PRODUCTEURS À CONTRIBUTION : POUR UN PATRIMOINE DYNAMIQUE ET VIVANT

Les cuisiniers sont à la fois des inventeurs et des garants de la tradition. Ils ont en quelque sorte la mission de défendre les principes et valeurs culturelles de la gastronomie, qu'ils ont reçus en héritage, mais leur public attend également d'eux qu'ils osent innover, qu'ils leur fassent découvrir ou redécouvrir des terres et des saveurs inconnues. M. Gérard de Marcillac, ancien directeur de l'école Grégoire-Ferrandi, auditionné, a résumé cette problématique en exposant qu'un cuisinier pouvait débiter muni de son CAP et du guide culinaire d'Escoffier.

M. André Daguin, rapporteur, dans un article publié dans la *Revue des sciences morales et politiques* intitulé *Invention et création à la cuisine*, souligne dans le même sens que le cuisinier doit d'abord maîtriser la technique pour laisser ensuite libre cours à l'imagination, poser de nouveaux jalons, tout en distinguant ce qui relève de l'invention et ce qui relève de la découverte. En effet, la seconde précède souvent la première. Le processus de découverte ne dépend pas toujours d'un seul homme, mais peut cheminer longuement à travers le temps et l'espace : *« pour inventer le cassoulet, il a fallu qu'un gaulois apprivoise des sangliers, puis qu'un wisigoth invente la saucisse, puis que Christophe Colomb découvre l'Amérique et rien de tout cela n'aurait servi, si en Mésopotamie ou ailleurs quelqu'un n'avait pas eu l'idée de cuire au four des petits pots de terre... Une longue suite d'événements... est partie de la découverte d'un continent pour aboutir à la création d'une recette de cuisine dont aucun individu ne peut réclamer la paternité. C'est une création collective, une manifestation de la créativité de l'espèce humaine ».*

Les inventions culinaires procèdent de l'approfondissement, de l'exploration raisonnée de toutes les potentialités offertes par les découvertes culinaires : *« inventer, ce sera organiser différemment les rapports entre les aliments compte tenu des découvertes quant aux cuissons, températures, assaisonnements ou émulsions ».*

En tant qu'expression de notre culture, la cuisine n'est heureusement pas figée : elle évolue et continue à évoluer. La nouvelle cuisine, la cuisine moléculaire, pour ne citer que ces deux branches récentes de l'art culinaire, qui toutes deux ont prêté à polémique et suscité parfois de virulentes critiques, ont aussi enrichi sa longue histoire en favorisant des innovations et un renouvellement. La plus récente des deux - encore que, selon Paul Bocuse, un civet de lapin soit de la cuisine moléculaire avant la lettre - a permis, grâce à un alliance spectaculaire avec la chimie et la recherche, des prouesses techniques, comme la « sphérification » des aliments rendue possible par le chlorure de calcium. Tous ces courants, toutes ces tendances entre lesquels il n'existe en réalité aucun cloisonnement définitif, ni théorique ni pratique, procèdent de la même histoire, de la même volonté de faire progresser la gastronomie par actions et réactions successives, la tradition bénéficiant à l'innovation, la tradition s'enrichissant de l'innovation et réciproquement. M. Christian Millau, journaliste et écrivain, co-fondateur éponyme du célèbre guide et co-auteur, en 1973, des *Dix commandements de la nouvelle cuisine*, également auditionné, a rappelé que si l'attribution par le *Gault et Millau* de « toques rouges » récompensait

l'inventivité, et celle de « lauriers », la cuisine de terroir, il n'y avait pas selon lui d'antinomie entre les deux cuisines, mais bien au contraire complémentarité.

M. Jean-Luc Naret l'a souligné lors de sa propre audition, les techniques ont évolué, en particulier celles de cuisson, mais également les produits, dont la qualité va croissant, grâce aux liens tissés avec les producteurs. M. Christian Millau a de même insisté sur l'importance de cette chaîne d'excellence qui unit ceux qui produisent et ceux qui transforment, en soulignant que l'association par les cuisiniers des professions qui sont à l'origine des denrées aux succès de la restauration est un phénomène relativement nouveau. Ce phénomène n'est pas marginal. Il représente une opportunité pour les artisans, pour tous les agriculteurs soucieux d'une production de qualité, car « *les cuisiniers sont les meilleurs ambassadeurs du produit* ». À l'appui de sa démonstration, M. Millau a cité de nombreux exemples de produits locaux, certains menacés de disparition - écrevisses pattes rouges des landes, huîtres géantes de Cancale - d'autres signalés par leur goût et leur très grande qualité - primeurs, légumes oubliés ou non, fraises, volailles de Bresse, vins de terroirs - qui doivent leur succès à leur découverte par des cuisiniers avec lesquels se sont tissés des liens de confiance. Ce sont ces mêmes cuisiniers à qui l'on doit des recettes parfois entièrement nouvelles (le magret de canard...) ou des redécouvertes fameuses (la teurgoule normande...).

Cet engouement pour les « chefs de proximité », selon l'expression de M. Naret, mérite d'être encouragé. La défense de la variété, le lien entre la restauration et la production - 15, 30 kilomètres autour du point de préparation - la redécouverte des produits régionaux qui l'accompagne logiquement, constituent des enjeux économiques et des enjeux de société, bien au-delà d'un simple effet de mode.

**Notre assemblée estime que l'effort à poursuivre et à amplifier en ce domaine pourrait s'appuyer, en l'état actuel de l'organisation professionnelle du secteur, sur le réseau des chambres consulaires (chambres d'agriculture, de commerce et d'industrie, chambres de métiers), afin d'encourager le rapprochement dans chaque région des cuisiniers et des producteurs. Les cuisiniers-restaurateurs auraient intérêt à continuer de leur côté à ne plus se contenter d'afficher des indications imprécises - « produits frais », « produits du marché »... - mais mentionner sur leurs cartes, autant qu'ils le peuvent, le lieu et l'origine exacte des produits mais aussi, pourquoi pas, être plus précis s'ils ont un fournisseur de proximité attiré, et si ce dernier le souhaite.**

Comme l'écrivit M. Alain Chapel, cité par M. Pitte dans son ouvrage intitulé *Gastronomie française, histoire et géographie d'une passion*, « *des produits, d'abord et avant tout, et des émotions qui s'enracinent dans des paysages, des visages, un quotidien familial... plus que privilégier l'originalité à tout prix, le cuisinier doit tenter de capter ce qui reste d'un héritage, s'interroger sans cesse sur les particularismes culinaires...* ».

#### **IV - PARTAGER LES CONNAISSANCES : POUR UN INVENTAIRE EUROPEEN**

Cet héritage composé de pratiques sociales et culinaires n'a rien d'anecdotique. Au-delà des réflexions qui précèdent, il paraît utile d'envisager cette question du rapport de la tradition et de la modernité, en matière d'arts culinaires, sous un angle plus général et de l'ouvrir, en même temps, sur des espaces plus larges.

M. Francis Chevrier, directeur de l'IHECA a lancé en septembre 2008 l'idée d'un inventaire des pratiques, traditions alimentaires et culinaires de l'union européenne, qui s'appuierait sur un réseau européen de chercheurs, et qui avait donné lieu à une lettre ouverte au Président de la République et au Premier ministre à l'occasion de la présidence française. Ce projet, en cours d'élaboration, devrait être présenté à Bruxelles avant 2010.

En effet, Les méthodes, les techniques, les savoir-faire élaborés au cours des siècles par les paysans, les artisans, les cuisiniers, intéressent la gastronomie et bien entendu les sciences sociales, mais constituent surtout une véritable richesse immatérielle qui pourrait être inventoriée, partagée et mieux exploitée, par exemple dans le domaine de la santé. Ces connaissances artisanales disparaissent parfois malheureusement, car l'homogénéisation progressive des modes de vie et la standardisation des modes de production au sein de l'UE rend leur perpétuation de plus en plus fragile. De la même manière, certaines variétés de fruits ou de légumes peuvent disparaître irrémédiablement, condamnés par une rationalité économique de court terme qui ne tient compte que de la demande et des coûts de production, et pas du capital immatériel qu'elles représentent. On inventorie, à raison, la richesse que représente la biodiversité.

**Le Conseil soutient donc l'idée de constituer une base de données sur le patrimoine alimentaire européen, concernant les sciences humaines comme les sciences exactes et la médecine. Un réseau constitué d'un petit nombre de chercheurs travaillant de manière interdisciplinaire dans le cadre, par exemple, d'un programme communautaire, pourrait suffire à l'animer. Cet inventaire des pratiques et traditions culinaires, considérées comme un patrimoine immatériel commun, mériterait d'être entrepris ou progressivement élargi à l'échelle des 27 États-membres. Pour ce qui concerne la France, il devrait bien entendu accorder à celui des collectivités d'Outre-mer une place importante.**

#### **V - ADAPTER LES MÉTIERS ET LES QUALIFICATIONS AUX ENJEUX DE LA DIFFUSION DE CE PATRIMOINE**

De la même manière que la candidature d'une ville aux Jeux olympiques donne à un pays l'occasion de s'interroger sur le dynamisme et l'attractivité de son secteur du tourisme, le projet d'inscription du patrimoine culinaire de la France doit s'accompagner d'une réflexion globale sur les différents métiers de l'hôtellerie-restauration et, au-delà, de tous ceux qui concourent à la promotion de nos arts culinaires et de la table. En effet, le titre même du présent travail renvoie non seulement au « contenu » mais également au « contenant » : le



secteur des arts de la table représente à lui seul 20000 emplois souvent très qualifiés. Les entreprises mais aussi les artisans spécialisés peuvent bénéficier du label « entreprises du patrimoine vivant ». Concernant l'élaboration du « contenu » et tous les services associés, on rappellera que M. Thierry Costes avait à la demande du Premier ministre élaboré un rapport, avec le concours du CAS, intitulé *Innover, créer, faire rêver : les défis de l'hôtellerie-restauration*, rendu en mars 2007.

M. de Marcillac, déjà cité, avait lors de son audition devant la section souligné le fait que les métiers de l'hôtellerie et de la restauration offrent des débouchés, ainsi que des évolutions de carrière qui peuvent être prometteuses, dès le BTS pour les premiers, à partir du CAP ou du BEP pour les seconds. Bien que l'*International Hospitality Management* (IHMI), qui dépend de l'ESSEC, assure des formations débouchant sur un MBA en un ou deux ans, les formations à ce niveau de diplômes restent rares en France : pour qui veut se former à une carrière internationale de haut niveau dans l'hôtellerie, les écoles les plus prestigieuses se trouvent en Suisse, à Lausanne...

Dans la restauration, le CAP apparaît comme le niveau minimum requis pour devenir chef de restaurant - même si quelques-uns d'entre eux, qui ont appris leur métier sur le terrain, parfois en autodidactes, n'ont pas de diplôme professionnel. La célébrité acquise par certains cuisiniers ne doit pas faire oublier que l'ensemble des artisans des métiers de bouche participent de la vitalité et de la réputation d'excellence de ce secteur. Certaines formations, comme celles dispensées par l'école Grégoire-Ferrandi, à Paris, conduisent leurs élèves, après un CAP, vers un diplôme de l'École supérieure de cuisine française et l'une des spécialisations (création culinaire et management, management de restaurant...) qu'elle propose, ou vers un BTS.

Des initiatives récentes tendent à organiser des cursus complémentaires axés sur l'innovation. Des ingénieurs déjà diplômés ont ainsi désormais la possibilité en France de suivre une formation qui les destine à la recherche et au développement dans l'industrie agroalimentaire. Pour ce faire, ils apprennent ce qui se passe en cuisine tout en suivant un programme à AgroParisTech.

Le niveau insuffisant en langue, en particulier en anglais, constitue un problème sérieux dans la restauration. Pour cette raison, un séjour dans un pays anglophone semble indispensable pour les jeunes qui se lancent dans ces métiers.

Exigeants, ceux-ci le sont assurément : l'apprentissage offre de ce point de vue l'avantage sur les formations théoriques d'initier les jeunes aux réalités et aux contraintes, qui ne concernent pas seulement les horaires, de la profession. Il y a d'ailleurs un taux relativement important d'abandon en cours d'apprentissage, que seul un suivi très personnalisé des élèves et de leurs employeurs permet de réduire. Cette remarque étant faite, il faut souligner l'importance du rôle des CFA, malgré les divergences de moyens qui peuvent exister entre eux. Il existe ainsi dans les départements d'Outre-mer des CFA dont la très grande qualité a été soulignée en audition, mais qui ont besoin de développer des échanges dans leur environnement régional. Déjà les restaurants étoilés de la métropole ouvrent leurs portes à de jeunes cuisiniers ayant

reçu Outre-mer leur formation, attestant de sa qualité et d'une mobilité qui doit être encouragée.

Enfin, l'évolution des rémunérations restant limitée, et les écarts entre elles en fonction du niveau de formation (inférieurs à 10 % entre un Bac professionnel et un CAP par exemple), réduits, les salaires ne constituent pas un facteur d'attractivité suffisant pour orienter la demande, en particulier celle des jeunes, vers un secteur ou l'offre reste excédentaire.

**Ces éléments de constat conduisent notre assemblée à proposer :**

- **une réflexion sur la labellisation des restaurants autour des thématiques du patrimoine, incluant les techniques et les produits ;**
- **une réflexion sur la possibilité d'octroyer aux meilleurs professionnels des métiers de bouche, le titre de « maître d'art » ou un titre équivalent. « Le meilleur ouvrier de France », qui est un diplôme d'État obtenu par concours, constitue une étape dans une carrière professionnelle (comme celle de Paul Bocuse, MOF en 1961), mais n'est pas une reconnaissance de même nature ;**
- **il s'agirait non seulement de répondre au besoin, comme l'a d'ailleurs souligné Mme Dumas dans son rapport pour le Sénat, de reconnaissance de leurs professions, mais également de saluer le savoir-faire exceptionnel de certains d'entre eux. Il y a en France actuellement 74 maîtres d'art (un restaurateur de pianoforte, une plumassière, une feutrière, un tourneur sur bronze...) distingués par le ministre de la Culture, qui ont l'obligation de transmettre leur savoir-faire à des élèves : un maître de chais ou un charcutier-traiteur déparerait-il cette liste ?**

**Concernant la formation à ces métiers, le Conseil souligne combien il est important de poursuivre les efforts qui permettront d'en modifier durablement l'image auprès des jeunes, y compris en matière de rémunération.**

Le succès de ces efforts dépend en grande partie des professionnels eux-mêmes, des pouvoirs publics à travers l'information et l'orientation, mais également des conditions économiques faites à la profession.

Celles-ci, jointes aux effets du contexte économique général, peuvent accélérer ou ralentir ces nécessaires mutations. Ainsi, depuis 1992, toutes les formes de restaurations ont bénéficié du taux réduit de TVA à 5,5 %, alors que la restauration traditionnelle restait au taux normal et l'est restée jusqu'en juillet 2009. Or, l'État avait fait part de son intention d'appliquer le taux réduit à cette dernière dès juillet 2004. À l'époque, les professionnels de l'hôtellerie restauration s'étaient engagés à améliorer l'attractivité du secteur en agissant sur les conditions de travail et les salaires, ce qui n'avait pas été entrepris depuis 1992. Dans la perspective de la baisse de TVA attendue, leurs engagements portaient sur 800 millions d'euros. Par ailleurs, ils s'étaient également engagés à

répercuter sur les prix, sur les salaires et sur leurs investissements les gains de productivité permis par la baisse de la TVA, une fois celle-ci devenue effective.

**Le Conseil économique, social et environnemental estime que ces efforts, avec l'entrée en vigueur de l'application du taux réduit, doivent être poursuivis. Les négociations actuelles doivent conduire rapidement à une grille de salaires attractive et intégrer la question de l'emploi sous forme d'embauches supplémentaires à hauteur de 40 000 emplois dans les meilleurs délais possibles. Le résultat de ces efforts ne peut cependant raisonnablement s'apprécier sur un seul trimestre d'application de la TVA à 5,5 %. Le Conseil demande donc qu'une évaluation sérieuse de l'impact de la mesure soit effectuée par le gouvernement et les professionnels du secteur au terme d'une année d'application, et plus précisément à la fin de la saison touristique de l'été 2010. Des enseignements devront en être tirés.**

**Pour ce qui concerne l'orientation professionnelle, on rappellera que les régions françaises peuvent pour la plupart s'appuyer sur des traditions culinaires fortes. En raison des responsabilités qu'elles exercent dans l'enseignement notamment professionnel, il apparaît pertinent de les inciter à accroître les synergies entre établissements au niveau régional, en partenariat avec l'État, de manière à faciliter les cursus complets et les passerelles entre formations.**

**Les régions devraient également être incitées à s'impliquer d'avantage encore dans le développement de la charte de l'apprentissage, conçue et lancée en 2005 dans le cadre du plan de cohésion sociale. Les chartes régionales contribuent, en précisant les engagements réciproques de l'entreprise, du CFA et de l'apprenti, à l'intégration de ce dernier dans de bonnes conditions, et donc à améliorer la confiance des principaux acteurs dans une formation de qualité.**

Enfin, il paraît difficile, voire excessivement ambitieux, de chercher à concurrencer les établissements suisses sur le créneau de la gestion de l'hôtellerie de prestige. Si la gastronomie française conserve le sien, c'est grâce à ses techniques culinaires et aux produits qu'elle valorise. **Le Conseil estime qu'il y place, par exemple au sein d'une future cité de la gastronomie, pour un établissement pluridisciplinaire, à mi-chemin entre le laboratoire et l'accueil d'artistes en résidence, qui pourrait faciliter le mûrissement de projets par la rencontre d'individus en provenance d'horizons différents. Ces projets devraient concerner la recherche et l'innovation autour des techniques et des produits, mais également faciliter l'inventivité, stimuler l'imagination, et donc contribuer à l'enrichissement de notre culture culinaire.**



## CHAPITRE II

### ACCORDER LA PRIORITÉ AU PRODUIT : POUR DES PRATIQUES DURABLES D'ACHATS ALIMENTAIRES

Dans de nombreux développements qui précèdent, apparaissent ces préoccupations fortes que sont la qualité de l'alimentation au sens large, et du développement durable, contrecarrées à tort ou à raison par des inquiétudes, des incertitudes, des doutes, concernant les prix et le pouvoir d'achat. Ces préoccupations traduisent le souhait profond, informulé, du consommateur, de « dépenser mieux pour mieux vivre ».

Comment le satisfaire dans sa recherche de solutions à ses difficultés concrètes ? En l'incitant sans doute, sans chercher à le désigner ni comme une victime, ni comme un coupable, à réfléchir à ses propres comportements, à ses habitudes de consommation. En facilitant sa démarche d'achat dès lors qu'elle exprime un besoin de qualité, de proximité, un souci de l'origine du produit. En développant la pédagogie et l'information.

La priorité accordée au produit n'est pas en soi une nouveauté : on peut même dire qu'elle constitue une tradition culturelle dont la richesse et l'intensité doivent beaucoup à la restauration. Comme l'a rappelé récemment Mme Isabelle Proust, auteure d'un livre sur les *Désirs et peurs alimentaires au XXI<sup>e</sup> siècle*, dans *Le Nouvel Économiste*, « *le produit de qualité, non-industriel, constitue la légitimité d'un établissement professionnel. Le maintien des filières artisanales, la découverte et la transmission du goût des produits et des choses cuisinées dépendent largement de la pérennisation de cette culture de plaisir d'aller au restaurant* ».

Le baromètre 2008 sur l'alimentation du CRÉDOC semble indiquer que les Français partagent, lorsqu'ils font leurs courses alimentaires, la même vision des produits non industriels et de ceux qui les fabriquent. À la recherche d'informations fiables, ils manifestent leur confiance aux petits commerçants (90 % d'opinions favorables, en hausse) et aux agriculteurs (85,6 % d'opinions favorables, également en hausse), beaucoup moins aux industriels de l'alimentation (34,7 %, en baisse de 10 % sur un an). Dans le même temps, ils ont besoin d'être rassurés : à la question sur les risques sur la santé liés à l'alimentation, ils répondent à 27,1 % (en hausse de 6 % par an depuis 2006) que les traitements sur les cultures sont ce qui les inquiète le plus.

## **I - FAVORISER DES PRODUCTIONS AGRICOLES DE QUALITÉ ET À PLUS FORTE VALEUR AJOUTÉE**

La France a depuis longtemps veillé à la qualité des produits de son agriculture tant en métropole que dans les régions ultramarines. En effet, les normes, sanitaires et environnementales, drastiques qui s'imposent à tous les agriculteurs français, qu'ils utilisent les méthodes dites conventionnelles ou d'autres, et dont le respect fait l'objet de contrôles réguliers et approfondis par les services administratifs compétents, s'avèrent pour la plupart d'entre elles antérieures et plus rigoureuses que celles qui ont été progressivement mises en place au niveau communautaire. C'est, par exemple, le cas de l'agriculture biologique, pour laquelle la démarche d'harmonisation des règles, décidée par l'Union en 2009 et qui devrait être effective en 2010, a montré que les contraintes fixées aux producteurs français étaient jusqu'à présent beaucoup plus fortes que celles en vigueur dans de nombreux autres États-membres.

Il en est de même au niveau de la transformation pour les nombreuses entreprises agroalimentaires présentes sur l'ensemble du territoire national. Les efforts ainsi consentis par l'ensemble des professionnels du secteur, assurent la traçabilité des produits à toutes les étapes de la chaîne et ainsi garantissent aux consommateurs la sécurité sanitaire de leur alimentation.

De plus, pour assurer leur défense et leur reconnaissance, notre pays a conçu un ensemble de dispositifs visant à la différenciation de certaines de ses productions, notamment fondée sur leurs qualités gustatives, et par conséquent à leur meilleure valorisation. L'appellation d'origine, premier Signe d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO), a été créé en France dès 1905. Elle n'est reconnue que depuis 1992 au niveau européen, sous le terme d'Appellation d'origine protégée (AOP) qui s'applique également aux vins et spiritueux depuis mai 2009.

Les AOP concernent aujourd'hui plus de 20 % de nos exploitations et représentent un chiffre d'affaires de plus de vingt milliards d'euros. Elles sont liées à l'origine des produits ont un caractère inaliénable, non transposable, et surtout, non délocalisable.

Parmi, les multiples formes de reconnaissance de la qualité des produits, il convient de distinguer celles qui relèvent de la réglementation, nationale ou communautaire (Label rouge, AOP, indication géographique protégée, spécialité traditionnelle garantie...) et sont donc garanties par les pouvoirs publics, de celles qui ne s'inscrivent que dans une démarche marketing (produit artisanal, produit du terroir, méthode traditionnelle...).

Les produits sous signe officiel de qualité répondent à des cahiers des charges incluant des critères relatifs à leurs conditions de production et d'élaboration et/ou à leur origine géographique.

Pour les agriculteurs, opter pour des productions de qualité favorise les débouchés et augmente la valeur ajoutée de leur activité. En effet, elles correspondent aux attentes d'un nombre croissant de consommateurs, pour qui ils constituent un gage de qualité gustative et/ou sanitaire voire de préservation de l'environnement. Par voie de conséquence, les restaurateurs ainsi que de plus en plus de commerçants, d'artisans et de représentants de la grande distribution souhaitent utiliser et commercialiser ces produits malgré leur prix souvent plus élevé.

De plus, ainsi que cela a été montré dans l'avis présenté par Christiane Lambert sur *La formation des prix alimentaires*, les marges sont mieux réparties entre les différents maillons des filières (producteurs, transformateurs, distributeurs) pour les produits sous signes de qualité que pour les autres. C'est notamment le cas des producteurs de lait dans les zones d'appellation pour les fromages.

Cependant, malgré l'assurance d'une meilleure rentabilité, à moyen ou long terme, certains agriculteurs hésitent à choisir ce type de production, souvent parce qu'ils ne sont pas suffisamment conscients des débouchés et des gains potentiels qu'elle offre.

Au-delà de l'intérêt individuel des agriculteurs, les produits sous signe de qualité présentent des avantages à un niveau plus macroéconomique. Ils permettent au tissu économique, agroalimentaire et touristique, local, essentiellement composé de TPE/PME, de profiter de cette reconnaissance, mutualisée et largement supportée par l'ensemble de la collectivité des producteurs et des utilisateurs.

**Pour le CESE, il serait donc utile de mieux informer les agriculteurs sur l'intérêt de privilégier les productions de qualité de type « Label rouge » qui ne requièrent pas d'être situées dans une zone réglementairement délimitée. Notre assemblée estime que les organisations professionnelles, en particulier les chambres d'agriculture, doivent poursuivre et intensifier les actions incitatives déjà mises en œuvre dans ce but au niveau local.**

Il faut cependant ne pas oublier que les signes de qualité et d'origine sont avant tout des outils de différenciation, qui à ce titre ne sauraient être généralisés à tous les produits. De plus, ils ne sont efficaces que si les consommateurs les connaissent, en comprennent les spécificités, et les identifient facilement. Enfin, pour le CESE, il convient de rappeler que tous les produits alimentaires français, même ceux ne bénéficiant pas de SIQO, respectent des normes strictes lors de leur production et de leur fabrication ce qui leur confère un niveau de qualité appréciable.

## **II - MIEUX INFORMER LES CONSOMMATEURS SUR LA QUALITÉ DES PRODUITS**

La réglementation relative aux signes officiels de qualité a profondément été modifiée durant les deux dernières décennies. Précédemment elle relevait essentiellement du niveau national. Depuis 1992, les règles concernant la plupart des SIQO, à l'exception du Label rouge et de la Certification de conformité, sont devenues communautaires. Cette évolution vise à une harmonisation entre les différents États-membres afin de permettre aux consommateurs d'avoir une assurance renforcée quant à la qualité des produits issus de l'Union qu'ils achètent, et d'en connaître plus aisément l'origine et la composition. En effet, ces informations sont de plus en plus demandées par les consommateurs dans un contexte marqué par l'ouverture des marchés, des crises sanitaires très médiatisées et des attentes nouvelles en termes de développement durable. Un récent sondage a ainsi montré que pour les consommateurs, après le prix, ce sont l'origine ainsi que les procédés de fabrication des produits alimentaires, qui constituent leurs premiers critères de choix.

Cependant, les nombreux changements réglementaires intervenus, ont été opérés en plusieurs étapes et ont donné lieu à de nombreux débats pour parvenir à des compromis entre des approches nationales initiales souvent très différentes. De plus, pour répondre aux attentes des consommateurs, il faut également que l'étiquetage des produits qui traduit le respect des normes et fournit toutes les informations souhaitables, soit facilement compréhensible, ce qui pour le moment n'est pas encore le cas.

**C'est pourquoi, le CESE estime qu'il est maintenant temps de stabiliser durablement la réglementation concernant à la fois les SIQO et l'étiquetage des produits alimentaires. S'agissant de ce dernier point, il convient d'opter pour une signalétique simple, de types « logos », pour ne pas surcharger les étiquettes et ne pas créer de nouvelles confusions avec des informations à caractère purement commercial. Des campagnes de sensibilisation doivent être menées, aux plans national et communautaire, pour apprendre aux consommateurs à bien identifier ces logos et à en comprendre la signification.**

Parallèlement, il faut bien sûr à la fois veiller à ce que l'harmonisation des règles n'entraîne pas un nivellement par le bas mais bien une amélioration de la qualité globale des produits et faire en sorte que ces dernières soit pleinement respectées par tous les États-membres, pour ne pas créer de distorsions de concurrence et donc tromper le consommateur. Il est donc indispensable de procéder très régulièrement à des contrôles rigoureux sur la mise en application effective et uniforme des règles en vigueur. De même, notre assemblée souhaite que des évaluations régulières quant à l'impact de la réglementation sur la qualité effective des produits et sur la satisfaction des consommateurs, soient réalisées au niveau communautaire.



Par ailleurs, la Commission européenne examine actuellement la possibilité d'indiquer la provenance communautaire des denrées concernées, par l'apposition de la mention « produits de l'UE » en fonction de leur lieu de fabrication quelle que soit l'origine des ingrédients qui le composent. Cette information est d'ores et déjà obligatoire pour certains produits bruts, notamment les fruits et légumes frais, la viande bovine, le miel, le vin.

**Le CESE est favorable à la poursuite des études sur le sujet et propose, en outre, de compléter la qualification « UE » par l'indication de l'État membre d'origine des matières premières, principales ou conférant une qualité particulière, aux produits transformés, ainsi qu'à la mention « Non UE », lorsque les matières premières principales ne proviennent pas de l'UE.**

### **III - MAINTENIR LE CONTACT ENTRE LES CONSOMMATEURS ET LE MONDE AGRICOLE**

Les consommateurs, mais aussi les restaurateurs, sont les véritables prescripteurs de l'agriculture car ce sont eux qui consomment et valorisent ses productions. Un lien étroit doit par conséquent les unir pour que les produits agricoles correspondent aux attentes de ces clients. Or, on constate aujourd'hui une évidente distension de ce lien. Elle découle notamment de l'urbanisation et des fortes évolutions connues par les exploitations agricoles qui deviennent des entreprises. Il convient donc de veiller à préserver et à renforcer toutes les formes de contacts entre agriculteurs d'une part, consommateurs, restaurateurs, artisans et commerçants, de l'autre. Dans cet objectif, les circuits courts et le maintien d'une agriculture périurbaine apparaissent comme des outils efficaces.

#### **A - DÉVELOPPER LES CIRCUITS COURTS**

Un circuit court est un mode de commercialisation des produits agricoles qui peut prendre différentes formes : vente directe du producteur au consommateur (vente à la ferme, sur les marchés...) ou indirecte avec un seul intermédiaire (restaurateur, commerçant, artisan...).

Ce mode de commercialisation se développe en France comme dans de nombreux autres pays. Pour les agriculteurs, ils permettent une opportunité d'accroître leur revenu en valorisant mieux leur production et des relations directes avec leur clientèle pour mieux en appréhender les attentes.

Pour les restaurateurs et artisans, les circuits courts offrent la possibilité de contrôler la qualité des approvisionnements mais surtout contribuer à la valorisation des produits agricoles locaux dans une stratégie gagnant- gagnant de développement durable.

Enfin pour les consommateurs, les circuits courts constituent un gage de traçabilité et un moyen privilégié de se procurer à un « prix juste » des produits de qualité. Pour certains d'entre eux, elle correspond aussi à un acte citoyen en soutenant des pratiques de productions agricoles et de commercialisation durables, grâce à la réduction des emballages, des transports...

Les circuits courts ont fait l'objet d'un récent rapport du ministère de l'Agriculture dans lequel différentes mesures ont été identifiées pour améliorer leur fonctionnement. Elles portent notamment sur la formation des agriculteurs pour qu'ils acquièrent les compétences nécessaires, notamment en termes de connaissances réglementaires et de respect des normes sanitaires, pour la vente directe ainsi qu'à une meilleure organisation des réseaux pour la vente indirecte.

**Pour notre assemblée, il apparaît indispensable d'aider les agriculteurs qui souhaitent diversifier leurs activités en s'insérant dans les circuits courts. Cette aide passe tout d'abord par la facilitation d'accès aux programmes de formation permettant l'acquisition des compétences nécessaires. À ce titre, signalons que les chambres d'agriculture accompagnent les agriculteurs dans le cadre de la mise en place de la nouvelle réglementation relative aux mesures d'hygiène à respecter pour les activités de transformation et de commercialisation pour lesquelles il s'agit désormais de respecter une « obligation de résultats » et non plus seulement de « moyens ».**

Ensuite, le CESE est favorable à la mise en place de dispositifs d'accompagnement personnalisés, destinés à analyser les opportunités, les débouchés potentiels, les obstacles susceptibles de résulter de cette nouvelle activité, ainsi que les moyens, humains et financiers à mettre en œuvre dans ce cadre.

Enfin, pour éviter une certaine forme de concurrence et afin, au contraire, de renforcer les synergies potentielles entre les restaurateurs, artisans et petits commerçants, et les agriculteurs, le CESE estime que leurs organismes consulaires respectifs devraient chercher à structurer et à développer les circuits courts pour favoriser la valorisation de proximité des denrées produites par l'agriculture locale.

#### B - PRÉSERVER L'AGRICULTURE PÉRIURBAINE

Les préoccupations des Français relatives à l'environnement, à la santé, à la convivialité, s'entremêlent. Elles sont parfois contradictoires. Un sociologue, M. Claude Fischler, relève cependant dans un dossier consacré par la *Revue de l'industrie agroalimentaire* à l'alimentation (octobre 2008) que l'on se trouve en présence d'une véritable tendance à produire et à diversifier localement.

Grâce à de nouvelles voies de transformation à la ferme, ce mouvement pourrait bénéficier aux agriculteurs, en particulier et prioritairement en zone périurbaine. Grâce à de nouvelles formes de commercialisation, elle pourrait bénéficier également aux PME.

**Sa réussite dépend d'abord de la poursuite de l'effort de rapprochement « physique », qui permet un contact direct.** Cela ne signifie pas qu'il faille nécessairement habiter près d'une ferme : au Québec, où les consommateurs sont sensibles à cette problématique du « manger local », on considère qu'un produit qui a été cultivé et transformé dans un rayon de 120 kilomètres autour du lieu de consommation peut être considéré comme un produit local. On peut se féliciter du développement récent de circuits de

distribution plus diversifiés. Aujourd'hui, plus de 88 000 producteurs vendent directement au consommateur. Certains le font au sein de réseaux constitués comme le réseau « Bienvenue à la ferme » ou celui des Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP). D'autres utilisent la vente directe sur les marchés, dont le nombre a augmenté ces dernières années, celle réalisée sur internet, les points de vente collectifs ou la vente de paniers... Quels que soient leurs objectifs ou la philosophie qui les anime, ces circuits permettent de mettre en contact acheteurs et producteurs. Dans certains cas, on voit même se développer des associations de consommateurs qui achètent des terres agricoles en SCI, puis les louent pour permettre à un jeune de créer son exploitation. De telles initiatives, qui relèvent presque de l'acte militant, sont nécessairement marginales.

Elles témoignent cependant d'une difficulté bien concrète dans les grandes agglomérations, celle de faire coïncider l'offre et la demande, soit que la première soit insuffisante - sans remonter au début du XX<sup>e</sup> siècle, où l'on trouvait encore 720 hectares de pêchers à Montreuil, on rappellera, comme le fait le cahier spécial du journal *Le Monde*, déjà cité, que le nombre d'arboriculteurs en Île-de-France a été divisé par trois en vingt ans - soit que l'agriculture régionale soit trop spécialisée.

Le maintien et si possible le développement d'une agriculture périurbaine de proximité - biologique ou non - revêt donc une importance particulière, non seulement pour contenir l'étalement urbain et éviter l'artificialisation de surfaces agricoles, comme l'a rappelé dans une étude, adoptée par le Conseil en 2007, M. Bernard Reygrobellet (*La nature dans la ville, biodiversité et urbanisme*), mais aussi parce que la demande existe et que la satisfaire présente un intérêt économique.

Enfin, ces initiatives témoignent d'une caractéristique que l'on peut considérer comme commune aux AMAP, et plus généralement aux circuits qui favorisent les contacts directs : la volonté de développer une approche citoyenne de l'acte d'achat et de créer du lien social. Par exemple, l'engagement que prend le consommateur, dans le cadre des AMAP, d'acheter ses produits à l'agriculteur, favorise et entretient des contacts humains, en même temps qu'il garantit au producteur des rentrées d'argent régulières.

**Ce rapprochement peut par ailleurs s'effectuer de manière « intellectuelle », indirecte**, grâce à un intermédiaire, comme le font certains réseaux de produits biologiques pour une partie des denrées qu'ils proposent au public. Il s'effectue également au travers des labels officiels, comme les AOC, le Label rouge, l'indication géographique protégée, la spécialité traditionnelle garantie et, bien sûr, l'agriculture biologique, qui ont fait l'objet de développements *supra*. Parmi ces cinq signes d'identification de la qualité et de l'origine, les SIQO, on rappellera que les spécialités traditionnelles garanties ne sont pas développées en France.

D'autres appellations ont vu le jour par ailleurs, plus ou moins contrôlées et garanties par leurs promoteurs, sur des bases commerciales, parfois en lien avec la cartographie d'un lieu, avec l'histoire et les traditions d'un territoire, mais sans les contraintes de l'AOC. D'une façon générale, pour éviter d'éventuelles désillusions gustatives, ou de payer au prix fort un produit de l'industrie agroalimentaire artificiellement rapproché d'un terroir et de ses méthodes artisanales, le consommateur doit être incité à prêter attention, sur l'étiquette, aux mentions permettant d'établir le lien entre le producteur et ce terroir. Ce coup d'œil englobera utilement l'origine des denrées utilisées et le processus d'élaboration du produit final. Quant aux labels officiels, leur visibilité devrait être renforcée, afin d'éviter toute confusion dans l'esprit du public entre ceux qui le sont et ceux qui ne le sont pas.

**Notre assemblée estime que ce mouvement de rapprochement du produit et du consommateur, qui a commencé, doit être poursuivi et encouragé, en développant les filières qui permettent des achats de proximité ou des achats de produits locaux. Le développement de ces filières passe par des mesures volontaristes en faveur de l'agriculture périurbaine, qui devrait être non seulement maintenue mais encouragée. Pour ce faire, il convient de rendre obligatoire dans les plans locaux d'urbanisme des communes concernées des objectifs de lutte contre la régression des surfaces agricoles existantes. Pour que ces objectifs soient atteints, les aides à l'installation des jeunes agriculteurs doivent être sinon réservées du moins modulées pour favoriser ceux qui s'installent en zone périurbaine.**

**Il devrait en être de même pour ceux qui se tournent vers l'agriculture biologique en s'engageant de manière durable. L'effort de structuration des filières doit être poursuivi, en s'appuyant notamment sur les associations et sur les collectivités, pour développer les pratiques de contractualisation et de collaboration entre acteurs.**

#### **IV - RÉHABILITER LA CUISINE FAMILIALE ET LES PRODUITS DE SAISON**

Chacun a à l'esprit l'exemple de melons charentais qui se révèlent originaires du Maroc, des fraises disponibles à l'année, importées du Pérou, d'Argentine ou d'Égypte. Comme le décrit M. Christian Jacquiau, cité par le journal *Le Monde*, auteur d'un livre sur *Les coulisses de la grande distribution*, il est arrivé que des clémentines corses voyagent par bateau jusque sur le continent, remontent en camion vers une plateforme de la grande distribution dans le Nord avant de redescendre pour être vendue... en Corse. En même temps, une pomme cueillie au Chili qui a voyagé un mois en mer et est vendue à l'arrivée a produit moins de carbone qu'une pomme française qui a passé six mois dans un frigo. Outre le fait qu'il a un impact sur le prix, le coût du transport peut représenter une partie non négligeable de l'impact environnemental de la production de denrées alimentaires. C'est d'ailleurs tout le paradoxe qu'il y a à consommer des produits « bio » importés. Un citoyen responsable devrait s'interroger sur l'origine et sur le parcours qu'effectuent les denrées pour parvenir à son assiette,

et sur les conditions économiques et sociales dans lesquelles s'effectuent les productions lointaines.

C'est pourquoi l'avis présenté par Mme Lambert sur *Les modalités de formation des prix alimentaires* a raison de souligner que « *la mise en avant de l'origine des produits est donc une question prioritaire... l'apposition obligatoire de l'origine des produits agricoles bruts, de la matière première principale ou des ingrédients, entrant dans la composition des produits transformés, est de nature à mieux informer le consommateur* ». Cette information, claire et fiable, est l'un des éléments clés de la confiance des ménages.

Le Conseil économique, social et environnemental considère que c'est par ce moyen que l'on pourra inciter efficacement le consommateur à donner la préférence aux produits frais, qui contiennent moins de conservateurs chimiques et offrent une grande diversité.

La clarté de telles indications est la clef d'une pédagogie qui doit également convaincre le consommateur de privilégier des produits dits « de saison » et d'adapter sa cuisine en conséquence.

La cuisine familiale est-elle en péril ? Si l'on entend par cette expression l'habitude de prendre ses repas à domicile aux heures traditionnelles, assurément non. Si l'on sous-entend de consacrer du temps à la préparation des repas, il convient d'être plus nuancé même si naguère déjà on s'efforçait de réduire le temps de préparation de plats dont la cuisson pouvait en revanche durer des heures. Si l'on veut signifier l'élaboration de plats à partir d'aliments bruts, il faut alors reconnaître qu'elle est en perte de vitesse. Le dernier demi-siècle est en effet caractérisé par la consommation croissante de plats préparés et produits conditionnés.

Pourtant, le substrat culturel demeure. Non seulement les repas continuent d'être majoritairement pris en famille en dépit d'un léger effritement de cette pratique, mais encore la transmission des savoir-faire culinaires reste vivace. Rien, dès lors, ne s'oppose à une revitalisation de la cuisine familiale.

Mais quel en est l'intérêt ? Moins onéreuse, diverse dans ses saveurs, plus saine et plus sûre, elle peut aussi être l'occasion de renforcer la convivialité dans les familles mais aussi entre amis. Le succès d'audience des émissions de télévision consacrées à la cuisine, certaines mettant en scène des anonymes préparant à tour de rôle des repas de fête destinés aux autres candidats, témoigne de l'intérêt que nos concitoyens continuent d'y attacher. Meilleur moyen d'offrir des débouchés aux productions locales et de qualité, la cuisine domestique mérite à ces multiples titres d'être valorisée.

L'éducation à la consommation des produits de saison tout comme l'incitation à la cuisine familiale, peuvent s'effectuer grâce aux structures et dispositifs existants : les cours de cuisine, pour lesquels il existe une demande croissante, les ateliers du goût et toutes les initiatives privées et publiques de cet ordre. Initier au goût et à la diversité des produits est selon le baromètre 2008 du CRÉDOC, la troisième priorité, derrière l'équilibre alimentaire et l'hygiène, assignée par plus de 50 % de Français à l'éducation à l'alimentation.

## V - MOBILISER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Une étude conduite par la FAO, l'Institut international de l'eau de Stockholm (SIWI) et l'*International Water Management Institute* (IWMI), publiée en août 2008 et intitulée *Saving water : from field to fork* (« Préserver l'eau : du champ à la fourchette ») met l'accent sur l'importance de prévenir les pertes de nourriture dans la chaîne alimentaire à tous les stades, et pour ce qui concerne les pays développés, plus particulièrement au niveau du consommateur. Cette étude indique qu'aux États-Unis, 30 % de la nourriture produite est gaspillée par les ménages, pour un coût estimé à cinquante milliards de dollars. Une famille de quatre personnes y jetterait en moyenne un peu plus de cinquante kilogrammes de denrées par mois, parmi laquelle beaucoup de fruits et de légumes. Une famille suédoise jetterait en moyenne 25 % des produits alimentaires achetés. L'ampleur de ce gaspillage dans les pays développés est telle qu'en Angleterre, le gouvernement a conduit en 2008 une campagne sur le thème : « Un tiers de la nourriture que nous achetons au Royaume-Uni finit à la poubelle ». 90 % des consommateurs n'auraient aucune idée de la quantité de denrées qu'ils jettent. Un site internet, *lovefoodhatewaste.com* (« aimer la nourriture haïr le gaspillage ») prodigue conseils et en même temps recettes de cuisines pour « économiser jusqu'à cinquante livres par mois ».

La première source d'économies tangibles se trouve donc dans des comportements individuels responsables, qui évitent de laisser perdre, par action ou par inaction, une partie des aliments achetés. De la même façon que des campagnes d'information destinées au grand public mettent l'accent sur les réductions de consommation de ressources ou de produits pour des raisons environnementales - eau, énergie bien sûr mais aussi, par exemple, désherbants ou engrais dans les jardins - il conviendrait d'inciter les consommateurs à adapter leur consommation à leurs besoins. Il apparaît pour cela indispensable de les sensibiliser à un problème qu'il faut non seulement replacer dans la perspective de la crise alimentaire mondiale, mais aussi dans le contexte social propre à chaque pays : la sous-alimentation touche une partie de la population française aussi bien que celle de ses voisins européens. Rappelons qu'en France près de 78 000 tonnes de produits alimentaires, selon les chiffres de la Fédération française des banques alimentaires, ont bénéficié en 2008 à environ 680 000 personnes et ont ainsi échappé à la destruction.

Par ailleurs, certains conditionnements poussent à l'achat de quantités inutiles et génèrent des déchets - on rappellera que les emballages représentent plus de 30 % du contenu de nos poubelles. Or, comme l'a souligné l'avis sur *Les enjeux de la gestion des déchets ménagers et assimilés en France en 2008*, le choix d'un « " chariot - mini-déchets "... conduit par ailleurs à une économie de 50 € par personne et par mois ».

Les promotions peuvent également avoir des effets de ce point de vue indésirables : quelle est l'utilité d'un achat de cinq kilos de fruits en promotion si la nature du produit ou les conditions de stockage ultérieures ne permettent pas d'en assurer la conservation ? L'étude du CRÉDOC, déjà citée, relative à *La perception par les consommateurs des prix des produits frais*, relève que la seconde raison de non-achat est, après le prix, la difficulté de conservation du produit... Cette raison tombe bien entendu si le produit est consommé rapidement. Il s'agit d'un motif supplémentaire pour n'acheter que ce que l'on compte utiliser, ce qui suppose un effort de planification des menus antérieurs à l'achat, mais permet d'éviter les achats impulsifs qui constituent une part importante des dépenses de consommation courante.

Plus généralement, il conviendrait également d'inciter les ménages à revenir à une gestion plus stricte de leurs réserves, par exemple par l'attention portée aux dates de péremption au moment de l'achat, mais aussi en s'assurant qu'il n'y a pas de confusion dans l'esprit du public entre la date limite d'utilisation optimale, indicative, et la date limite de consommation, impérative.

Les règles relatives à la bonne conservation des aliments, au refroidissement et la réutilisation des restes, pour des raisons d'économie mais également d'hygiène, ne sont pas non plus nécessairement bien connues, comme en témoigne l'abondance des conseils prodigués sur la toile.

Au total, l'attention portée aux conditionnements, aux quantités, aux dates de péremption, s'inscrit dans une double démarche où le « bien consommer » résulte à la fois de la volonté d'agir pour l'environnement et d'un calcul économiquement rationnel. **Notre assemblée réitère son souhait de voir développées les campagnes d'information et d'explication sur une consommation qui soit à la fois écologique et économe, tout en restant de bon sens.**

Les associations de consommateurs sont des acteurs de tout premier plan de ce combat. Au-delà de leur implication indispensable et de leurs efforts concrets qui ont été soulignés dans le rapport, leur engagement ne sera pleinement efficace que s'il peut s'appuyer sur des politiques publiques cohérentes et renforcées.





## CHAPITRE III

### POUR SUIVRE LES EFFORTS D'ÉDUCATION AU GOÛT ET AU LIEN ALIMENTATION-SANTÉ

Notre assemblée a souligné dans l'avis, déjà cité, présenté par Mme Christiane Lambert sur *Les modalités de formation des prix alimentaires*, la nécessité de structurer les filières y compris les filières « courtes ». La contractualisation entre producteurs et transformateurs d'une part et commerçants d'autre part « permet de valoriser les démarches qualité, les origines des produits et les savoir-faire » dans le cas de circuits locaux. Du point de vue du Conseil, « ce partenariat doit s'inscrire dans une politique de justes prix pour le consommateur, qui ne favorise pas systématiquement les prix bas et qui contribue à une pédagogie de la qualité ».

Cette pédagogie de la qualité permet d'illustrer le principe ou la maxime énoncée plus haut qui invite à « dépenser mieux pour mieux vivre ». Un prix un peu plus élevé n'est pas toujours, comme cela a été évoqué, une garantie de qualité, mais le consommateur traite intuitivement la donnée « prix élevé » comme un indice en sa faveur.

De ce point de vue, tout ce qui permet au consommateur de se prononcer objectivement sur les prix participe de la pédagogie. Il est par exemple important de faire comprendre au consommateur que si les normes françaises et européennes en matière d'environnement, de qualité ou d'hygiène ont un impact sur les coûts de production, elles ont été mises en place pour qu'il soit protégé efficacement en termes de santé publique, ce qui conduit à ajuster les prix de vente au détail.

Les dispositions normatives encadrant la production ne sont qu'un aspect de l'intervention publique. Pour nécessaires qu'elles soient, elles n'en épuisent pas le champ. Sur tous les fronts, celui de l'éducation, de l'information et de la communication, celui de la réglementation et celui de l'incitation à une consommation plus saine, **les politiques publiques doivent s'intensifier.**

#### **I - FAVORISER LA CONSOMMATION DE PRODUITS FRAIS DE BONNE QUALITÉ NUTRITIONNELLE**

La rubrique « Carton rouge » du site web « *lepoinsturlatable* » dénonce les inexactitudes, les approximations, les informations ou présentations ambiguës de leurs produits par les professionnels de l'agroalimentaire (les trois paquets de biscuits en promotion vendus plus chers au kilo qu'un lot de deux paquets de la même marque, les oignons du Midi importés d'Australie...) qui poussent à la méfiance, avec raison, le consommateur. Celui-ci peut se laisser parfois envahir par un sentiment de suspicion systématique. Il n'en a que plus de motifs de se tourner vers les produits qui, depuis la terre, le champ, la basse-cour ou l'étable parviennent directement jusqu'à son assiette.

## A - MIEUX INFORMER SUR CES PRODUITS

La confiance accordée et renouvelée à l'agriculteur devrait inciter le consommateur à privilégier les produits frais de bonne qualité nutritionnelle.

Dans un rapport au Premier ministre de décembre 2008 sur *La formation des prix alimentaires*, le secrétaire d'État chargé de la Prospective, M. Éric Besson, relevait « l'effet de substitution » qu'induisent certains changements de comportements du consommateur. Le cas de la salade en sachet illustre ce sentiment de hausse des prix qui a en réalité pour origine l'adoption d'un produit plus coûteux : sa consommation a été multipliée par 2,5 en dix ans alors que celle de salade non préparée, bien moins chère, a diminué d'un tiers. « Sur les cinq dernières années, le prix moyen de la salade " brute " a reculé de 8 %, celui de la salade en sachet de près de 12 %. Comme le prix de la salade en sachet est trois fois supérieur à celui de la salade en vrac, le budget moyen " salade " des ménages a, lui, progressé de 4,2 % : c'est l'effet de substitution qui explique la hausse du budget " salade ", et la vision inflationniste qu'en ont les consommateurs ». Les industriels, conscients de cet effet « prix », ont imaginé des conditionnements (125, 200 grammes...) destinés à en atténuer l'impact.

Cet exemple qui s'ajoute à d'autres, évoqués plus haut, illustre la manière dont le consommateur, en effectuant le choix de produits transformés ou préparés, de préférence aux denrées brutes, augmente sans toujours l'avoir mesuré la charge qui pèse sur son budget. Il le fait bien évidemment pour des raisons de commodité, d'abord pour gagner du temps. Toutefois, on pourra objecter qu'il existe des solutions presque aussi pratiques et moins coûteuses à sa disposition, grâce aux conserves et grâce aux produits surgelés qui conservent une très bonne valeur nutritionnelle.

Certes la congélation et le maintien de la chaîne du froid augmentent considérablement l'énergie consommée pendant le cycle de vie de ces aliments, mais leur praticité répond à un réel besoin des actifs. Le caractère parfois paradoxal de leurs comportements comme consommateurs mériterait d'ailleurs d'être décrypté à leur intention, comme citoyens : ils sont en effet demandeurs à la fois de produits pratiques, mais aussi authentiques et naturels, voire biologiques. Le sommet de ce paradoxe est probablement atteint avec la demande, bien réelle et que s'efforcent de satisfaire les industriels concernés, de « surgelés bio ».

Les agriculteurs, mais aussi la restauration, y compris la restauration collective et en particulier scolaire, pourraient jouer un rôle important dans la diffusion ou plutôt dans le retour à des pratiques qui n'ont reculé que récemment, dans la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle. L'expérience à laquelle a participé le rapporteur à la demande du maire de Meulan, consistant à servir à 700 élèves un repas composé avec des produits locaux, identifiés pour les enfants à l'aide de drapeaux, montre qu'il est possible de les sensibiliser à l'origine lorsque l'expérience gustative est prolongée par des visites *in situ* avec les enseignants, comme les y invitaient les drapeaux. L'étonnement des très jeunes urbains devant les animaux de la ferme, qui leur sont parfois plus étrangers que le panda,

ou devant une framboise au bout de sa tige, semble montrer que le mouvement de dématérialisation a atteint ses limites !

L'intérêt pour le plaisir, celui du goût, comme pour la santé, a été largement rappelé. Mais qui sait concrètement que les fibres contenues dans la pomme - riche également en magnésium - sont utiles à la régulation du transit intestinal ? Qu'un kiwi peut suffire à couvrir le besoin journalier en vitamine C d'un adulte ? Qu'une pomme de terre de 100 g, cuite à l'eau, peut fournir plus de 400 mg de potassium et plus de 25 mg de magnésium ?

**Le Conseil préconise de mobiliser les distributeurs, à commencer par la grande distribution, mais aussi le petit commerce de primeurs, en faveur de l'information nutritionnelle concernant les produits non transformés et non préemballés, comme le sont généralement les fruits et les légumes. Ces produits, qui ne sont pas vendus préalablement conditionnés mais en vrac et au poids, ne peuvent en effet être étiquetés individuellement. Toute forme d'affichage lisible et claire (ardoise...) devrait être privilégiée.**

**Par ailleurs, les travaux en vue de la mise en place, à l'échelon européen, d'un étiquetage nutritionnel non plus seulement facultatif, mais obligatoire, des produits préemballés, doivent quant à eux être poursuivis et déboucher rapidement.**

#### B - FACILITER L'ACCÈS AUX FRUITS ET LÉGUMES

L'étude de l'INRA de mai 2009, déjà citée, rappelle que les fruits et les légumes font partie des aliments qui ont la meilleure qualité nutritionnelle, mais appartiennent aux « *sources d'énergie les plus chères* ». Tout en affirmant qu'il est possible de définir une alimentation optimale sur le plan nutritionnel pour un très faible coût, cette étude souligne qu'une action sur les prix aurait un impact important en termes de santé publique, les consommateurs adaptant assez fortement leurs comportements aux changements de prix, en particulier en ce qui concerne les fruits et les légumes.

« *En situation expérimentale* », des travaux ont été conduits sur des politiques de type bonus/malus - bonus sur les fruits et les légumes, malus sur des produits sucrés, salés ou gras - agissant soit de manière non ciblée (comme une baisse de TVA) soit ciblée sur les plus pauvres (bons d'achats par exemple). Bien qu'inégalitaires, les premières agissent de manière plus large et il semble de ce fait « *qu'à coût budgétaire équivalent, le nombre de morts évitées serait plus élevé* ». Un autre travail de l'INRA, réalisé par Louis-Georges Soler, s'est attaché à démontrer qu'une baisse de 3 % du taux de TVA aurait un impact significatif en nombre de vies sauvées. Pour leur part, Philippe Bontems et Vincent Requillart soulignent en conclusion de leur étude « *qu'il serait opportun de rendre financièrement plus accessibles les fruits, les légumes, les poissons, ainsi que les céréales complètes* ». « *Le recours à des politiques de type bonus malus pourrait s'avérer nécessaire* ».

Pour contrecarrer les tendances à l'obésité croissante constatées surtout dans les catégories sociales défavorisées, le PNNS 2 doit être renforcé : la fréquence de consommation de produits carnés riches en matières grasses doit

être réduite, la consommation de produits sucrés doit être davantage limitée. Il faut encore insister sur la nécessité de continuer à diversifier l'alimentation sur le modèle « *on peut manger de tout à condition de diversifier les produits et de limiter les matières grasses et les sucres* » et multiplier les campagnes d'information ciblées vers les catégories défavorisées.

Par ailleurs, la filière agricole des fruits et légumes connaît depuis plusieurs années des difficultés économiques sérieuses, et différents moyens d'améliorer sa compétitivité sont à l'étude au moment de la rédaction du présent avis. Parmi ceux-ci, le gouvernement aurait d'ores et déjà retenu la possibilité de payer l'achat de fruits et légumes en tickets restaurants, afin de pousser à la consommation, plus particulièrement dans le cadre de la restauration hors-domicile.

L'adoption de cette mesure, dont le rapport d'information de l'Assemblée nationale présenté en septembre 2008 par Mme Boyer - à l'issue des travaux de la mission sur la prévention de l'obésité - avait préconisé l'étude, constituerait sans doute un pas important dans la direction souhaitée. Elle ne s'appliquerait cependant qu'aux salariés bénéficiaires de tickets restaurants, et ne constituerait pas un frein à la consommation de produits de « grignotage ».

Sur la base d'un rapport rendu en août 2008 par l'Inspection générale des affaires sociales, la mission parlementaire précitée se prononçait d'ailleurs en faveur d'une mesure d'application plus large, utilisant la fiscalité indirecte existante. L'utilisation de cette fiscalité comme moyen de peser sur les prix et d'orienter la consommation pourrait se faire à moyens constants, sans création de règles ou de circuits nouveaux. Une baisse harmonisée mériterait ainsi d'être envisagée dans un cadre européen - une résolution du Parlement européen allant dans ce sens a été adoptée l'an dernier - afin d'obtenir au profit des fruits et légumes un taux très réduit, qui bénéficierait à la santé du consommateur, et à la vitalité économique d'une grande partie de la filière horticole.

Bien que la piste d'une hausse de la TVA de 5,5 % à 19,6 % sur les produits de grignotage ait été écartée par le gouvernement *a priori*, une hausse sur certains produits de grignotage permettrait de financer un dispositif complémentaire en faveur de mesures plus ciblées, comme des bons d'achats, destinées aux plus démunis.

**Le Conseil estime que de telles mesures, dont il faut se souvenir qu'elles auraient pour objectif de sauver des vies ou de prolonger des vies de nombreuses années en bonne santé, devraient être étudiées en détail, en concertation avec les professionnels concernés.**

## **II - RENFORCER LA RÉGLEMENTATION APPLICABLE AUX ALLÉGATIONS**

Depuis qu'elle existe, la publicité, sous toutes ses formes, a toujours cherché à utiliser les attentes, les fantasmes ou les craintes des consommateurs qu'elle doit convaincre d'acheter les produits dont elle vante les qualités.

Il est donc tout à fait logique qu'à l'heure où le lien entre alimentation et santé constitue une préoccupation grandissante pour nos concitoyens, les fabricants et distributeurs mettent en avant les bienfaits pour l'organisme des produits qu'ils commercialisent. Les arguments invoqués dans certaines campagnes publicitaires visent donc non seulement à valoriser les compositions ou le goût de ces aliments, donc le plaisir qu'ils procurent, mais aussi leur impact positif supposé sur la santé. On n'hésite plus à parler « d'aliments », c'est-à-dire d'aliments possédant des vertus médicamenteuses susceptibles de prévenir, voire de guérir, certains troubles ou pathologies.

Ces allégations nutritionnelles et de santé, relatives à des propriétés thérapeutiques rarement avérées, ont connu un essor considérable depuis une dizaine d'années. C'est pourquoi, elles ont donné lieu à une réglementation communautaire de plus en plus étoffée.

Elles sont notamment encadrées par le règlement européen (CE) n° 1924/2006, applicable depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2007, qui distingue trois catégories de mentions figurant sur les produits ou utilisées dans la publicité.

La première concerne des données générales non contestables comme « *le calcium est nécessaire à la santé des os* », la deuxième porte sur des caractéristiques particulières, par exemple « *le calcium présent dans le produit considéré est particulièrement bio-disponible et favorable à la santé des os* » et, enfin, la dernière correspond à la réduction de facteur de risque de maladie « *ce produit apporte du calcium qui diminue le risque d'ostéoporose en favorisant une bonne densité minérale osseuse* » ainsi qu'aux allégations relatives aux enfants.

L'Autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA) est chargée d'examiner les nouvelles demandes d'autorisations d'allégations, en nombre croissant, formulées par les industriels. L'EFSA n'a pour le moment émis que moins de 20 % d'avis positifs sur la soixantaine de dossiers qu'elle a examinés. Elle considère notamment que la définition du bénéfice santé est trop floue pour un produit affirmant apporter « *une amélioration de l'immunité générale via le maintien d'une bonne balance microbiologique* » ou encore que « *le lien de cause à effet n'est pas suffisamment démontré* ». L'EFSA s'appuie sur des résultats d'études cliniques très complètes, prenant en compte un échantillonnage suffisant de la bonne population cible et des résultats statistiquement significatifs, avant de valider un dossier.

De plus, la Commission européenne souhaiterait éviter que des produits avec un profil nutritionnel défavorable (trop sucré, trop gras ou trop salé) utilisent malgré tout des allégations santé incitant à leur consommation.

Cependant, plusieurs associations de consommateurs estiment que la réglementation européenne n'est pas assez exigeante, ce qui induit un fort risque de multiplication des allégations. Par exemple, l'association confédération syndicale du cadre de vie dénonce le fait « *que des "nuggets" de poulet, des brioches fourrées au chocolat ou du tarama peuvent faire état de leurs bienfaits* » et ainsi arborer sur leurs emballages un macaron « nutrition santé » car ils disposeraient de profils nutritionnels « globalement favorables » alors

qu'il est prouvé que les « nuggets » sont « environ quatre à cinq fois plus gras qu'une simple escalope » et « beaucoup plus caloriques que la viande de volaille ».

De plus, on observe qu'aujourd'hui la simple application de la réglementation européenne en vigueur rencontre des difficultés importantes. Tout d'abord, 4 200 allégations « santé » ont été répertoriées en Europe pour lesquelles le tri à effectuer par l'Agence européenne de sécurité sanitaire des aliments « entre ce qui relève de la science » et ce qui au contraire relève de « l'affabulation » apparaît titanesque.

Parallèlement, il conviendrait de clarifier les critères permettant d'utiliser une allégation. Sur ce point, il est évident que les lobbies concernés ne se privent pas d'intervenir et de peser dans les débats et les analyses des experts de la nutrition, supposés indépendants, appelés à définir de nouveaux critères.

**Par conséquent, pour le Conseil économique, social et environnemental, il apparaît urgent de statuer sur cette importante question de santé publique. Un moratoire quant à l'utilisation des allégations pourrait être décidé tant que les critères d'autorisation d'utilisation des allégations n'auront pas été clarifiés et que chaque dossier aura fait l'objet d'un avis favorable.** En effet, il s'agit bien d'une question où le principe de précaution peut s'appliquer sans conséquence dommageable puisqu'il n'y aurait pas remise en cause de la commercialisation des produits considérés mais seulement interdiction, au moins provisoire, qu'ils utilisent des arguments de vente, peut-être infondés et susceptibles d'induire en erreur les consommateurs.

**De même, notre assemblée souligne l'ambiguïté de l'utilisation de messages institutionnels de sensibilisation à la nutrition, comme « manger cinq fruits et légumes par jour », dans les campagnes publicitaires. En effet, s'agissant de la promotion de produits peu diététiques, il existe un risque de confusion pour les consommateurs. Le Conseil est donc favorable à une clarification des règles applicables en la matière.**

### III - DÉVELOPPER L'ÉDUCATION AU GOÛT POUR LES JEUNES

Comme tous les apprentissages, celui du goût doit commencer très jeune. En effet, c'est au moment où son alimentation doit se diversifier qu'il convient de faire prendre conscience à l'enfant que les produits qu'il peut consommer ont des saveurs et des caractéristiques très différentes. Il est fréquent de rencontrer des enfants qui affirment ne pas aimer certains plats et qui reconnaissent n'en avoir jamais mangé. La découverte de nouvelles préparations culinaires requiert une certaine forme de curiosité qui nécessite d'être encouragée pour ensuite se développer spontanément. Ainsi, dans le cadre de la restauration scolaire, les repas issus de produits locaux ou bios doivent être multipliés, l'équilibre alimentaire et la qualité nutritionnelle des repas doivent être améliorés (réduction des corps gras dans les plats ?). L'éducation scolaire au même titre que les modes alimentaires familiaux font partie de ces catalyseurs, l'éducation au goût commençant au sein du cercle familial.

De plus, quand il réalise le plaisir qu'on peut retirer à varier les mets, l'enfant devient également plus réceptif à l'intérêt de privilégier certains aliments et à l'inverse de modérer l'absorption d'autres, à la fois pour des questions de goût mais aussi pour l'impact qu'ils ont sur sa santé. En outre, cela permet aux plus jeunes de développer, en toute connaissance de cause, un esprit critique en décidant eux-mêmes de ce qu'ils aiment ou non et de devenir ainsi moins « vulnérables » face aux campagnes publicitaires vantant des produits souvent peu équilibrés.

**C'est pourquoi, pour le Conseil économique, social et environnemental l'éducation au goût et à la nutrition doit avoir dans les programmes scolaires une place équivalente à celle qu'occupent les autres grands apprentissages, puisqu'il en va de la santé des générations futures.**

Cette formation ne doit pas concerner que les plus petits. En effet, aux périodes suivantes de la vie, et en particulier durant l'adolescence, déterminante pour le bon développement de l'organisme et pour l'adoption des comportements de l'adulte en devenir, on constate malheureusement des modes alimentaires souvent déséquilibrées. Il importe donc de poursuivre et même d'amplifier les efforts de formation en utilisant le fait que les adolescents sont particulièrement sensibles à leur apparence, entre soulignant le lien étroit existant entre leur alimentation et leur physique.

Mais, comme pour l'ensemble des matières inscrites de longue date dans les programmes (mathématiques, français...) cela requiert de la part des enseignants une connaissance approfondie des thèmes à aborder, ainsi que la maîtrise de méthodes pédagogiques adaptées à l'âge des élèves auxquels ils s'adressent. Une approche ludique est sans doute à privilégier dans ce domaine pour faciliter l'éveil sensoriel des enfants. Cet enseignement doit également viser à valoriser les plaisirs de la table et l'aspect convivial et social du moment du repas.

**Par conséquent, pour notre assemblée, les besoins de formation correspondants doivent être pris en compte par l'autorité éducative qui doit les inclure dans les programmes de formation initiale et continue des enseignants mais aussi des autres acteurs de la communauté scolaire.**

Il convient aussi de sensibiliser les instances éducatives aux possibilités offertes par les projets d'école ou d'établissement pour y inclure les thèmes liés à l'alimentation.

**Le Conseil économique, social et environnemental estime qu'un projet d'éducation alimentaire cohérent nécessite une collaboration active entre les différents personnels impliqués dans le domaine de l'alimentation (enseignants, professionnels de la santé, cuisiniers, gestionnaires, agents chargés de l'entretien des locaux, etc.).**

**Enfin, le Conseil considère qu'au-delà du milieu scolaire, il convient d'utiliser toutes les structures qui accueillent des jeunes et dans lesquelles ceux-ci prennent des repas en commun (centre de loisirs, de vacances...) pour les aider à privilégier une alimentation saine, équilibrée et variée.**

#### **IV - POURSUIVRE LES CAMPAGNES D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION**

Au-delà des premiers apprentissages qui devraient être assurés dans le cadre familial et scolaire, il est indispensable de poursuivre la sensibilisation et l'information des publics adultes sur toutes les questions liées à la nutrition.

Cependant pour que ces actions soient efficaces, il convient de les différencier en fonction des caractéristiques spécifiques des populations respectives visées (sexe, tranche d'âge, « niveau » intellectuel, niveau de vie, etc.) : on ne s'adressera pas de la même façon à de jeunes actifs et à des personnes du troisième âge.

L'environnement social dans lequel évoluent les individus ou les groupes est ainsi à prendre en compte lors de l'élaboration de campagnes d'information et de sensibilisation du public. Au-delà du cadre scolaire, familial et des campagnes de sensibilisation, il est également indispensable de mobiliser d'autres acteurs. Ainsi le monde médical (PMI, médecine scolaire et médecine du travail et surtout médecin traitant) et les acteurs sanitaires et sociaux (associations, mutuelles...) ont un rôle à jouer dans ce cadre.

Le CESE estime qu'il conviendrait de développer l'évaluation *a posteriori* des actions déjà entreprises, pour évaluer leur impact sur le comportement alimentaire de la population. Ceci permettrait par exemple de suivre l'évolution de l'obésité.

Des campagnes de sensibilisation dans les médias pourraient être lancées chaque année au moment de la « Semaine du goût », le plaisir de manger n'étant pas en contradiction avec une alimentation saine.

Pour le CESE, il convient aussi de favoriser l'apprentissage du « bien manger » à la lecture critique des informations diverses et variées mises à sa disposition. Une éducation à l'alimentation est un outil important d'insertion sociale : des conseils nutritionnels et de gestion du budget alimentaire pourraient utilement être ciblées en direction des populations les plus défavorisées.



## CONCLUSION

La gastronomie française, cette quête du « bien manger », est née de la rencontre entre un territoire prodigue en productions abondantes et variées, et une histoire mouvementée, durant laquelle les invasions et les expéditions lointaines ont notamment permis de découvrir de nouveaux ingrédients et des recettes originales.

Mondialement reconnue, elle constitue un atout formidable pour notre pays, notamment au plan économique grâce au tourisme et aux exportations qu'elle génère, et culturel car elle contribue fortement à une image positive de la France.

Elle ne constitue cependant pas un patrimoine à jamais figé qu'il conviendrait de protéger comme un monument historique car les changements de notre société la font sans cesse évoluer. Pour autant, il serait risqué de considérer que rien ne pourrait lui porter atteinte.

Elle repose, tout d'abord, sur la mise à la disposition de produits de qualité à l'attention des consommateurs bien sûr, mais aussi de tous les professionnels, restaurateurs, artisans industriels de l'agroalimentaire qui valorisent ainsi la diversité de leurs goûts et de leurs saveurs. Cela implique que notre agriculture poursuive ses efforts en ce sens. Parallèlement, l'attractivité des métiers de bouche auprès des jeunes, ne doit pas faillir et doit même être renforcée.

Il convient, ensuite, que nos concitoyens, et particulièrement les jeunes générations, aient toujours le souci de se bien nourrir et le goût de cuisiner, afin que les repas demeurent des moments privilégiés de grande convivialité familiale et sociale. À ce titre, il convient de rappeler qu'on peut facilement concilier les plaisirs de la table avec la recherche d'une alimentation saine et équilibrée, à un juste prix.

Enfin, la mondialisation des marchés et des échanges ne doit pas conduire à l'hégémonie de la « mal bouffe », fondée sur un nivellement par le bas de la qualité de produits de masse, banalisés et standardisés. Elle peut en revanche favoriser la confrontation des savoirs et des cultures et perpétuer, ainsi, l'enrichissement de notre gastronomie nationale.



**Deuxième partie**  
**Déclarations des groupes**



### **Groupe de l'agriculture**

Le groupe de l'agriculture soutient le rapporteur lorsqu'il affirme, dès l'introduction, que l'alimentation est au cœur de notre culture. Il suffit, par exemple, de surfer un peu sur internet pour découvrir les blogs de ces passionnés qui mettent en scène, souvent avec talent, leur savoir-faire culinaire. Sur tout le territoire, se trouvent des amoureux de la cuisine qui veulent faire partager leurs produits, leur terroir et surtout le goût d'une alimentation de qualité.

Cette part de notre culture, il faut la protéger et la renforcer.

En ce sens, l'initiative de la France pour l'inscription du repas gastronomique à la française au patrimoine de l'Unesco est une bonne chose. Cette démarche serait peut être également l'occasion de mettre en lumière l'implication de l'agriculture dans la valorisation de notre gastronomie non seulement par l'amélioration permanente de la qualité et de la diversité des produits agricoles mais aussi par l'engagement fort des agriculteurs dans les structures qui touchent à la gastronomie.

L'avis évoque également les signes de qualité. Il est tout à fait essentiel de simplifier le système, d'éduquer le consommateur mais aussi de vérifier le bien-fondé des allégations. Producteurs, distributeurs, consommateurs : tout le monde pourra y gagner.

Sur l'agriculture de proximité, le groupe reconnaît qu'il s'agit d'un mouvement nécessaire pour économiser de l'énergie, gagner en lien social mais aussi maintenir des zones agricoles près des centres urbains.

Mais il faut pour cela une politique forte, que les agriculteurs réclament depuis très longtemps mais que l'on peine à faire respecter. L'aménagement du territoire est un outil indispensable si l'on souhaite véritablement développer des circuits courts. Bien entendu, cela ne saurait suffire. Il faut aussi former les agriculteurs, mieux organiser les filières, renforcer les synergies entre les différents partenaires de l'alimentation.

Le groupe de l'agriculture a voté l'avis.

### **Groupe de l'artisanat**

Participant depuis des décennies à la renommée de la gastronomie française, les artisans de l'alimentation soutiennent la candidature à l'Unesco du patrimoine culinaire français. Par cette inscription, ils espèrent bénéficier d'un appui supplémentaire pour faire reconnaître leurs entreprises « au patrimoine vivant », au nom de la place du contenu de l'assiette dans les arts de la table. Pour la quinzaine de métiers qu'ils représentent, ce serait le juste retour de l'investissement au quotidien de ce réseau d'excellence au service du *made in France*. En dehors de leur poids économique et social, la mise en valeur des produits agricoles, l'offre de solutions inédites et sur mesure à toute situation notamment festive, le respect des savoir faire ancestraux semblent largement

suffisants pour prétendre à ce label. Il ne s'agit pas de créer un signe de qualité de plus mais bien de récompenser leur professionnalisme en leur octroyant un accès facilité à la commercialisation et un certain nombre d'incitations à la création et à l'innovation pour conforter le développement de leurs entreprises. Ce label viendrait non seulement améliorer l'image de ce secteur mais surtout conforter les efforts faits par ailleurs par les organisations professionnelles en matière de promotion, que ce soit au niveau des salons ou des concours de meilleur apprenti ou de meilleur ouvrier de France. Ces compétitions locales, nationales et internationales ont le mérite de fortifier l'esprit coopératif, d'affirmer la personnalité et l'esprit d'initiative et surtout de récompenser cette recherche permanente de l'excellence.

Quant aux préoccupations de qualité de l'alimentation et de développement durable, leur médiatisation ne doit pas laisser supposer qu'elles étaient totalement ignorées des professionnels de la filière alimentaire. En effet, la France a depuis longtemps veillé à leur prise en compte puisqu'elle est un des pays où les normes sanitaires et environnementales sont les plus draconiennes et soumises à un contrôle régulier et indépendant. Par contre, s'agissant des signes officiels, la France a vraiment pêché par excès en acceptant une multitude d'appellations souvent confuses et pas toujours vérifiées. Pour permettre au consommateur de se retrouver dans ce maquis, il faut procéder d'une part à une stabilisation durable de la réglementation en optant dès à présent pour une signalétique simple et claire et d'autre part poursuivre dans la voie de l'indication d'origine du produit et le conseil nutritionnel. Sur ce point, le secteur artisanal de la boucherie a su utiliser l'obligation de traçabilité en une triple opportunité, en offrant aux artisans bouchers un véritable suivi de leur approvisionnement, aux éleveurs une bonne valeur ajoutée et aux consommateurs un produit de qualité et de marque française. Cet exemple illustre notre conception des circuits courts et démontre l'importance du conseil direct au consommateur pour être à l'écoute de ses goûts et de ses attentes. La mise à disposition du public de recettes pour accommoder les restes ou les bas morceaux sont la meilleure démonstration de l'implication de ces artisans pour l'aider à « dépenser mieux pour vivre mieux » en prenant en compte tant ses préoccupations culinaires que pécuniaires.

Enfin, ardents défenseurs d'une alimentation saine, équilibrée et variée, ces artisans participent depuis l'origine à l'éducation au goût et à la nutrition en ouvrant leur atelier de fabrication aux jeunes ou en organisant dans les écoles des animations car ils sont convaincus de l'importance de cette sensibilisation, dès le plus jeune âge, pour aiguïser la curiosité de leurs papilles et développer leur quête du « bien manger ».

Cet investissement permanent dans l'enrichissement de la palette des saveurs de l'assiette et leur place dans l'offre alimentaire ayant été reconnu par l'adoption de leurs amendements, le groupe de l'artisanat a voté favorablement l'avis.

### **Groupe des associations**

Le talent culinaire a de multiples facettes. Aborder cette question sous l'angle culturel est un bon moyen de rappeler que manger ne se réduit pas à la fourniture des nutriments nécessaires à la machine humaine.

La gastronomie française est un atout pour la France et les Français. Qu'il s'agisse d'inventer de nouveaux mets, de promouvoir une cuisine de terroir, de découvrir ou reproduire des recettes, de rechercher de nouvelles sensations, y compris dans d'autres cultures, l'important réside dans le fait que le consommateur est un acteur. Ces savoirs et savoir-faire servent l'image de la France et son économie. Préserver le patrimoine culinaire français signifie que ce capital d'expérience humaine nous rappelle que l'art de faire bonne chère repose sur notre capacité à faire bon usage de notre créativité.

Utiliser les ressources naturelles en les respectant suppose de les connaître et d'être assuré de leur qualité. On se félicite des évolutions réglementaires qui tendent à une amélioration de la qualité globale et il était bon de rappeler que cela suppose des contrôles rigoureux et un effort de clarification des étiquetages. C'est cependant en rapprochant l'assiette des champs que l'avis présenté innove le plus. L'agriculture périurbaine encourage ce rapprochement entre produit et consommateur. L'exemple du réseau des associations pour le maintien d'une agriculture paysanne qui se veut écologiquement saine, socialement équitable et économiquement viable, illustre un choix civique. Consommateurs et paysans définissent ensemble la diversité des denrées à produire, les méthodes agronomiques à employer favorisant une gestion responsable et partagée sur la base de prix équitables permettant au producteur de couvrir ses frais et de dégager un revenu décent tout en restant abordables pour le consommateur. Au-delà de l'exemple, cette volonté de contact direct avec le producteur montre bien l'intérêt du consommateur pour une alimentation de qualité, respectueuse de la saisonnalité, tout en luttant contre le gaspillage.

Les efforts d'éducation au goût et au lien alimentation-santé ont besoin d'être intensifiés.

L'industrie agroalimentaire est ainsi interpellée dans toute sa filière à travers une démarche éthique dans le cadre d'une productivité qualitative. Une politique de santé publique cohérente ne peut se faire sur les seules allégations publicitaires. Elle pourrait effectivement s'appuyer sur un dispositif bonus/malus privilégiant la consommation de produits non transformés et soutenant la filière des fruits et légumes tout en taxant les produits manufacturés trop gras, trop salés, trop sucrés.

L'éducation au goût est indissociable de l'éducation à la santé car le plaisir du sens doit se situer dans celui du bien-être : dans son corps, dans sa tête, dans sa relation sociale. La satisfaction immédiate et répétée d'un plaisir gustatif allant à l'encontre de la variété des goûts est nuisible à la santé. C'est ainsi que l'obésité est un problème de santé publique avec pour cible première la prévention de l'obésité infantile.

Parmi les causes multifactorielles de l'obésité, l'alimentation joue un rôle majeur. En concentrant sa communication publicitaire sur des produits manifestement déséquilibrés, l'industrie agroalimentaire participe - aux côtés des cantines défaillantes (12 millions d'élèves, soit un enfant sur deux, fréquentent les cantines) et des rayons déséquilibrés des grandes surfaces - à l'augmentation alarmante de l'obésité infantile. La publicité télévisée à destination des enfants portant majoritairement sur des produits trop gras ou trop sucrés devrait être limitée à l'instar de pays comme la Grande-Bretagne.

Des mesures concrètes doivent être prises afin d'enrayer cette obésité comme le demandent les associations de consommateurs et de parents d'élèves. La nutrition devrait être enseignée à l'école de manière pratique. La circulaire de juin 2001, document de référence de l'Éducation nationale, d'optionnelle devrait devenir obligatoire. La cantine scolaire (comme toute restauration collective) doit être au service de cette éducation au goût et à la santé en proposant des produits issus de circuits courts et biologiques ou du moins raisonnés.

À côté de l'école, en période scolaire ou extrascolaire, les associations de jeunesse et d'éducation populaire participent à cette mission d'éducation. Etre bien dans son corps ne relève pas que de l'alimentation et les associations sportives jouent également un rôle préventif important en y ajoutant l'activité physique.

L'engagement premier dans cette démarche du « bon goût » est celui des professionnels de la restauration. À l'occasion de la baisse de la TVA, ils sont particulièrement observés et c'est l'occasion de mettre en évidence leur rôle social, économique et environnemental tout en améliorant l'image de la filière dans les sections professionnelles.

Le groupe des associations remercie le rapporteur, l'assure de sa mobilisation dans ses différentes dimensions pour participer activement à la mise en œuvre des recommandations et a voté l'avis.

#### **Groupe de la CFDT**

Plus d'un milliard de personnes sont sous alimentées en 2009, plus d'un milliard de personnes n'ont pas accès à la nourriture dont elles ont besoin. C'est le triste constat fait lors de la dernière conférence de la FAO.

Avant d'évoquer le rapport et l'avis présentés aujourd'hui, ayons en tête que considérer les consommateurs comme des interlocuteurs et des partenaires des professionnels de la filière alimentaire, est un choix de pays riches. Nous pouvons nous réjouir d'avoir ce choix mais n'oublions pas qu'il reste un rêve lointain y compris dans notre pays, pour ceux dont l'urgence est de remplir l'assiette sans pouvoir se soucier de la qualité de l'origine et du respect de leurs traditions alimentaires.

Au-delà de ce préliminaire, la CFDT souhaite mettre en exergue trois points abordés dans l'avis et qui méritent d'être valorisés.



Le premier concerne l'éducation à l'alimentation. Les liens entre alimentation et santé ne sont plus à démontrer. Si le programme national nutrition santé a amorcé une démarche pédagogique, il reste à dégager les moyens pour que ces préconisations soient accessibles à tous. Les études montrent aussi un lien très fort entre les niveaux d'éducation, de revenus et la qualité de l'alimentation eu égard au paramètre « Santé ».

Nous pouvons craindre une société dans laquelle l'obésité deviendrait un fléau majeur. Il est urgent d'agir. L'éducation et l'information sont les premiers outils de cette action. L'école doit alors jouer un rôle essentiel à travers un enseignement spécifique ciblé sur la question de la nutrition. Pour le compléter, la restauration scolaire, qui concerne aujourd'hui un très grand nombre d'enfants et d'adolescents, doit participer pleinement à cette éducation. Associant gestionnaires, conseillers d'éducation, personnels de cuisine et parent d'élèves, le message alimentaire doit véritablement s'inscrire dans le projet d'établissement. L'avis présenté insiste en ce sens, considérant que l'éducation à la nutrition concoure à la santé publique et la CFDT l'approuve.

Le deuxième point concerne les circuits d'approvisionnement qui permettent aux producteurs et aux différentes filières agroalimentaires d'atteindre le consommateur. Sans nier qu'une grande partie des produits consommés aujourd'hui subissent des transformations nécessaires et parcourent des distances parfois longues pour atteindre l'assiette de celui qui va les apprécier, l'avis encourage la proximité et les circuits plus courts. La CFDT souhaite les voir développés et valorisés pour deux raisons. D'une part, les circuits courts peuvent s'inscrire dans une démarche de développement durable, notamment en permettant d'économiser des transports, source de pollution. D'autre part, les circuits courts ont souvent valeur pédagogique quand ils permettent de voir le produit à l'état naturel, et lorsqu'ils sont l'occasion de créer du lien social avec le producteur. En ce sens, l'avis demande des politiques volontaristes pour développer l'agriculture périurbaine et la CFDT approuve cette orientation. Une réflexion plus large sur l'organisation de l'espace pour allier urbanisation et agriculture pourrait être envisagée.

Le troisième point concerne l'emploi dans un secteur économique dynamique de notre pays tant pour ce qui concerne l'agriculture, l'agroalimentaire que les métiers de la restauration. Or, hélas ces trois secteurs sont également ceux où les conditions de travail sont difficiles et les rémunérations peu attractives.

La valorisation des emplois dans l'agriculture et l'agroalimentaire n'était pas dans le champ de la réflexion du rapport.

Par ailleurs, la CFDT regrette que l'avis reste timide sur la valorisation des métiers de la restauration. Rien ne sert de vouloir valoriser la gastronomie française si la qualité du travail de ceux qui la mettent en œuvre, n'est pas suffisamment reconnue. Il est urgent de valoriser ces métiers, de poursuivre les efforts en matière d'apprentissage en développant les formations qualifiantes, et

d'offrir des salaires, des conditions de travail et des perspectives qui attirent les jeunes vers ces filières.

En outre, la CFDT attend un véritable changement d'orientation, notamment patronal, et un engagement public pour que les aides en particulier fiscales, fassent systématiquement l'objet de contreparties sociales négociées afin qu'elles ne se transforment pas en cadeaux fiscaux.

Mais c'est là une toute autre saisine et non des moindre qui pourrait s'intituler « de l'assiette fiscale au champ de la négociation ».

La CFDT a voté l'avis

### **Groupe de la CFE-CGC**

L'avis formule des propositions pour préserver et continuer à enrichir ce patrimoine national culturel que constitue la cuisine française. Le projet d'inscription du patrimoine culinaire de la France doit s'accompagner d'une réflexion globale sur les différents métiers de l'hôtellerie- restauration et de tous ceux qui participent à la promotion des arts culinaires et de la table. La création d'une Cité du goût ou d'une Cité de la gastronomie va dans le bon sens.

Des propositions de l'avis veulent conforter la qualité des produits alimentaires en renforçant les liens entre les professionnels qui les valorisent et les agriculteurs qui les leur fournissent. Le groupe de la CFE-CGC soutient ces propositions.

Par ailleurs, il est préférable d'informer les consommateurs sur la qualité des produits.

Les produits sous signes d'identification de la qualité et de l'origine représentent un marché important. Ils apportent pour les agriculteurs une valeur ajoutée supérieure à celle des autres productions et donnent des garanties renforcées aux consommateurs quant à l'origine et les procédés d'élaboration des produits. Ils correspondent aussi à une demande croissante de la part des restaurateurs, commerçants, artisans et PME de l'agroalimentaire qui les valorisent.

Les progrès accomplis en matière d'amélioration de la qualité des produits doivent être mieux perçus par les consommateurs. Nous devons aussi veiller à ce que les produits mis sur le marché soient moins agressifs pour l'environnement et non toxiques pour la santé. C'est surtout l'affaire des pouvoirs publics. Tous les produits agricoles doivent répondre à des impératifs en matière de sécurité alimentaire et à des normes minima de qualité. D'ailleurs, les consommateurs ne se privent pas de montrer leur méfiance en ce qui concerne la composition des produits alimentaires. Certains produits fabriqués en Europe, avec des produits phytosanitaires interdits sur notre territoire mais autorisés dans d'autres pays européens sont commercialisés en France. Le consommateur n'en est pas informé. Une réglementation européenne s'impose en la matière.

Le groupe de la CFE-CGC recommande d'aider les agriculteurs qui souhaitent s'engager dans les circuits courts qui représentent pour les consommateurs un moyen de se procurer à un « prix juste » des produits de qualité. C'est aussi un soutien aux modes de productions agricoles et de commercialisation plus durables. Il convient à cet effet de développer les filières qui permettent des achats de proximité ou des achats de produits locaux.

Dans le même esprit, il faut mobiliser tous les distributeurs, la grande distribution, mais aussi le petit commerce de primeurs, en faveur de l'information nutritionnelle. Il faut renforcer la réglementation applicable aux allégations nutritionnelles et de santé. Il est indispensable de poursuivre la sensibilisation et l'information des publics adultes sur toutes les questions liées à la nutrition grâce à des actions de communication adaptées aux spécificités des populations visées.

D'autres propositions de l'avis portent sur la nécessité d'améliorer l'information et l'éducation au goût des consommateurs, en particulier les plus jeunes, afin qu'ils aient le souci de bien se nourrir et apprennent le plaisir de cuisiner.

L'éducation au goût et à la nutrition doit commencer dès le plus jeune âge au sein du cercle familial, bien sûr, mais aussi à l'école et dans toutes les structures qui accueillent des enfants.

Ces propositions rencontrent l'assentiment du groupe.

La gastronomie française représente un atout pour notre pays, tant en termes d'emplois et d'équilibre de la balance commerciale, grâce au tourisme qu'elle entraîne.

Le groupe de la CFE-CGC a voté l'avis.

### **Groupe de la CFTC**

La gastronomie française est vraiment un art de vivre, un élément suscitant la convivialité dans les rapports humains. C'est aussi une expression artistique qui a sa place aux côtés de la musique et de la peinture.

C'est la raison pour laquelle notre groupe est favorable, comme il est suggéré, à ce que le patrimoine culinaire de la France riche d'une longue tradition fasse l'objet d'un dépôt de candidature auprès de l'Unesco.

De la même manière, la création dans notre pays d'une Cité du goût destinée à faire connaître et à faire partager les valeurs culinaires de nos terroirs aurait particulièrement un sens.

Ceci aiderait la filière agricole qui connaît maintes difficultés.

Pour les jeunes qui choisissent d'embrasser une carrière de haut niveau en cuisine, la Suisse reste trop souvent la seule vraie référence.

Des actions d'envergure doivent être menées pour faire connaître ces métiers.

Pour être vraiment attractifs, il est impératif que l'accord actuellement en discussion aboutisse et qu'intervienne une réévaluation substantielle des rémunérations.

La baisse de la TVA, intervenue récemment, a suscité des attentes en la matière. Les salariés des entreprises concernées tout autant que les clients, sont en droit de percevoir leur part de cette mesure fiscale, sous forme de revalorisation salariale et de création d'emplois.

Une évaluation à la mi-2010 de l'impact de cette mesure tant au niveau des embauches réalisées que des revalorisations salariales, nous paraît indispensable.

L'avis souligne par ailleurs la nécessité d'une signalétique simple permettant au consommateur de connaître l'origine et la qualité des produits.

Le consommateur doit pouvoir différencier clairement ce qui relève de la réglementation et de la démarche publicitaire.

En matière de contrôle, il nous paraît indispensable que les produits importés soient sous contrôle, de manière à éviter toute distorsion de concurrence.

Le développement du « bio » est souhaitable, mais il ne faut pas oublier que l'agriculture traditionnelle fournit 80 % de produits alimentaires disponibles.

Les plans locaux d'urbanisme devraient intégrer la nécessité de réserver des terres pour les agriculteurs.

Le groupe de la CFTC partage les préconisations pour que des aides soient apportées aux agriculteurs ayant choisi de diversifier leurs activités, pour leur permettre d'acquérir les formations nécessaires afin de s'adapter aux nouvelles normes.

Ces aides devraient s'inscrire dans la durée pour permettre au secteur « bio » de devenir rentable.

Le groupe de la CFTC partage les propositions de l'avis visant à l'éducation au goût et ceci dès l'enfance.

Cette éducation est, bien sûr, en premier lieu de la responsabilité des familles, mais elle doit intervenir à l'école, dans les lieux plus ludiques, tels que les centres de vacances.

Devant l'abondance de produits proposés sur le marché, il est indispensable de donner des conseils nutritionnels.

Nous ne sommes pas hostiles à ce qu'au niveau européen, il soit procédé à un inventaire de ce qui se fait au niveau du patrimoine alimentaire.

Il faut néanmoins en rester à l'inventaire et se garder des dérives technocratiques débouchant sur des réglementations tatillonnes.

Au moment où notre pays cherche des pistes de sortie de crise, il convient de capitaliser sur les atouts et le savoir faire de notre filière alimentaire.

Les mesures de bon sens préconisées par l'avis seraient en mesure de redonner confiance tant aux producteurs qu'aux consommateurs.

Le groupe de la CFTC a voté l'avis.

### **Groupe de la CGT-FO**

À lui seul, l'intitulé de l'avis étudié ce jour est tout un programme. Il manifeste une inversion de perspective par rapport à l'entendement commun, le rapporteur regardant les choses « du champ à l'assiette ». Prendre la question comme le fait le rapporteur suppose l'abondance de ce qu'offrent les champs. Il n'hésite pas dans ce registre à forcer le trait, en faisant du consommateur le prescripteur de l'agriculteur. Ce n'est pas le cas pour plusieurs milliards d'êtres humains ainsi que vient de le confirmer la FAO il y a quelques semaines.

Cela dit, l'approche de l'avis permet la novation, en choisissant un éclairage inaccoutumé. En effet, le postulat de l'abondance permet de libérer les potentiels d'innovation et de création, de nourrir la dimension immatérielle dont est souligné justement le caractère stratégique dans une activité qui ne cesse pas pour autant de revêtir une dimension matérielle durable. S'agissant d'innovation, le rapporteur parle en orfèvre puisqu'il a écrit personnellement plusieurs belles pages du livre de la gastronomie contemporaine.

Évidemment, FO partage le diagnostic dans ses divers aspects. La gastronomie est depuis longtemps partie intégrante du patrimoine de la France. Les atouts sont là pour faire mieux encore. Parmi ces atouts, il y a notamment, l'extrême diversité de ce qu'offrent les champs dispersés sur tous les continents. Le rapporteur a raison de souligner que « l'ultramarin » recèle un potentiel qui est sans pareil. Le groupe FO le soutient également quand il dit « que les chemins qui vont des champs à l'assiette peuvent être des plus divers, à condition que la recherche de l'excellence, soit l'objectif permanent de tous les maillons de la filière ».

Les préconisations de l'avis sont toutes de nature à consolider la gastronomie de la France. Certaines visent à inventorier le patrimoine, en vue de nourrir l'émulation pour l'exploration d'un potentiel infini. À n'en pas douter, sa gastronomie fait partie des avantages compétitifs de la France. En conséquence, les moyens adéquats sont à mobiliser pour les renforcer. Le classement au Patrimoine mondial par l'UNESCO, la création d'une cité dédiée sont des propositions avec la semaine du goût, de nature à mieux faire connaître et défendre la gastronomie.

À juste titre est abordée la question des conditions de travail et des salaires, dans un secteur économique où l'offre d'emploi reste excédentaire. Il est réclamé inlassablement, mais sans succès, des négociations afin d'améliorer l'attractivité des métiers dont la promotion des arts culinaires et de la table ne peut se passer. Le groupe Force ouvrière soutient cette démarche, d'autant que la baisse significative du taux de TVA permet d'y donner suite. C'est dans ce but qu'il a déposé des amendements.

Pour ce qui est des perspectives de carrières, plus et mieux peut être fait en matière de formation ; comme le rapporteur, le groupe FO en est convaincu.

Force ouvrière est attachée au respect, à tous les niveaux de formation, de l'enseignement de savoir-faire constitutifs de notre patrimoine gastronomique, qui ne doit pas être sacrifié au seul apprentissage de la préparation de produits industriels à l'usage de la restauration rapide. Dans ce cadre, la transmission des savoirs est là aussi primordiale.

FO est, bien sûr, d'accord avec le rapporteur pour limiter les allégations par le renforcement de la réglementation.

Enfin, et avant de conclure, un mot sur le rôle de l'éducation. Là, toujours plus ne sera jamais trop. Le rapporteur a raison de dire que « l'éducation au goût et à la nutrition doit avoir, dans les programmes scolaires, une place équivalente à celle qu'occupent les autres grands apprentissages... » Ainsi, on éviterait des ravages dont on connaît l'ampleur, notamment en matière de pathologies médicales liées à l'obésité. Il reste beaucoup de chemin à faire afin de responsabiliser les familles dans la formation des goûts de leur descendance. Si tant est que leurs moyens financiers puissent le leur permettre.

FO se compte, comme le rapporteur, parmi les adversaires irréductibles de la « mal-bouffe ». Ce que l'on mange, et la manière de manger, fait de chacun ce qu'il est et doit s'inscrire dans la continuité pour les générations futures.

Le groupe Force ouvrière, ayant déposé des amendements qui ont été adoptés, a voté l'avis.

### **Groupe de la coopération**

Le président du groupe a rendu hommage, au nom de la viticulture française, aux grands chefs français, qui ont permis dans le monde entier de donner une image positive de la gastronomie française et, au-delà, de leur pays. Le groupe a félicité le rapporteur pour la qualité de son travail, qu'il reste toutefois à poursuivre. En effet, la mise en avant de circuits courts, du bio et des produits à forte valeur ajoutée, pour remarquable qu'elle soit, ne couvre qu'une partie de la saisine adoptée par le Bureau, laissant de côté la nécessaire conciliation entre plaisirs de la table et le porte-monnaie. Le groupe de la coopération considère qu'un travail reste à fournir dans les domaines économique et social.

En termes macro-économiques, on ne saurait en effet ignorer que les diverses propositions de l'avis ne touchent que 20 % des consommateurs et qu'apporter à tous une alimentation de qualité suppose de prendre en compte le chômage, les cantines, les inégalités salariales, etc. Par ailleurs, le groupe de la coopération regrette que les produits transformés soient égratignés dans l'avis, alors qu'ils sont eux aussi des produits de qualité, qu'ils utilisent des matières premières agricoles issus de notre territoire, qu'ils sont générateurs d'emplois et

largement exportés, à l'image des grands vins dont l'élaboration passe d'ailleurs par une transformation du raisin.

Le système alimentaire de demain ne sera pas unique ; l'agriculture de proximité si elle a toute sa place, ne sera pas la seule réponse. Mais sans base économique solide, les objectifs de meilleure qualité nutritionnelle, de prise en compte du respect de l'environnement, de rémunération des producteurs et de prix abordables pour les consommateurs ne seront pas atteints.

L'avis ouvre des champs de réflexion très intéressants, le groupe de la coopération regrette cependant que les réalités économiques et sociales n'aient pas suffisamment été prises en compte.

Le groupe de la coopération s'est abstenu.

### **Groupe des entreprises privées**

À l'approche des fêtes de fin d'année, le rapporteur nous présente un avis qui va permettre d'être plus attentif, voire plus regardant, sur ce que nous aurons dans nos assiettes : produits du terroir, produits de saison ou encore produits non-traités, que choisir ?

Il serait cependant injuste de limiter cet avis à cette seule question. Aussi, le groupe des entreprises privées souhaite revenir plus particulièrement sur trois points qui l'intéressent, vus de l'entreprise : la formation et la valorisation du métier, la relation de confiance entre les différents acteurs et enfin une harmonisation des règles européennes.

Tout d'abord la formation et la valorisation du métier.

Il est pour le moins étonnant que la France, qui s'enorgueillit d'avoir une des meilleures cuisines du monde et parmi les meilleurs chefs étoilés de la planète, voie des jeunes qui veulent une formation diplômante de haut niveau aller se former en Suisse, et ce à quel prix ! Or, heureusement que nous avons développé un système éducatif performant par le biais de l'apprentissage pour les jeunes du CAP au BTS ; heureusement que nos grands chefs étoilés accueillent dans leurs cuisines des jeunes prometteurs qui les secondent quelques fois et qui deviennent par la suite des cuisiniers de renom. Tout en promouvant cette forme de compagnonnage si efficace, le groupe des entreprises privées souscrit à la proposition du rapporteur qui consiste à créer une Cité de la gastronomie portée par nos écoles de cuisine à l'efficacité reconnue et animée par nos grands chefs. Mais la formation sera d'autant plus attirante qu'un effort important sera fait pour valoriser l'image du métier qui en a bien besoin, à tous les niveaux, et revaloriser, par la même, les salaires de la profession comme le démontre l'actualité récente.

Deuxième point : la relation de confiance entre les différents acteurs.

En intitulant cet avis *De l'assiette aux champs*, certains en auront traduit : « Du consommateur au producteur ». Or, la notion de producteur dans le champ de la gastronomie ou de la cuisine recouvre de nombreux acteurs : le

restaurateur, l'agriculteur, le commerçant, l'artisan, l'industrie agroalimentaire et la grande distribution. L'avis fait ressortir la confiance grandissante entre le consommateur, l'agriculteur et le restaurateur, ce dernier devenant de plus en plus le prescripteur d'une agriculture de proximité qui favorise les circuits courts et met en valeur les produits du terroir. De surcroît, ceux-ci sont facilement disponibles et mobilisables et ont, par conséquent, un impact environnemental faible en émission de CO<sub>2</sub>.

Il ne faudrait cependant pas que cette relation de confiance se fasse au détriment des deux autres maillons de la chaîne que sont l'industrie agroalimentaire et la grande distribution, sous prétexte d'une information du consommateur qui ne soit pas toujours fiable sur le réel rapport qualité/prix des produits, ou encore de l'utilisation supposée abusive « d'allégations » par certains distributeurs et industriels. Il s'avère donc utile de mobiliser tous les acteurs de la filière pour assurer à la collectivité une information nutritionnelle fiable, car il est avant tout question de santé publique.

Enfin, le groupe des entreprises privées appelle à une harmonisation des règles européennes.

En effet, dans un contexte marqué par l'ouverture des marchés, des crises sanitaires médiatisées et des attentes nouvelles en termes de développement durable, la France a su se doter de normes contraignantes en matière de sécurité alimentaire, de traçabilité des produits ou encore d'agriculture biologique qu'il convient d'étendre à l'Europe. Notre groupe souhaite, par conséquent, à l'instar de la proposition du Conseil économique, social et environnemental, qu'une harmonisation des règles européennes soit de mise et que des contrôles rigoureux soient menés afin d'éviter toute distorsion de concurrence ou un nivellement par le bas.

Le groupe des entreprises privées, partageant la vision du rapporteur d'une cuisine française synonyme d'art de vivre et de préservation de notre patrimoine culturel, aux implications économiques non négligeables, a voté l'avis.

### **Groupe de la mutualité**

La section du cadre de vie et la section de l'agriculture et de l'alimentation nous proposent de nous intéresser à la gastronomie française, à nos pratiques alimentaires et au lien alimentation-santé.

Si le groupe de la mutualité ne prendra pas position sur le souhait du rapporteur de soutenir l'inscription « du repas gastronomique à la française au patrimoine immatériel de l'humanité », il tient plus particulièrement à insister sur le lien alimentation-santé.

Au moment où va bientôt s'élaborer le nouveau Plan national nutrition santé, le groupe de la mutualité insiste sur l'importance et la pertinence du PNNS 2 qui cible trois axes essentiels :

- l'amélioration de l'offre alimentaire ;



- le dépistage précoce et la prise en charge de l'obésité ;
- la mise en place de plans spécifiques pour les personnes défavorisées et les personnes en précarité.

L'alimentation est l'un des déterminants de la santé et pose à ce titre un problème de santé publique. Le mode d'alimentation apparaît également comme un révélateur des inégalités.

En effet, les facteurs socio-économiques sont déterminants : il n'y a pas d'égalité face à l'alimentation.

Ainsi le poids des contraintes économiques dans les choix alimentaires est important. Si nutrition et santé sont liées, économie et nutrition le sont également : choisir ses aliments implique un arbitrage économique, implicite ou non. Les aliments les moins coûteux ne sont souvent malheureusement pas ceux dont la qualité nutritionnelle est la plus élevée. De ce fait, les plus défavorisés sont aussi les plus concernés à la fois par l'obésité et par les carences alimentaires.

Par ailleurs, deuxième source d'inégalité, les messages de prévention sont toujours mieux reçus et intégrés par les plus favorisés et en l'absence de ciblage, ils creusent souvent les inégalités.

Les conséquences sur la santé de l'alimentation sont à la fois bonnes et mauvaises. On rappellera donc ici que les aspects négatifs de notre alimentation (trop de matières grasses, glucides parallèlement à une activité physique en diminution) ont des conséquences directes sur notre santé : maladies cardiovasculaires, obésité et surpoids, et diabète.

Le rôle de l'éducation et d'une information adaptée doit porter sur tous les lieux de vie, à tous les âges et en intervenant sur trois niveaux : l'individu, l'environnement (famille, école, entreprise) et le sociétal, sans pour autant tenir des messages à caractère culpabilisateur.

Compte-tenu de ces observations qui n'ont pas été suffisamment développées dans l'avis et que le groupe de la mutualité estime essentielles, il s'est abstenu.

### **Groupe de l'Outre-mer**

Le groupe de l'Outre-mer salue la qualité du travail d'analyse, de diagnostic et de préconisations mené par le rapporteur portant sur la relation des français aux produits du terroir au travers de leurs habitudes et comportements alimentaires.

La France, terre de gastronomie par excellence de par ses forts particularismes régionaux, mais aussi terre d'ouverture et d'accueil de par les vagues successives d'immigration, témoigne d'une richesse culinaire incomparable. Dans son édition du 01/03/09 un article du quotidien *le Monde* titré « *la french food tient son rang* » faisant référence aux diplomates et ambassadeurs français de 156 pays questionnés sur l'état de la cuisine

française ; 66 % s'accordent à dire qu'elle est une référence vivante et 13 % qu'elle est porteuse d'avenir. De fait, la cuisine française en termes de rayonnement international est une réalité qui participe pleinement de son identité culturelle.

Le groupe de l'Outre-mer apprécie la pertinence des conclusions issues des travaux d'André Daguin au sujet de la relation qu'entretiennent les Français avec la palette des produits issus des champs.

Les terres d'Outre-mer sont aussi celles qui fournissent à la haute gastronomie, tout comme à la parfumerie de création, des matériaux nobles, rares et chers et qui sans nul doute apportent l'originalité tant recherchée à la fois par les professionnels et par les consommateurs en quête de rêves plus que de consommation pure. Le groupe se réjouit que les deux amendements déposés aient été approuvés par le rapporteur et la section.

La forte industrialisation du marché agroalimentaire observée depuis la seconde moitié du siècle dernier a eu un impact sur nos habitudes de consommation en permettant aux consommateurs de disposer d'un éventail plus large de produits alimentaires.

La mondialisation a entraîné la standardisation des produits et une uniformisation des goûts. À ces premières conséquences viennent s'ajouter le spectre de l'obésité et ce que certains appellent usuellement « la malbouffe ». Manifestement, les craintes inspirées par cette « mondialisation culinaire » sont légitimes et soulèvent par la même occasion un certain nombre de questions, auxquelles le rapport tente d'apporter des réponses.

Le groupe de l'Outre-mer est sensible au fait que dans le modèle économique qui prévaut dans nos économies développées, l'abondance est source de gaspillage. Il souhaite que tous les efforts de chaque acteur de la chaîne qui conduit du producteur au consommateur soient consacrés à des pratiques d'achat responsables.

De même, il convient d'encourager les acteurs locaux de proximité à développer des politiques d'achat faisant une place plus importante aux produits du terroir dans le cadre de la restauration collective (en milieux éducatif, hospitalier, pénitentiaire et d'accueil des personnes âgées).

Dans cette optique, le groupe de l'Outre-mer pense qu'il serait intéressant d'expérimenter la création d'un Label permettant d'identifier les restaurateurs travaillant avec des produits frais de saison et issus de l'agriculture locale, ce qui permettrait ainsi de les différencier des autres.

Nous estimons enfin que s'il y a bien une bataille à gagner, ce serait celle de la lutte contre la banalisation du réflexe « *fast-food* », source d'appauvrissement nutritionnel susceptible d'engendrer à terme la disparition des promoteurs de la cuisine traditionnelle.

Le groupe de l'Outre-mer a voté l'avis.

### **Groupe des professions libérales**

Défendre la candidature du patrimoine culinaire français et son inscription sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité est ambitieux. Nous ne pouvions espérer meilleur rapporteur, lui qui, tout au long de sa vie professionnelle, a été l'ambassadeur de la gastronomie française dans le monde entier.

L'art culinaire participe de la création de valeur. De nombreux métiers y contribuent comme autant de maillons d'une chaîne. Le rapporteur a raison de le rappeler, l'impact de ce secteur pour notre économie est considérable en termes d'emplois et d'activités. La qualité de la table compte pour beaucoup dans l'image de notre pays à l'étranger et notre patrimoine culinaire joue un rôle important dans son attractivité.

En parcourant tous les maillons de la chaîne d'excellence qui relie l'assiette aux champs - agriculteurs-producteurs, artisans-transformateurs, sans oublier le consommateur - on voit que tous sont soucieux d'une production de qualité. Nous regrettons que l'avis ait peu insisté sur le maillon indispensable de la santé. La bonne santé se construit tous les jours dans l'assiette et il vaut mieux satisfaire les besoins nutritionnels par une alimentation équilibrée et diversifiée. En cela, les efforts en matière d'éducation au lien alimentation-santé sont essentiels.

Si l'on se projette dans un avenir proche, deux fléaux d'origine alimentaire menacent notre société : l'obésité et le diabète. L'obésité aujourd'hui atteint une proportion significative de la population 14,5 % contre 8,5 % en 1997. Les personnes touchées risquent de connaître de graves problèmes cardiovasculaires. Pour tenter d'enrayer ce phénomène, les professionnels de santé, les diététiciens sont bien placés pour mener des actions d'éducation et de prévention, individuelle et collective, pour aider les consommateurs à reconnaître les aliments bénéfiques pour leur santé. Les diététiciens sont plus de 6 000 à exercer en France, en établissements de santé, dans des secteurs d'activité comme la restauration collective, l'industrie, la recherche, etc. 15 % d'entre eux exercent en libéral. Ils sont les garants de l'équilibre et de la qualité nutritionnelle, sanitaire et gustative et travaillent en coopération avec tous les acteurs du circuit alimentation-nutrition.

Par ailleurs, et le rapporteur le rappelle, le gouvernement a lancé un Programme national nutrition santé, programme de prévention autour de la nutrition. La politique nutritionnelle doit rester guidée par des enjeux de santé publique et non, par des seuls enjeux économiques.

Le consommateur doit aussi comprendre que les coûts de production intègrent des normes en matière d'environnement, de qualité ou d'hygiène et qu'elles ont été mises en place pour qu'il soit protégé en termes de santé publique. Comme il a tendance à privilégier, surtout en cette période de crise, l'achat « bon marché » au détriment de l'achat « bon pour la santé », le

rapporteur conseille la pédagogie de la qualité, illustrant le principe « dépenser mieux pour mieux vivre ». Priorité donc au produit et à sa qualité.

Pour ce faire, les agriculteurs se voient imposer des normes sanitaires et environnementales drastiques, régulièrement contrôlées par des services compétents. Les acteurs de la transformation se voient imposer une traçabilité à toutes les étapes de la chaîne alimentaire garantissant la sécurité sanitaire de l'alimentation. Tous les moyens sont bons pour préserver la santé des générations futures. Le rapporteur souligne par ailleurs qu'il est possible de définir une alimentation optimale sur le plan nutritionnel pour un faible coût.

Il met également en avant les avantages de l'agriculture « biologique ». Nous n'y sommes pas opposés, mais à part une frange de la population, amatrice de ces produits, la plupart des consommateurs sont freinés par le prix, d'autant plus qu'ils ne comprennent pas toujours très bien le bénéfice direct sur l'environnement et leur bien-être. Plus généralement, si le thème du développement durable est bien ancré dans leur esprit, il ne doit pas nuire à son pouvoir d'achat. Avec la crise, on prend moins sa voiture. Les marchés désertés ces dernières années, retrouvent à l'instar des commerces de proximité, davantage de fréquentation. Nous nous en réjouissons.

Le rapporteur - à nos yeux - n'ayant omis véritablement aucune recommandation, le groupe des professions libérales soucieux de défendre l'alimentation au cœur de notre culture, a voté l'avis.

#### **Groupe de l'UNAF**

Le rapport et l'avis présentés constituent une contribution remarquable à la promotion de la cuisine française. En effet, ils ne se contentent pas d'en célébrer les vertus et l'image mondialement connues, mais surtout ils analysent avec pertinence et très finement les modèles économiques qui en sont les fondements, les évolutions et perspectives de son avenir, les conditions familiales, éducatives et sociales dans le cadre desquelles elle s'exerce.

Ils constituent en eux-mêmes un argumentaire approfondi et exhaustif à la proposition de candidature du « repas gastronomique à la française » au patrimoine mondial de l'Unesco, bien entendu approuvée par le groupe de l'UNAF.

Le groupe de l'UNAF souhaite attirer l'attention sur trois aspects développés.

- Le lien entre la production agricole et le maintien de ce patrimoine lui paraît fondamental. Il montre en effet sans contestation possible combien professionnels agricoles, consommateurs et métiers de « bouche » ont les mêmes intérêts économiques, sociaux et environnementaux à voir sauvegarder et promouvoir la cuisine française. Bel exemple très concret de ce que peut et doit être dans des secteurs économiques souvent, soit marginalisés, soit en difficulté, une

politique de développement durable qui rejoint les intérêts légitimes des trois parties.

- Les métiers et les compétences qui font la performance et la renommée de ce secteur sont exigeants, tant sur le plan technique que sur le plan humain, surtout lorsque les salariés ou artisans concernés ont une vie familiale. Le groupe de l'UNAF souhaite qu'un effort tout particulier soit encore mené pour améliorer tant les conditions salariales que les conditions de travail. Ce secteur s'il est essentiellement composé de petites et très petites entreprises, est confronté dans son ensemble à de nombreux défis économiques, de gestion et de management. L'actualité, pour ne pas dire le feuilleton, relative à la baisse de la TVA en est le révélateur et ce sont les consommateurs qui en supportent les conséquences directes. On peut s'étonner que les formes de groupement d'employeurs, permettant de mutualiser des charges communes qui ne touchent pas à la spécificité de chaque entreprise, ne soit pas plus étudiées et mises en place par les professionnels et leurs conseils.
- Enfin, le groupe de l'UNAF a été sensible au fait que le rapport et l'avis mentionnent la nécessité de maintenir la « cuisine familiale » et de développer l'éducation au goût. Sous cet aspect, une fois encore, il n'est pas inutile de relever que ces deux préconisations rejoignent tout à la fois des préoccupations de santé publique et les finalités de modes de consommation « durables ». Le groupe de l'UNAF regrette cependant une fois de plus que notre assemblée ait tant de mal à reconnaître que chaque famille est le premier lieu de toute éducation, en l'occurrence celui du goût dès le plus jeune âge. La cuisine familiale ne doit pas être un luxe dominical, pour des hommes découvrant un loisir passionnant, mais un moment de vie quotidienne qui permet à la fois de réunir parents et enfants et de faire passer sans discours ni publicité agressive l'éducation au bon goût et la connaissance de la qualité. Si cette condition est satisfaite, comme en tout domaine, l'école pourra alors jouer son rôle. Sinon, les évolutions des modes de consommation risquent d'être considérablement freinées et considérées, là encore, faites pour les plus avertis et/ou les plus militants.

Les familles, consommatrices et premières éducatrices sont, qu'on le veuille ou non, le meilleur soutien et vecteur de transmission de la gastronomie française et de l'art culinaire.

Le groupe de l'UNAF a voté l'avis.



## ANNEXE À L'AVIS

### SCRUTIN

#### Scrutin sur l'ensemble du projet d'avis

*Nombre de votants.....173*

*Ont voté pour.....161*

*Se sont abstenus.....12*

#### **Le Conseil économique, social et environnemental a adopté.**

#### **Ont voté pour : 161**

*Groupe de l'agriculture* - MM. Bailhache, Barrau, Bastian, Baucherel, Bayard, de Beaumesnil, de Benoist, Boisson, Cazaubon, Mme Cornier, MM. Ducroquet, Giroud, Gremillet, Guyau, Mme Lambert, MM. Lemétayer, Lépine, Lucas, Marteau, Pelhate, Pinta, Sander, Thévenot, Vasseur, Villeneuve.

*Groupe de l'artisanat* - MM. Alméras, Dréano, Duplat, Griset, Lardin, Liébus, Martin, Paillason, Pérez, Perrin.

*Groupe des associations* - Mme Arnoult-Brill, MM. Da Costa, Leclercq, Pascal, Roirant.

*Groupe de la CFDT* - M. Blanc, Mmes Boutrand, Briand, Collinet, Hénon, M. Jamme, Le Clézio, Legrain, Malterre, Mme Nathan, M. Nau, Mmes Nicolle, Pichenot, Prévost, MM. Vandeweege, Vérollet.

*Groupe de la CFE-CGC* - MM. Garnier, Labrune, Saubert, Van Craeynest, Mme Viguier, M. Walter.

*Groupe de la CFTC* - M. Coquillion, Mme Courtoux, M. Louis, Mme Simon, MM. Vivier, Voisin.

*Groupe de la CGT-FO* - MM. Bécuwe, Bilquez, Mme Boutaric, MM. Daudigny, Devy, Hotte, Lemercier, Mme Medeuf-Andrieu, M. Mazuir, Mme Perray, M. Porte, Mme Pungier, MM. Rathonie, Reynaud, Mme Thomas, M. Veyrier.

*Groupe des entreprises privées* - Mme Bel, M. Buisson, Mme Clément, MM. Creyssel, Daguin, Mme Felzines, MM. Gardin, Gautier-Sauvagnac, Ghigonis, Jamet, Lebrun, Lemor, Marcon, Mariotti, Mongereau, Pellat-Finet, Roubaud, Salto, Talmier, Tardy, Veysset.

*Groupe des entreprises publiques* - MM. Ailleret, Brunel, Chertier, Duport, Mme Duthilleul, M. Marembaud.

*Groupe des Français établis hors de France, de l'épargne et du logement* - Mme Bourven, MM. Cariot, Feltz.

*Groupe de l'Outre-mer* - MM. Fuentes, Ledee, Omarjee, Paoletti, Paul.

*Groupe des personnalités qualifiées* - MM. Aillagon, Aurelli, Baggioni, MM. Boisgontier, Cannac, Dechartre, Mmes Dieulangard, Douvin, MM. Duharcourt, Figeac, Gentilini, Geveaux, Mme Grard, M. Hochart, Mme Kristeva-Joyaux, MM. de La Loyère, Le Gall, Mandinaud, Marseille, Masanet, Massoni, Nouvion, Obadia, Pasty, Mme Rolland du Roscoät, MM. Roulleau, Roussin, Steg, Mme Tjibaou, MM. Valletoux, Vigier.

*Groupe des professions libérales* - M. Capdeville.

*Groupe de l'UNAF* - Mme Basset, MM. Brin, Damien, Édouard, Fresse, Guimet, Laune, Mmes Lebatard, Therry, M. de Viguerie.

**Se sont abstenus : 12**

*Groupe de l'agriculture* - M. Rougier.

*Groupe de la coopération* - MM. Dezellus, Fritsch, Lenancker, Thibous, Verdier.

*Groupe de la mutualité* - MM. Caniard, Davant, Laxalt.

*Groupe de l'UNSA* - MM. Duron, Martin-Chauffier, Olive.



# **RAPPORT**

**présenté au nom de la section du cadre de vie  
et de la section de l'agriculture et de l'alimentation  
par M. André Daguin, rapporteur**



Le 21 avril 2009, le Bureau du Conseil économique, social et environnemental a confié aux sections de l'agriculture et de l'alimentation et du cadre de vie, la préparation d'une étude intitulée *De l'assiette aux champs*.

Les sections ont désigné M. André Daguin comme rapporteur.

Par décision en date du 13 octobre 2009, le Bureau du Conseil économique, social et environnemental, en réponse à la demande conjointe des sections, a décidé de la transformation de l'étude en rapport et avis.

\*  
\*            \*

En vue de parfaire leur information, les sections ont procédé aux auditions de :

- Mme Marion Zalay, directrice de l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) ;
- M. Philippe Guérin, président du Conseil national de l'alimentation ;
- M. Éric Birlouez, historien et sociologue de l'alimentation ;
- M. Périco Légasse, critique gastronomique à l'hebdomadaire Marianne ;
- M. Christian Millau, écrivain, cofondateur du guide Gault et Millau ;
- M. Jean-Luc Naret, directeur des guides Michelin ;
- M. Jean-Robert Pitte, président de la mission française du patrimoine et des cultures alimentaires ;
- Mme Valérie Baduel, directrice générale adjointe de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA) ;
- M. Bernard Boutboul, directeur de la société GIRA conseil ;
- M. Gérard de Marcillac, ancien directeur de l'école Grégoire-Ferrandi.

\*  
\*            \*

Les sections ont par ailleurs effectué deux déplacements. Une délégation s'est tout d'abord rendue le 17 juin 2009 aux entrepôts de Paris de l'entreprise Metro, où elle a pu s'entretenir avec le directeur général, M. Pascal Gayraud, et l'ensemble de ses collaborateurs des différentes problématiques soulevées par la saisine. Des délégations se sont par ailleurs rendues au Palais de l'Élysée, où elles ont été accueillies par M. Bernard Vaussion, chef des cuisines du Palais, qui a bien voulu répondre à l'ensemble de leurs questions après une visite des installations.

Les sections et le rapporteur tiennent à leur exprimer tous leurs remerciements ainsi qu'à l'ensemble des personnalités rencontrées pour leur apport aux travaux.

Le rapporteur adresse également ses remerciements à M. André Gausset pour sa précieuse collaboration.

## INTRODUCTION

D'aucuns pourraient penser que l'intitulé de ce rapport est écrit à contresens, l'aliment n'arrivant à l'assiette qu'après « être venu » dans les champs, terrestres ou maritimes.

Or l'histoire, qu'il nous faut conter, nous enseigne que, passé l'âge premier de la chasse et de la cueillette, ce sont, en accord avec la nature, les humains qui ont décidé par nécessité ou par goût des cultures ou des élevages à faire.

Après la foi dans les progrès de la technique, de la productivité et du développement sans frontière des échanges commerciaux, viennent le désenchantement et même l'inquiétude, tant chez les producteurs que chez les consommateurs quant à la continuation des réussites jusqu'ici enregistrées.

Face aux effets des évolutions d'une mondialisation qui s'accélère bien plus rapidement que ne se mettent en place les moyens de la conduire et de la maîtriser, chacun s'interroge aujourd'hui sur l'avenir de l'agriculture française, qui reste l'une des toutes premières au monde et l'un des piliers de l'économie de notre pays.

Alors qu'elle a toujours atteint les objectifs qui lui étaient assignés, en utilisant les techniques à sa disposition, elle est aujourd'hui assaillie par la nécessité de répondre sans délai aux exigences du développement durable, de préserver les territoires de l'étalement urbain, de résister à une concurrence exacerbée, parfois déloyale.

Par ailleurs, près d'un humain sur six souffre de la faim et les prévisionnistes alertent sur la nécessité d'accroître fortement la production alimentaire dans les années à venir, en raison de l'essor démographique. L'heure n'étant plus à la conquête de territoires par la force, certains États louent des terres situées dans des pays étrangers pour subvenir à leurs propres besoins alimentaires.

Et paradoxalement, les cours des productions alimentaires s'effondrent et les agriculteurs et pêcheurs s'interrogent sur leur avenir...

Au regard de ces problématiques, il peut sembler dérisoire de s'intéresser à « l'assiette », qui plus est du seul consommateur français, comme si ce dernier, le regard tourné vers l'amont, pouvait décider librement du contenu de celle-ci et non se soumettre aux arbitrages que lui imposent son pouvoir d'achat. Cette liberté de choix, dont l'exercice est fortement contraint par les ressources, le niveau de vie, ne serait-elle pas de fait réservée à quelques privilégiés ?

Or d'autres préoccupations entrent en ligne de compte, qu'il ne faut surtout pas sous-estimer. Le consommateur des pays développés, pour sa part, s'inquiète de plus en plus de l'influence sur sa santé des conditions de culture et d'élevage des denrées qui lui sont proposées et veut jouer un rôle dans l'évolution des moyens de production et de distribution, en relation avec sa prise de conscience des menaces qui pèsent sur l'environnement. Ces motivations déclarées entraînent-elles des modifications sensibles dans les comportements ? Au moment où la France se dote par voie législative d'objectifs en matière d'agriculture biologique et de consommation de ses produits, où le commerce de proximité semble bénéficier d'un renouveau et l'exigence de qualité intéresser un public plus large, le consommateur pourrait contraindre certains acteurs économiques à revoir leurs stratégies.

La tradition gastronomique française indissolublement liée aux plaisirs de la table, a de ce point de vue un rôle à jouer. Patrimoine vivant, de ce fait même fragile, elle constitue dans la France du XXI<sup>e</sup> siècle un enjeu économique et culturel qui est loin d'être négligeable. En effet, « les gastronomes », quels que soient leur origine et leurs moyens, sont « prescripteurs » de ce qu'ils consomment au restaurant ou à domicile. Ils participent à leur niveau à l'éducation au goût, dont l'importance est reconnue par un nombre croissant d'acteurs. Leur curiosité naturelle semble favoriser le retour à plus de saveur et d'authenticité. Le repas et la convivialité qui l'entoure dans notre pays doivent en outre être examinés sous l'angle de leur apport à la cohésion sociale.

Conjugués avec les effets de la crise financière mondiale, tous ces éléments font clairement apparaître la nécessité d'étudier et d'analyser globalement les causes et les effets des changements qui s'opèrent ou qui sont prévisibles.

L'ampleur, la complexité et l'influence des mutations annoncées sur les conditions de production, sur les filières de métiers et les débouchés, sur la consommation et la vie quotidienne, sont telles qu'elles ont convaincu les sections du cadre de vie et de l'agriculture et de l'alimentation de l'intérêt de traiter ce sujet en collaboration.

## CHAPITRE I

### L'HISTOIRE DE L'ALIMENTATION HUMAINE

Satisfaire<sup>2</sup> ses besoins alimentaires a depuis toujours constitué pour l'Homme une préoccupation vitale. Toutefois, les formes revêtues par cette quête de nourriture, les denrées consommées et leurs modes de préparation ont beaucoup plus évolué au fil du temps pour l'Homme que pour les autres êtres vivants.

Pour bien comprendre les goûts et les comportements alimentaires actuels, il s'avère nécessaire de remonter aux sources de notre identité de « mangeurs » puis de repérer les grandes évolutions intervenues durant l'histoire de l'humanité et de tenter d'en analyser les causes. De même, il apparaît utile de distinguer ce qu'il y a d'intemporel et d'universel dans notre alimentation de ce qui varie selon les cultures et les modes de vie.

Contraint de « courir » après sa nourriture, l'Homme s'est développé à la fois biologiquement, socialement et culturellement. La recherche de la nourriture a par conséquent joué un rôle central dans l'évolution de l'Homme et des civilisations, le développement de l'agriculture, comprenant bien sûr l'élevage, en constituant un tournant majeur.

Compte tenu de la complexité et de l'ampleur du sujet, nous ne retracerons ici que les éléments les plus significatifs de cette évolution alimentaire et agricole et nous nous bornerons au plan géographique à la zone méditerranéo-européenne.

L'histoire de l'alimentation se décompose en trois grandes périodes : tout d'abord, l'âge préagricole qui a pour bases la cueillette, la chasse et la pêche. C'est la période de l'aliment sauvage qui s'étend de l'apparition des premiers hommes (environ trois millions d'années avant notre ère) au début de l'agriculture, vers les années 10 000 avant Jésus-Christ. Puis vint l'âge agricole qui va des années 10 000 avant Jésus-Christ jusqu'au XIX<sup>e</sup> siècle et enfin, ce qu'on a appelé l'âge agro-industriel qui a débuté au XIX<sup>e</sup> siècle.

---

<sup>2</sup> Ce paragraphe reprend des éléments tirés de la fresque historique d'Agropolis-Muséum qui figure sur le site Internet de cette institution ainsi que les développements présentés par M. Éric Birlouez, historien et sociologue de l'alimentation lors de son audition auprès de la section de l'agriculture et de l'alimentation en date du 13 mai 2009.

## I - L'ÂGE PRÉAGRICOLE

### A - L'HOMME « PRÉDATEUR » (CHASSE, PÊCHE ET CUEILLETTE)

Le premier crâne humain, découvert à l'est de l'Éthiopie, appartenait à un hominidé qui a vécu il y a plus de trois millions d'années, c'est-à-dire qu'il appartient encore à ce que les scientifiques appellent la pré-humanité. Les premiers hommes européens, tel notre célèbre voisin, l'homme de Tautavel sont venus plus tard (environ 400 000 ans). Tous ces hominidés vivaient d'aliments sauvages prélevés sur leur environnement naturel. Ils chassaient, cueillaient, pêchaient, et peu à peu ont fabriqué des outils et des instruments adaptés à ces activités, dits outils d'acquisition même si l'usage de ce terme est parfois abusif. On appelle ainsi les outils de l'âge préagricole qui facilitent la collecte des aliments sauvages. Il en est ainsi du bâton à fouir, des gaules, des râtaux pour la collecte des végétaux, des harpons et hameçons pour la pêche, des javelots, des pièges et des outils à tuer pour la chasse. Ils se distinguent des outils de production apparus plus tard. Les premiers hommes recherchent les espèces nourricières et constituent les premiers complexes vivriers. La chasse au gros gibier a contribué à forger les bases d'une organisation sociale des hommes, la cuisson les rassemblera autour du foyer et socialisera les modes de consommation.

### B - L'APPARITION DE L'ALIMENT CUIT ET LA FABRICATION DES INSTRUMENTS CULINAIRES

Les aliments peuvent être consommés de trois façons : crus, cuits, fermentés (exemple : la choucroute, le fromage). Le cru est « naturel », le cuit est « culturel » (C. Lévi-Strauss). Le fermenté peut être naturel ou culturel. Il existe plusieurs façons de cuire...

Une étape importante fut franchie, quand les hommes « *ne se contentèrent plus de griller ou de rôtir leurs aliments à la chaleur sèche des flammes, et qu'ils inventèrent la cuisine à la chaleur humide. Elle permet une diversification des mets et des saveurs ainsi qu'une possibilité accrue de mélanges d'aliments dans une même cuisine* » (J. Barrau).

Soupes, céréales grillées, bouillies, galettes (bouillie dense cuite) constituent les premières formes culinaires végétales, consommées encore de nos jours, se différenciant dans leurs contenus et leurs préparations.

Il apparaît que la cuisine est beaucoup plus ancienne que l'agriculture : les hommes cuisinèrent les aliments sauvages avant de cuisiner les aliments agricoles. La révolution culinaire a précédé la révolution agricole du Néolithique.

L'Homme a dû apprendre à fabriquer des instruments culinaires allant au feu (poteries). L'Homme chasseur-cueilleur a besoin de contenants pour collecter, transporter, conserver, cuire et manger les fruits de sa chasse et de sa cueillette. Les premiers contenants utilisés furent des peaux, des Calebasses, des coquilles, des carapaces, des écorces... Le pot en argile cuite, récipient étanche pouvant aller au feu, constitue une découverte majeure. Les poteries sont des



objets d'une grande valeur scientifique parce qu'elles permettent aux archéologues d'identifier et de caractériser les différentes cultures préhistoriques.

Avec le développement de l'agriculture, la poterie prendra une importance encore plus grande.

#### C - LA FORMATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE

L'agriculture et l'élevage impliquent la domestication des végétaux et des animaux utiles à l'Homme et la prise en charge par celui-ci des fonctions assurant leur vie et leur reproduction. La domestication asservit les espèces aux objectifs de l'homme. La nécessité économique (insuffisance de la cueillette face à la croissance de la population) est probablement le facteur principal de la naissance de l'agriculture.

L'agriculture est apparue simultanément dans plusieurs zones du monde. L'agriculture méditerranéo-européenne se forma d'abord au Proche-Orient puis elle se diffusa vers l'Ouest (Méditerranée) et enfin du sud vers le nord (Europe du Nord) entre 6000 et 2000 avant notre ère.

Les outils de production complétèrent puis se substituèrent aux outils d'acquisition, les outils ferrés puis métalliques à ceux de pierre, l'agriculture tractée à l'agriculture manuelle. Mais surtout l'agriculture bouleversa les conditions socioculturelles en développant la sédentarité : sur l'aire des territoires cultivés, se construisirent des villages, des villes, des nations et des empires. La féodalité, fondée sur la possession des terres par les nobles et la servitude des paysans, bien que celles-ci aient existé antérieurement, est caractéristique de l'âge agricole.

## **II - L'ÂGE AGRICOLE (10 000 AVANT JÉSUS-CHRIST JUSQU'AU XIX<sup>e</sup> SIÈCLE)**

#### A - NAISSANCE DES VILLAGES AGRAIRES, DES VILLES ET DES CITÉS-ÉTATS

Les villages agraires regroupent généralement un petit nombre de maisons d'agriculteurs. Ils témoignent d'une vie collective (maison commune, puits collectif), d'actions de protection (fortifications), de solidarité (entraide), de convivialité (fêtes). Ni l'archéologie des villages, ni celle des tombeaux, ne permettent d'affirmer l'existence de classes sociales. Ces villages rassemblent des agriculteurs et des éleveurs vivant dans des maisons, lieux de consommation, d'activités domestiques, de repos, de protection. Le foyer, au sens étymologique du terme, est le lieu où se trouve le feu domestique. Son organisation est caractéristique d'un certain développement culturel. En effet, le feu domestique fait naître de nouvelles activités : organisation du foyer, entretien du foyer, collecte de combustibles, fabrication de fours et de contenants, préparation des aliments et cuisson. Ces nouvelles activités sont souvent à la charge de la femme qui devient nourricière du groupe social de base. Le foyer est le centre de la vie domestique. Le village permet le développement de services collectifs, l'exercice de la solidarité et de la convivialité.

La ville a contribué à renforcer la division sociale du travail, avec une forte prédominance des non-agriculteurs, en devenant ainsi un lieu de pouvoir, d'accumulation de richesses et d'inégalité sociale. Avec le développement des villes, les modèles de consommation seront modifiés ; l'importance de la population urbaine et son niveau de consommation dépendent de la productivité de la zone d'approvisionnement.

#### B - LA RÉVOLUTION AGRICOLE ET ALIMENTAIRE AU MOYEN-ÂGE

Une très importante révolution agricole s'est produite au Moyen-âge qui a duré environ mille ans, mais il convient de souligner une période essentielle, comprise entre les XI<sup>e</sup> et XIII<sup>e</sup> siècles, durant laquelle, en l'espace de deux ou trois cents ans, la production agricole va être multipliée par deux, grâce à la fois à la mise en culture de nouvelles terres et à des innovations techniques. Ainsi, l'utilisation de la faux, qui se développera peu à peu car les progrès de la métallurgie rendront les outils en fer plus accessibles, va générer des gains de productivité importants.

On peut citer un autre exemple, celui de la charrue avec son versoir qui retourne la terre, dont l'usage va, lui aussi, s'étendre pendant cette révolution agricole du Moyen-âge. Pour tirer la charrue, le joug de corne pour les bœufs sera inventé, ce qui constitue une innovation essentielle car auparavant les animaux, étranglés par le système d'attelage, ne pouvaient pas tirer une charrue.

Il en est de même pour le cheval avec le collier d'épaule qui est aussi une invention des X<sup>e</sup> et XI<sup>e</sup> siècles. C'est là encore un système qui permet aux animaux de tirer des charrues plus lourdes, donc à meilleure efficacité, qui va avoir des effets très positifs sur la productivité de la terre parce que ces outils entaillent le sol plus profondément et surtout retournent véritablement la terre. C'est la supériorité de la charrue par rapport à l'araire.

Au niveau social, la société médiévale est divisée en trois grandes catégories sociales, c'est-à-dire trois ordres, selon la typologie établie par l'évêque Adalbéron au XI<sup>e</sup> siècle :

- les « *bellatores* », les seigneurs, les aristocrates, les nobles ;
- les « *oratores* », ceux qui prient, les moines, les curés de paroisse et les dignitaires de l'Église ;
- les « *laboratores* », c'est-à-dire ceux qui travaillent. Ils représentent 90 à 95 % de la population, ce sont donc des personnes pour qui le labeur, c'est le labour, le terme ayant la même signification, c'est-à-dire le travail de la terre.

Pour ces trois groupes sociaux, les modes d'alimentation et les régimes alimentaires sont très différents. Il convient de souligner qu'ainsi l'alimentation est devenue une norme sociale, c'est-à-dire un élément de différenciation entre classes sociales. On considère que le style d'alimentation d'une personne, les aliments et les boissons qu'elle consomme, et la manière de manger, doivent être conformes à son statut social. Un seigneur doit manger comme un seigneur, un paysan doit manger comme un paysan...

Au-delà de la norme sociale, il existait une autre norme liée au sexe : la femme avait l'obligation de manger moins que l'homme. Il est hors de question qu'une femme mange plus que l'homme, de même, son vin est toujours coupé d'une plus grande quantité d'eau.

Trois modèles alimentaires (aristocratique, monastique et paysan) correspondent aux trois ordres. Ils se distinguent par les aliments et par les quantités servies. Par exemple, des textes montrent que l'on sert une certaine quantité de nourriture au seigneur, et à mesure que l'on descend d'un cran dans l'échelle sociale, la quantité de nourriture servie est divisée par deux. On doit absolument respecter cette distinction qui permet d'affirmer les différences sociales.

Les modes de cuisson des aliments sont différents. Les aristocrates rôtissent et grillent leurs aliments, les pauvres consomment des aliments bouillis. On pourrait imaginer que c'est parce que les riches peuvent se payer des instruments en métal, des broches, des grills... En fait, les véritables raisons sont d'ordre symbolique : l'aristocrate, le seigneur, le guerrier, le « *bellator* » privilégie le contact direct avec la nature, donc le contact direct de l'aliment avec la flamme alors que le paysan, lui, va faire bouillir dans des pots ses aliments. C'est l'origine du mot « potage », tout ce qui est cuit dans les pots, qui dépasse largement l'acception actuelle du terme « soupes », car cela pouvait désigner également de la viande ou du poisson. Il convient de souligner que la cuisson des aliments dans des pots permettait de laisser mijoter ceux-ci sur le feu sans surveillance et sans risque, contrairement aux grills, de les retrouver carbonisés. Ce mode de préparation des repas permettait de se livrer parallèlement à d'autres tâches. Il a par conséquent connu un grand essor dans les classes sociales les plus pauvres où les femmes, outre les travaux domestiques, devaient assumer une partie des activités de la ferme.

La viande, au sens actuel du terme, constitue une caractéristique du modèle alimentaire des puissants comme des aristocrates dont elle est l'aliment central. Cependant quand on parle de viande au Moyen-âge, c'est tout ce qui est nécessaire à la vie, c'est-à-dire tous les aliments. À cette époque, pour parler de notre viande, on utilise le mot « chair ». La chair est associée, dans les représentations mentales de l'époque, à des valeurs qui sont très valorisées par les seigneurs : la force physique, la puissance sexuelle, le pouvoir et la richesse.

Ainsi, à l'époque carolingienne, lorsqu'un noble avait eu un comportement qui n'était pas digne de son rang, la punition infligée pouvait être une interdiction, parfois jusqu'à la fin de ses jours, de consommer de la viande. On lui signifiait ainsi qu'il n'était plus digne de son rang social.

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, au Moyen-âge, les nobles ne consommaient pas beaucoup de viande de bœuf, qui est aujourd'hui coûteuse, parce qu'ils considéraient que celle-ci, provenant d'un animal utilisé pour le travail de la terre, était tout juste bonne pour l'estomac grossier des paysans, des « *laboratores* », et pas pour leur estomac délicat. La chasse, activité réservée aux aristocrates, est très valorisée, par conséquent le gibier est privilégié sur la table des princes.

Pour les « *oratores* », c'est en théorie la frugalité monacale. Les moines de l'époque sont des gens lettrés, qui savent lire, écrire. Ils sont majoritairement issus de la noblesse et, à ce titre, comme on doit manger selon sa qualité, son rang social, les moines faisaient en sorte de manger de la viande, aliment symbolique des puissants.

Au début du Moyen-âge, de septembre à Pâques, c'est-à-dire durant la plus grande partie de l'année, on fait un seul vrai repas par jour, pris à 15 heures, à l'heure de l'office de None, d'où l'origine du terme « *after noon* », l'après-midi anglais. Après None, c'est le moment où l'on peut enfin prendre le repas unique de la journée. En carême, les moines doivent attendre le coucher du soleil pour se nourrir ; on retrouve ainsi la pratique de la religion musulmane lors du ramadan.

Les « *laboratores* » utilisent l'araire, un travail de force. Leur alimentation est composée d'énormes quantités de pain, probablement plus d'un kilo par jour et par personne, notamment fabriqué à partir de seigle. Les seigneurs, en consomment aussi mais seulement du pain de froment parce que le blé est la céréale noble. L'alimentation des « *laboratores* » comprend le pain, le vin et ce que l'on appelle le « *companage* », c'est-à-dire ce qui accompagne le pain. C'est révélateur ; cela veut dire que le pain est central et que le reste, les légumes et les autres aliments ne constituent que des accompagnements ce qui est l'inverse de notre alimentation moderne.

Il convient également de souligner une dimension symbolique forte de l'alimentation relative aux croyances religieuses qui se traduit par une grande correspondance entre le statut social, la vision du monde et les aliments consommés. Comment se représente-t-on le monde à l'époque ? L'univers a été créé par Dieu, personne ne remet cela en question. Il y a quatre éléments hiérarchisés : au sommet, le feu, ensuite, l'air, puis l'eau, et, enfin, l'élément le moins noble : la terre. Une relation est établie entre ces quatre éléments constitutifs de l'univers et les animaux ou les végétaux qui les peuplent.

Les aristocrates aiment beaucoup déguster de grands oiseaux (cygnes, hérons, faisans, etc.), bien que certains soient d'une qualité gustative discutable, car ils vivent dans l'air, c'est-à-dire l'élément divin puisque. Dieu et les anges vivent dans les cieux. En outre, les oiseaux sont des animaux qui ont une position élevée car ils dominent les autres créatures. Or, en tant que dominants eux-mêmes, les nobles ne peuvent que consommer des animaux dominants.

Les légumes poussent dans la terre et même sous la terre, pour l'ail, le poireau, l'oignon... Par conséquent quand on est un aristocrate, il est hors de question de manger cette nourriture indigne, juste bonne pour les paysans.

Les fruits et les céréales sont certes ancrés dans la terre, mais on les cueille en hauteur, ils sont donc au contact de l'air. Toutefois, les médecins de l'époque recommandent la plus grande prudence envers les fraises et les melons, qui poussent au ras du sol.

Soulignons une dernière caractéristique de l'alimentation des riches au Moyen-âge : les épices, connues depuis l'Antiquité, sont très présentes dans la cuisine médiévale, aux XIV<sup>e</sup> et XV<sup>e</sup> siècles, et sont utilisées également pour leurs vertus thérapeutiques.

Les historiens qui ont consulté les recettes de cuisine de la fin du Moyen-âge ont montré que, dans plus de trois recettes sur quatre, on faisait appel à des épices variées dans de fortes quantités, même si l'on n'en connaît pas les proportions exactes. On ne se contente par exemple pas de saupoudrer un plat de quelques pincées de cannelle. En effet, les épices représentent un signe de distinction sociale : en consommer et en proposer à ses invités, est une manière de montrer que l'on est un puissant, que l'on a de l'argent, que l'on peut se payer ces produits très onéreux, et l'on veut que les autres le sachent. Le prix élevé des épices a d'ailleurs eu pour conséquence qu'elles ont été fréquemment utilisées comme monnaies, d'où l'origine du terme actuel « espèces » pour qualifier des pièces ou des billets de banque.

Les épices sont très importantes du point de vue économique. On peut considérer que les premières denrées du commerce international ont été les épices que l'on allait chercher en Inde, en Chine, en Afrique pour certaines, et on a monté des expéditions terrestres, puis maritimes pour les obtenir. Elles ont donc constitué la première finalité des grandes découvertes du XV<sup>e</sup> siècle : Christophe Colomb a ainsi découvert l'Amérique en recherchant une route des Indes par l'ouest.

S'agissant de la manière de manger et du service, rappelons tout d'abord que l'expression « dresser la table » provient du Moyen-âge. En effet, il n'y a pas de pièce dédiée à la prise des repas, de véritable salle à manger. On prend les repas là où c'est le plus pratique : en hiver, dans une petite salle que l'on pourra bien chauffer, et quand on reçoit quelqu'un d'important, dans la grande salle d'apparat du château. Par conséquent, lorsque vient l'heure du repas, on dresse la table, c'est-à-dire que l'on pose une planche de bois sur des tréteaux et le repas terminé, on remise tout cela dans un coin de la pièce, la table pour manger telle qu'on la connaît aujourd'hui n'existe pas encore.

Par ailleurs, on mange directement avec les doigts de la main droite, car la fourchette n'apparaîtra qu'à la Renaissance. On attribue à Catherine de Médicis son introduction d'Italie en France. De plus, on n'a pas d'assiette : les éléments prédécoupés sont posés sur le « tranchoir », une tranche de pain, ce qui explique aussi sa consommation en grande quantité. Il ne servait pas seulement d'aliment, mais aussi de support pour les différents mets servis.

### C - LES PRINCIPALES ÉTAPES DE L'ÉVOLUTION DES TECHNIQUES AGRICOLES

Le développement des forces productives de l'agriculture comporte trois « étapes fondamentales » :

- **l'agriculture manuelle** basée exclusivement sur l'énergie humaine et l'outil. L'homme utilise toutefois le feu pour défricher en vue d'ensemencer, ou pour faciliter l'accès des animaux aux pâturages. C'est dans le cadre de ce type d'agriculture que s'est effectuée la substitution des outils de production destinés à l'agriculture, aux outils d'acquisition utilisés pour la chasse, la pêche ou la cueillette ;
- **l'agriculture attelée** qui fait appel à des araires, des charrues, des herses... Développée dès 4 000 avant notre ère au Proche-Orient, elle gagne en efficacité au Moyen-âge par la substitution du cheval au bœuf, et diverses inventions (collier d'épaule, ferrure...). Les moulins à eau (puis à vent) facilitèrent la mouture des céréales. La force hydraulique actionna les soufflets et les martinets des forges. La voie de « l'industrie » était ouverte ;
- **l'agriculture motorisée** fondée sur la supériorité démontrée des nouvelles techniques, qui a contribué à la croissance, d'abord lente, puis accélérée (dans la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle) de la production agricole. Le remembrement des terres a également favorisé la mécanisation. Parallèlement, la sélection des semences et l'usage des intrants ont largement contribué à la progression sans précédent des rendements.

Le passage de l'agriculture attelée traditionnelle à l'agriculture mécanisée constitue l'aspect le plus important du développement des forces productives à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Agriculture mécanisée signifie une mécanisation systématique de toutes les opérations agricoles qui peuvent l'être. La motorisation de l'agriculture ne se généralisera que dans la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle.

La mécanisation et la croissance des rendements s'accompagneront d'une forte baisse de la population agricole (exode rural) liée à la croissance remarquable de la productivité (nombre d'habitants par actif agricole) qui ne s'imposera toutefois dans les campagnes qu'au milieu du XX<sup>e</sup> siècle.

### III - L'ÂGE AGRO-INDUSTRIEL

Le grand tournant de l'alimentation date de la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle. C'est à cette époque que la qualité de l'alimentation du peuple commence à s'améliorer. C'est aussi à la même période que naquirent, en France, les premiers véritables restaurants. La Révolution ayant entraîné la mort ou l'exil d'une grande partie des aristocrates, leurs personnels de cuisine ouvrirent leurs propres établissements où chacun pouvait venir se restaurer.

On parvient alors à l'âge agro-industriel qui débute au XIX<sup>e</sup> siècle et voit l'avènement d'une nouvelle classe sociale dominante, la bourgeoisie, qui a émergé au siècle précédent et supplante progressivement la noblesse.

Jusqu'au XIX<sup>e</sup> siècle, il y avait de manière récurrente des disettes et des famines. Avec l'âge agro-industriel, on sort, dans les pays développés, de cette ère des famines parce que l'industrialisation permet simultanément une augmentation significative de la production agricole et la possibilité de transformer, stocker et transporter les produits agricoles, ce qui permet de nourrir des populations de plus en plus importantes.

Parallèlement, le XIX<sup>e</sup> siècle est celui du culte de la table, avec une cuisine qui va se codifier fortement, avec des appellations de plats, phénomène nouveau, qui vont se stabiliser. Les recettes culinaires deviennent beaucoup plus précises alors que les recettes médiévales étaient d'une imprécision complète. On connaissait à peu près les ingrédients utilisés, mais on ignorait totalement les temps de cuisson et les proportions à respecter.

Au XIX<sup>e</sup> siècle, des règles relatives à l'ordonnement des repas et à l'association des vins et des mets commencent également à être fixées. On adopte le service à la russe, introduit par le prince Alexandre Kourakine, ambassadeur de Russie en France, qui prévoit la présentation successive des différents plats ainsi que le service à table avec des convives assis et un service à la place, par du personnel et des ustensiles dédiés. Il remplace le service à la française où les différents mets et les boissons destinées à les accompagner, étaient tous servis en même temps, les participants au repas se servant en fonction de leurs goûts. C'est un élément de popularisation, introduit par les aristocrates russes, puisque lors des repas, tous les convives, quel que soit leur niveau social, dégustent les mêmes plats servis de la même manière. Cela a également contribué à développer l'accord entre les mets et les vins.

À cette époque, les régimes alimentaires évoluent aussi fortement : c'est le début de l'engouement pour les nourritures grasses et les sauces. En effet, contrairement à une idée répandue, au Moyen-âge, on ne mangeait pas gras, les sauces étaient légères, acides - on utilisait du verjus -, très épicées, mais on n'utilisait pas de beurre et pas d'huile alors qu'au XIX<sup>e</sup> siècle, on commence à avoir cette attirance pour une nourriture riche, grasse et sucrée. Dans le même temps, on assiste à une chute brutale de la consommation de céréales, de tubercules et de légumes secs. On mange de moins en moins de pain, de riz, de pâtes, aliments simples et populaires, fournisseurs de calories pour les travailleurs de force. On leur préfère des plats plus sophistiqués. On constate depuis cette période une forte augmentation dans l'alimentation des produits considérés comme « nobles » : viande et produits laitiers, fruits et légumes frais, même si, récemment, la consommation des fruits et légumes, surtout frais, a stagné, voire diminué, alors que la tendance se prolonge s'agissant des graisses et du sucre.

#### A - LA MISE EN ŒUVRE DES TECHNIQUES AGRICOLES MODERNES

Comme cela a déjà été souligné, le passage de l'agriculture attelée traditionnelle à l'agriculture mécanisée constitue l'aspect le plus important du développement des forces productives à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Cette période a également été marquée par la mise au point et l'essor des techniques de sélection des plantes et des animaux qui ont été encouragés par la création des premiers concours agricoles.

Il convient également d'observer que l'application des sciences agronomiques à la pratique agricole requiert des agriculteurs formés et informés. Les paysans européens apprendront à lire et écrire à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle grâce notamment en France, à Jules Ferry qui fit adopter l'enseignement primaire gratuit, laïc et obligatoire. À ce titre les instituteurs, les fameux « Hussards noirs de la République » selon Charles Péguy, joueront un rôle important dans l'évolution du monde rural. L'enseignement agricole facilitera l'action des services de vulgarisation (conférences, cours d'hiver, champs de démonstration).

Simultanément, les firmes fabriquant des engrais chimiques et des produits phytosanitaires ou du matériel agricole développèrent une propagande active en faveur de leurs produits. Sociétés d'agriculture et comices agricoles encouragèrent l'augmentation des rendements et l'amélioration de la qualité de la production, notamment par la généralisation des concours agricoles.

Formation et information des agriculteurs contribuèrent peu à peu au changement des mentalités et au triomphe de la nouvelle agriculture. Sciences et pratiques se rapprocheront pour permettre à l'agriculture de devenir progressivement plus productive.

#### B - LA RÉVOLUTION DES TRANSPORTS

Le XIX<sup>e</sup> siècle vit le triomphe du chemin de fer, du bateau à vapeur, puis, le XX<sup>e</sup> siècle celui de l'automobile. La révolution des transports s'accompagna de celle de la maîtrise du froid avec le développement des transports frigorifiques. Le transport à grandes distances des denrées agricoles pondéreuses et périssables devint dès lors possible, et le coût des transports s'abaisa considérablement.

La révolution des transports jeta les bases de la création de grands marchés nationaux (Halles centrales de Paris) et du renforcement de la spécialisation régionale de la production, puis des grands marchés internationaux et de la division internationale de l'activité agricole.



#### C - VERS LA MONDIALISATION DE L'ÉCONOMIE

La révolution des transports, la croissance du pouvoir d'achat des consommateurs européens, la colonisation européenne, les flux migratoires à partir de l'Europe, le libre échange, conduiront à la mondialisation de l'économie alimentaire. Il en résultera une croissance spectaculaire de la production des pays jeunes (États-Unis, Canada, Australie...), de l'agriculture de plantation, et donc de la concurrence entre les pays jeunes et ceux du Vieux Continent, et entre produits d'origine tropicale et tempérée.

La consommation alimentaire se diversifie, notamment par une utilisation croissante de produits tropicaux (café, cacao, thé, huiles et fruits tropicaux). Après la révolution alimentaire du Néolithique puis celle de la Découverte, l'Europe connaît sa troisième grande révolution alimentaire. Les produits tropicaux non alimentaires connaissent aussi un important développement (textiles, caoutchouc...).

#### D - FORMATION ET DÉVELOPPEMENT DE L'AGRO-INDUSTRIE

La double révolution agricole et industrielle, qui se produit en Angleterre au XVIII<sup>e</sup> siècle, jette les bases de la formation de l'agro-industrie, et modifie radicalement les conditions de l'agriculture et de l'alimentation<sup>3</sup>.

Les industries alimentaires se substituèrent d'abord à l'agriculture dans la transformation des produits agricoles (exemple : substitution du beurre industriel au beurre fermier) puis, plus récemment, elles remplacèrent le travail domestique alimentaire par la production d'aliments tout prêts.

Au stade du système alimentaire agro-industriel, l'agriculture demeure la base irremplaçable de l'alimentation. Sur cette base s'édifie une superstructure industrielle et commerciale, qui, à terme, représente une part beaucoup plus importante que l'agriculture au sens strict, dans les dépenses alimentaires du consommateur.

#### E - L'AVÈNEMENT DE LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION DE MASSE

Le salaire de deux heures de travail du manœuvre urbain permettait d'acheter un kilo de céréales au XVIII<sup>e</sup> siècle : il suffit, de nos jours, de cinq minutes pour le faire.

Cette prodigieuse évolution du prix réel des céréales explique l'émergence de la société de consommation de masse. Celle-ci résulte du développement scientifique, de la nouvelle agriculture, de l'accroissement de la productivité, de la contribution de l'industrie à la production alimentaire, de l'essor des échanges internationaux et des progrès de la distribution alimentaire, de la croissance du pouvoir d'achat. Cependant, la consommation de masse ne signifie ni alimentation égalitaire, ni même alimentation nutritionnellement satisfaisante. Elle signifie l'accès du plus grand nombre aux grands marchés alimentaires... Les hypermarchés deviendront les cathédrales de la société de consommation.

---

<sup>3</sup> [http://www.museum.agropolis.fr/pages/expos/fresque/zm\\_mod15b.htm](http://www.museum.agropolis.fr/pages/expos/fresque/zm_mod15b.htm)

Si les sociétés de l'Europe de l'Ouest ont atteint le stade de la consommation de masse, dans aucune de ces sociétés pourtant, la faim n'a été totalement éliminée. Cinq à dix pour cent de la population des sociétés riches vit en état quasi-permanent de sous-consommation alimentaire. De même, la plupart des pays en développement en sont au stade de la société de pauvreté de masse. Sous-consommation, disettes et parfois famines caractérisent toujours et encore les sociétés les plus pauvres.

## CHAPITRE II

### LES ÉVOLUTIONS RÉCENTES DE L'AGRICULTURE ET DE LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES

#### I - LES SIGNES OFFICIELS

##### A - GÉNÉRALITÉS<sup>4</sup>

Le patrimoine alimentaire français repose sur une formidable diversité de produits, issus de sols, de climats, de cours d'eau, de rivages maritimes, de savoir-faire... en un mot, de terroirs, extrêmement variés.

Cette diversité géographique et climatique confère à la France une spécificité pratiquement unique au monde. Dans un seul pays, des climats très différents et des sols d'une incroyable variété composent un puzzle de terroirs sans équivalent.

Les hommes ont su valoriser cet espace, en adaptant leurs pratiques aux lieux, et les lieux à leurs besoins. Ils ont ainsi peu à peu acquis des savoir-faire que la transmission de génération en génération a rendus progressivement traditionnels.

De plus, à partir de cette grande richesse, la France a su, de longue date, développer des démarches destinées à garantir la qualité et la différenciation de ses produits. Elle est ainsi l'inventeur du concept d'Appellation d'origine contrôlée (AOC). Synonymes de conformité, de traditions, donc de plaisir pour le consommateur, les Signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) font totalement partie intégrante de la culture alimentaire et du patrimoine gastronomique français, reconnus et appréciés dans le monde entier. C'est une des raisons qui ont récemment incité la France à demander que sa gastronomie et plus particulièrement que ce que l'on nomme le « repas à la française », c'est-à-dire un ordonnancement de plats, une association de mets et de vins et certaines règles relatives au service, bien établis, soit classé par l'UNESCO au patrimoine mondial de l'humanité.

La France est le pays du fromage : avec plus de mille variétés différentes, du plus doux au plus fort, chaque région, voire chaque ville ou village de France possède son fromage. Elle est aussi celui des vins : la diversité des cépages, associée à celle des sols, des conditions climatiques et des techniques vitivinicoles, offrent au vignoble français, variété et richesse. Parmi les vins de France, on dénombre 476 vins d'appellation AOC et 152 vins de pays.

---

<sup>4</sup> Le texte qui suit s'inspire des propos tenus par Mme Marion Zalay, directrice de l'Institut national de l'origine et de la qualité, au cours de son audition auprès de la section de l'agriculture et de l'alimentation du CESE en date du 22 avril 2009.

Quelques chiffres clés :

- 45 % de la production viticole française et 18 % de la production de fromages affinés sont sous AOC ;
- 80 Indications géographiques protégées (IGP) sont enregistrées en France, notamment des volailles et des fruits et légumes.

L'attribution d'un signe officiel de qualité repose sur des caractéristiques et des garanties vérifiées et certifiées par l'État. Il existe également des mentions valorisantes telles « pays », « fermier » ou encore « montagne » qui relèvent d'une autre réglementation.

À la différence de la mention Agriculture biologique (AB), dont l'obtention découle d'un choix individuel pour chaque producteur, d'un engagement personnel de l'agriculteur dans le respect d'un cahier des charges, la création d'un signe officiel de qualité résulte de la démarche volontaire collective d'un ensemble d'agriculteurs, regroupés pour faire reconnaître et différencier leur production. Ces démarches constituent des leviers efficaces en termes de création de valeur et de richesse car elles répondent aux attentes de nombreux consommateurs inquiets face à une éventuelle globalisation de l'agriculture qui conduit à la standardisation des produits, et suspicieux quant à leur origine et leurs modalités de production. Ceci explique le succès croissant de ce type de produits.

## B - LES DIFFÉRENTS SIGNES DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITÉ

### 1. Les appellations d'origine

La qualité liée à l'origine est à la base de la construction et de l'histoire de l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO).

L'appellation d'origine constitue un signe d'identification de la qualité et de l'origine, reconnu depuis 1905 en France, depuis 1958 sur le plan international et depuis 1992 au niveau européen, sous le terme Appellation d'origine protégée (AOP) qui s'est substituée à l'AOC depuis mai 2009. Le concept d'AOC a été reconnu officiellement pour le secteur des vins et eaux de vie en 1935, année de la création de l'INAO. La loi du 2 juillet 1990 a étendu ce concept à l'ensemble des produits agricoles et alimentaires, et procédé à une harmonisation du régime juridique des appellations d'origine, dont la reconnaissance et la protection ont été confiées à l'INAO.

Ces appellations, promesses d'un lien très étroit avec le terroir, sont une caractéristique unique, que la France a inventée et qu'elle a su exporter dans le monde. En Europe, l'indication géographique protégée, bien que différente dans son mode de fonctionnement, repose elle aussi sur un lien avec le terroir de production.

La production d'AOC concerne environ 120 000 exploitations agricoles, soit plus de 20 % du nombre total, et représente un chiffre d'affaire de plus de vingt milliards d'euros. Près de 500 AOC sont reconnues pour les vins et eaux de vie, 42 AOC reconnues pour des fromages, crèmes et beurre et 21 AOC reconnues pour les autres produits.

Ces appellations liées à l'origine des produits ont un caractère inaliénable, non transposable, et surtout, non délocalisable. Elles sont le fruit d'une alchimie complexe entre un milieu naturel et son histoire : la résultante d'un climat, d'un sol, d'un paysage et de la manière dont l'homme a pu y construire un savoir-faire.

## **2. L'indication géographique protégée**

Créée en 1992 par la Communauté européenne, l'IGP fait partie des signes de qualité et d'origine mis en place pour protéger les produits agro-alimentaires des imitations et de la concurrence déloyale. L'IGP identifie les produits rattachés à un terroir donné et qui bénéficient d'une certaine notoriété. Le lien avec le terroir doit être établi à un des stades au moins de la production, de la transformation ou de l'élaboration du produit. Toutefois, il n'est pas nécessaire que toutes les phases de son élaboration soient corrélées à la zone géographique de référence. C'est aux producteurs d'élaborer le cahier des charges pour justifier du lien avec le terroir et de la notoriété du produit. La demande est étudiée par l'autorité nationale compétente avant d'être transmise à la Commission européenne. Ce signe de qualité concerne les produits alimentaires (excepté les vins et boissons spiritueuses) et les produits agricoles non alimentaires comme les huiles essentielles par exemple. La plupart des produits qui bénéficient de ce logo sont des produits originaires de l'Union européenne. Depuis avril 2006, les producteurs des pays tiers peuvent également demander une telle reconnaissance.

## **3. Le label Rouge**

Il vise à assurer aux consommateurs un produit de qualité supérieure. Les produits (légumes, fruits, viandes de toutes les espèces) détenteurs de ce label sont en effet vérifiés régulièrement au moyen de tests hédoniques, puis soumis à des contrôles. Le label Rouge est souvent assimilé par le consommateur à une véritable marque.

Créé par la loi d'orientation agricole de 1960, le label agricole est une certification qui atteste qu'un produit agricole ou une denrée alimentaire possède un ensemble distinct de qualités et de caractéristiques spécifiques préalablement fixées dans un cahier des charges.

Ce produit doit se distinguer des produits courants similaires, notamment par ses conditions particulières de production et de fabrication ainsi que par ses qualités gustatives.

Le label national est désigné sous le vocable « label Rouge », du nom de la marque collective qui l'illustre de façon obligatoire et qui est la propriété du ministère de l'Agriculture. Bien que ne pouvant plus être attribués depuis 1994, subsistent également six labels régionaux qui couvrent plusieurs produits traditionnels ou représentatifs de leur région. Tout label est détenu par une structure collective qui rassemble les opérateurs de la filière concernée, communément qualifiée de « groupement qualité ».

Lors de la demande de label, le produit doit apporter la preuve de sa qualité supérieure, notamment par des analyses sensorielles. Le cahier des charges fait l'objet d'une consultation publique, d'une expertise réalisée par des personnalités qualifiées issues des instituts de recherche et des instituts techniques professionnels.

Le positionnement « haut de gamme » du label rend indispensable une réactualisation périodique des critères de labellisation pour tenir compte des évolutions techniques et de l'amélioration du niveau des produits courants, afin de maintenir un écart significatif avec ces derniers. Tel est notamment l'objet des notices techniques nationales définissant pour une catégorie de production donnée les critères minimaux à respecter par les cahiers des charges des labels.

De telles notices techniques ont ainsi été établies pour les productions de poulets, pintades, dinde, chapons, canards, oies, foie gras, viande de gros bovins, veaux, viande de porc, charcuteries et salaisons...Vingt-cinq organismes certificateurs sont agréés pour délivrer un label, pour des catégories de produits données.

Quelques chiffres : parmi les quelque 420 labels homologués à ce jour, les produits les plus représentés sont ceux du secteur des volailles (40 % des labels), des viandes (20 %) et des charcuteries-salaisons.

#### **4. L'agriculture biologique**

Dans le cas de l'**Agriculture biologique** (AB), la mention ne garantit que des modes de production plus respectueux de l'environnement, interdisant notamment l'utilisation de produits chimiques de synthèse, et du bien-être animal et non la qualité gustative du produit ou son origine géographique. Pour bénéficier de la mention AB, les produits transformés doivent être composés d'au moins 95 % d'ingrédients d'origine bio.

Si les principes de l'agriculture biologique ont été introduits en France après la Seconde Guerre mondiale, sa première officialisation remonte à la loi d'orientation agricole de 1980. Le terme « agriculture biologique » apparaît ensuite dans le règlement européen n° 2092/91 du 24 juin 1991 qui reconnaît officiellement ce mode de production, mais ne concerne que les productions végétales. Le règlement CE n° 1804/99 du 19 juillet 1999 vient ensuite compléter la réglementation européenne du mode de production biologique pour y inclure les productions animales. Ce règlement européen pour les productions animales biologiques est entré en application le 24 août 2000. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009, l'ensemble de la réglementation concernant l'agriculture biologique est harmonisé sur le territoire européen.

Le contrôle des conditions de production, de transformation et d'importation est réalisé par six organismes certificateurs agréés.

### **5. La spécialité traditionnelle garantie**

Le dernier-né de la réglementation communautaire est la **Spécialité traditionnelle garantie (STG)** instituée par le règlement n° 509/2006 du Conseil du 20 mars 2006. Elle ne fait pas référence à une origine mais a pour objet de mettre en valeur une composition traditionnelle du produit, ou un mode de production traditionnel, reconnu et protégé. Il n'y a pas encore de produits qui bénéficient de cette reconnaissance en France mais plusieurs dossiers ont été déposés dont, par exemple, un pour l'échalote traditionnelle. En Espagne, le jambon « Serrano » a obtenu cette appellation.

Tels sont les différents types de dispositifs de reconnaissance de la qualité qui existent que les consommateurs connaissent et appréhendent plus ou moins bien. Leur information et leur confiance doivent être fondées sur des critères à la fois objectifs et compréhensibles.

### **C - LA RÉFORME DE L'INAO**

La récente réforme de l'INAO revêt une importance particulière car elle s'inscrit dans cet objectif de renforcement de la compréhension et de la confiance des consommateurs. Les changements intervenus visent à améliorer la structuration et les moyens que se donnent les producteurs et l'État pour leur apporter toutes les garanties souhaitables.

Tout d'abord, les cahiers des charges ont été reformatés et mieux formalisés. Ils doivent désormais comprendre un descriptif extrêmement précis du mode de production et des contraintes choisis par les opérateurs, - les producteurs, les transformateurs ou élaborateurs. Ces cahiers des charges constituent des formes de contrats passés entre les communautés de producteurs et leurs clients, plus généralement les consommateurs qui sont au cœur du dispositif et de toutes les attentions. Cette réforme a pour objet de mieux répondre à leurs aspirations.

De plus, une des grandes innovations de la réforme est la création des organismes de défense et de gestion, - héritiers des syndicats de défense -, qui se sont vu confier des missions d'intérêt général (la valorisation, le respect des pratiques, l'application des procédures et prescriptions de l'État et de l'Institut) ainsi qu'une responsabilité très grande de contrôle interne. Cela doit permettre d'asseoir cette mission très particulière de responsabilisation et de contrôle du respect du cahier des charges.

Enfin, la réforme a introduit dans le cadre de l'AOC le contrôle tiers : celui-ci impose un contrôle d'une part à toutes les étapes de l'élaboration du produit, et non pas seulement lorsqu'il est prêt, d'autre part, un contrôle permettant de vérifier que celui-ci présente toute les caractéristiques promises par le signe de qualité. Ce contrôle doit être effectué par un organisme tiers, agréé par l'INAO et accrédité par le Comité français d'accréditation (COFRAC). C'est une novation importante en termes d'externalisation et de caractère

indépendant du contrôle. Le Conseil des aliments et de contrôle a pour tâche de valider les plans de contrôle et de familiariser l'ensemble des acteurs à ces nouvelles pratiques.

Cahier des charges, discipline et responsabilisation des professionnels, tel est le triptyque destiné à apporter au consommateur des garanties particulières, lui permettant de s'assurer que les promesses que véhiculent les produits, via cette segmentation et cette différenciation, sont tenues et vérifiées, et que les professionnels comme l'État s'y engagent.

#### D - L'IMPACT DES SIGNES DE QUALITÉ

Une question essentielle porte sur l'impact des signes officiels de qualité en matière à la fois de maintien d'une agriculture pourvoyeuse de produits de qualité et par conséquent de préservation de la gastronomie. Pour y répondre, il convient tout d'abord d'observer qu'ils constituent un levier privilégié dans de nombreuses régions, grâce à la segmentation et la création de valeur attachée à ces produits, pour permettre à certains agriculteurs de poursuivre leur activité, en démontrant ainsi que les marchés globalisés<sup>5</sup> ne sont pas les seuls chemins vers la croissance et le développement.

Ensuite, les signes officiels de qualité constituent un formidable outil de protection, nationale et communautaire, non seulement du nom des produits et des dénominations géographiques, mais également des aires de production, ce qui est très important dans un contexte de forte pression urbanistique.

Les signes officiels de qualité permettent de fournir aux TPE/PME des produits pour lesquels les professionnels et l'État assurent collectivement non seulement le dépôt de leur appellation, c'est-à-dire leur « marque », mais aussi leur défense et leur promotion. Ce dispositif permet au tissu économique, agroalimentaire et touristique, de profiter de cette reconnaissance, mutualisée et largement supportée par l'ensemble de la collectivité des producteurs et des utilisateurs.

Sur ce point, par exemple, on peut évoquer un projet actuellement à l'étude au niveau communautaire qui vise à reconnaître et à protéger l'élevage de tradition du bœuf à l'herbe, - tradition largement répandue en France et en Europe -, auquel la France est très attachée car il est très symbolique, et qui est également soutenu par les Anglais et les Irlandais.

Les objectifs attendus des signes officiels de qualité sont nombreux, notamment le développement de l'agriculture et le maintien de sa diversité en particulier dans les territoires difficiles, l'un d'entre eux est d'ailleurs très clairement exprimé dans le Code rural : « l'harmonieuse et la juste répartition de la valeur dans la filière de production ». Par rapport à la marque privée dont la valeur de la marque se concentre souvent dans le prix final du produit, la grande force des signes officiels de qualité réside dans une répartition plus équilibrée de la valeur entre les différents maillons de la chaîne, sans que cela se traduise nécessairement par un produit plus cher pour le consommateur. En effet, si

---

<sup>5</sup> Les marchés des matières premières sont regroupés sous le terme anglais « *commodities* ».



c'était le cas, les produits sous signes officiels de qualité et sous appellations ne seraient pas aussi nombreux dans les linéaires des grandes surfaces. De même, les fournisseurs des professionnels, tels que les magasins Métro, privilégient eux-aussi les produits sous signes de qualité que leurs clients, restaurateurs et petits commerçants, recherchent.

En général, la Grande distribution (GD) sait anticiper les attentes du consommateur, et ne laisse jamais de place, dans ses linéaires, pour un produit que celui-ci ne souhaite pas y trouver. Dans les supermarchés, on trouve de très nombreuses appellations, aussi bien pour les fromages, les vins, les viandes que les fruits et légumes ; la segmentation est un outil efficace et le consommateur fait parfaitement la différence entre les différentes catégories de produits. Ainsi par exemple, l'espace accordé aux appellations fromagères, ne s'est pas réduit. De même, lors de la récente bataille pour le maintien de l'appellation aux seuls camemberts au lait cru, on a constaté parmi leurs défenseurs, plusieurs enseignes de la grande distribution, y compris pour leurs produits sous marque de distributeurs.

S'agissant de la répartition de la valeur, l'exemple du Comté est significatif : le lait utilisé pour l'élaboration de ce fromage est payé aux producteurs jusqu'à 30 % plus cher que le lait standard. De plus, pour de nombreux produits, le différentiel de prix de vente final se répartit dans l'ensemble de la filière.

Pour expliquer, l'intérêt affirmé des consommateurs pour les SIQO, on peut invoquer différentes raisons.

Dans la période actuelle, marquée par de fortes inquiétudes et incertitudes, notamment au niveau économique mais aussi pour leur santé du fait de la succession des crises sanitaires, nos concitoyens sont demandeurs de repères et de garanties. Dans ce contexte, l'alimentation apparaît comme l'un des identifiants sociaux et culturels auxquels se raccrocher. C'est pourquoi, indépendamment du problème objectif des évolutions respectives des prix des denrées alimentaires et du pouvoir d'achat, on constate une appétence grandissante pour les produits de tradition qui offrent une traçabilité rassurante, non seulement pour des raisons sanitaires, mais aussi parce que le consommateur y trouve certaines racines et valeurs qu'il recherche.

Par ailleurs, les indications géographiques et autres SIQO constituent un enjeu fort dans le cadre de la bataille économique qui se joue notamment à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et qui oppose les tenants du libéralisme qui ne reconnaissent que les lois des marchés, pour des produits agricoles souvent de plus en plus standardisés, et ceux, notamment en France et dans d'autres États-membres, qui défendent la différenciation des produits et certains modèles d'agriculture. L'enjeu n'est donc pas seulement économique, il est aussi diplomatique car il emporte des choix culturels et alimentaires.

## II - LES NOUVEAUX MODES DE PRODUCTION

Le modèle agricole qui prévaut encore en France a été façonné pour l'essentiel depuis les années cinquante dans le cadre d'une politique agricole, visant l'obtention de gains de productivité et la redistribution ainsi que le soutien à l'agriculture familiale. Composante essentielle du boom économique d'après-guerre, cette politique devenue politique agricole commune s'est largement appuyée sur un ensemble de réformes organisant le financement d'une nouvelle révolution agricole (révolution verte) dont on connaît les bienfaits à de nombreux égards.

Cependant, tout au long des trente dernières années, ce modèle a été confronté à des problèmes d'ordres divers : surproduction, volatilité des prix, crises sanitaires, impact environnemental..., qui ont conduit à la mobilisation d'acteurs jusqu'alors étrangers au débat sur l'agriculture. Celle-ci a contribué à la recherche et à la mise en place de nouveaux modes de production, plus efficaces et plus durables.

Dans cet objectif, la recherche scientifique, notamment publique, a joué un rôle déterminant afin de mieux connaître et maîtriser les processus de développement des végétaux et des animaux et ainsi de mettre au point de nouvelles techniques qui se sont peu à peu développées. C'est le cas notamment des cultures hors-sol et de l'utilisation en agriculture, depuis une vingtaine d'années, des biotechnologies et du génie génétique.

Notons, par ailleurs, que l'INRA mène actuellement des programmes de recherche sur des modes de production « intégrés » qui font appel à des techniques alternatives, comme la lutte biologique ou l'utilisation de zones de compensation écologique, car ces méthodes peuvent être tout aussi efficaces d'un point de vue agronomique et plus respectueuses de l'environnement.

### A - L'AGRICULTURE RAISONNÉE

L'agriculture raisonnée est un mode de culture et d'élevage dont l'objectif premier est de minimiser les impacts négatifs de l'activité agricole sur l'environnement, notamment en réduisant la quantité d'intrants utilisés, en rationalisant la gestion des déchets et des effluents, et en optimisant l'usage de l'eau. En agriculture raisonnée, les agriculteurs n'interviennent que s'il le faut, au bon moment, en privilégiant l'observation et la référence à des indicateurs techniques indépendants.

À l'origine sans garanties officielles ni contrôle, elle est encadrée en France par une réglementation depuis avril 2002 ; son référentiel est cependant moins exigeant que celui de l'agriculture biologique.

## B - L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

L'agriculture biologique constitue un mode de production qui trouve son originalité dans le recours à des pratiques culturales et d'élevage, plus respectueuses des équilibres naturels. Ainsi, elle exclut l'usage des produits chimiques de synthèse, des Organismes génétiques modifiés (OGM) et limite l'emploi d'intrants. Elle s'attache au recyclage des matières organiques, à la rotation des cultures et à la lutte biologique. L'élevage, de type extensif, fait appel aux médecines douces et respecte particulièrement le bien être des animaux.

Tout au long de la filière, les opérateurs de l'agriculture biologique respectent un cahier des charges rigoureux qui privilégie les procédés respectueux des écosystèmes et non polluants.

Ce type d'agriculture est en adéquation avec les enjeux de développement durable. Les bénéfices que la société peut retirer de l'agriculture biologique sont multiples en termes de création d'activités et d'emplois, de préservation de la qualité des sols, de l'air et de l'eau, et de la biodiversité. Ce mode de production permet d'expérimenter des pratiques innovantes tenant compte de l'environnement et qui sont susceptibles d'être développées plus largement en agriculture. Ses modes de transformation privilégient la mise en valeur des caractéristiques naturelles des produits.

Fin 2008, 13 000 exploitations agricoles étaient engagées dans le mode de production biologique, sur une superficie de 552 824 hectares en bio ou en conversion, soit 2 % de la Surface agricole utilisée (SAU) nationale.

La France se situe à la cinquième position au niveau communautaire en termes de surfaces cultivées en agriculture biologique. En moyenne, depuis 1999, le marché des produits biologiques augmente de 10 % par an tous secteurs confondus. En termes de consommation, de plus en plus de Français s'intéressent à l'agriculture biologique et à ses produits. D'après la dernière enquête CSA/Agence BIO de janvier 2008, plus de quatre Français sur dix consomment des produits bio au moins une fois par mois, 23 % au moins une fois par semaine dont 6 % tous les jours. La dynamique de la demande appelle un développement de ce mode de production en France. Les principales productions concernées sont les fruits et légumes, les œufs, les produits laitiers (lait, fromages, yaourts, desserts lactés et beurre), le pain et la volaille.

## C - LES PRODUCTIONS HORS-SOL

L'agriculture hors-sol ou culture hydroponique (du grec *ponos* : effort et *hydro* : eau), est la culture de plantes réalisée sur substrat neutre et inerte (de type sable, pouzzolane, billes d'argile, etc.), régulièrement irrigué d'un courant de solution qui apporte les sels minéraux et nutriments essentiels à la plante. Ce procédé a de nombreux avantages : moindre consommation d'eau, croissance contrôlée et rapide, moins d'attaque de nuisibles du sol, meilleure maîtrise de la précocité ainsi qu'une forte automatisation.

Cette technique existe depuis la nuit des temps, les jardins suspendus de Babylone en représentent un des exemples parmi les plus illustres et les plus anciens. Les Aztèques mirent également au point une culture sur des sortes de radeaux faits de joncs et de roseaux recouverts d'une couche de limon grâce auxquels les racines des plantes plongeaient dans l'eau des lacs. La culture hors-sol que l'on connaît de nos jours est née au XIX<sup>e</sup> siècle en Allemagne. Ce n'est qu'en 1930 que Guericke produisit le premier système hydroponique commercial aux États-Unis.

Aujourd'hui, elle est pratiquée en agriculture sur plusieurs millions d'hectares dans le monde. Elle permet d'accélérer le processus de maturation et permet ainsi plusieurs récoltes par an. Un grand nombre des légumes frais et d'herbes aromatiques, qui sont cultivés en serre sont issus de cultures hors-sol. C'est également le cas de la majorité des fleurs coupées que l'on retrouve chez les fleuristes. Les cultures hors-sol se sont développées rapidement, car les rendements obtenus étaient supérieurs aux rendements des cultures traditionnelles, et les coûts s'en voyaient fortement diminués.

Les techniques utilisées pour la culture hydroponique continuent à évoluer rapidement pour aboutir aujourd'hui à l'aéroponie dans laquelle les racines des plantes ne sont en contact ni avec un milieu solide, ni même avec un milieu liquide, mais sont alimentées par un brouillard nutritif obtenu par brumisation, et depuis très récemment à l'ultraponie en utilisant les ultrasons.

Leur potentiel n'est plus à prouver car elles permettent d'obtenir des résultats impressionnants en faisant de grandes économies d'eau. Grâce à ces techniques on peut cultiver une multitude de végétaux tout en permettant d'utiliser pleinement leur potentiel génétique.

C'est pourquoi la culture hors-sol apparaît comme une des solutions envisageables pour résoudre les problèmes actuels et à venir de notre planète, liés au manque d'eau, à la sous-production agricole et à la malnutrition. De manière plus anecdotique, c'est aussi une des pistes privilégiées par les chercheurs pour les voyages spatiaux de longue durée, et la colonisation future de la Lune ou de nouvelles planètes comme Mars.

Toutefois ces méthodes ne présentent pas que des avantages notamment en termes de développement durable. L'adoption et le développement de ces types de cultures en agriculture industrielle apparaissent aujourd'hui limités à cause de l'importance des investissements nécessaires et des consommations électriques qu'elles génèrent. D'autre part, la recherche d'un meilleur rapport qualité/prix amène peu à peu une évolution des mentalités. De plus, Jean Ziegler de l'université de Genève a montré que ces modes de culture pouvaient avoir un impact négatif sur les biotopes et sur le commerce mondial, en particulier pour les agricultures des pays pauvres.

## D - LES BIOTECHNOLOGIES ET LE GÉNIE GÉNÉTIQUE

La plupart des méthodes modernes mises en œuvre dans le cadre de ce qu'on appelle génie génétique servaient essentiellement, encore très récemment, à améliorer et à accélérer les processus de sélection des meilleurs reproducteurs, tant pour les productions animales que végétales. Elles ne s'étaient pas véritablement substituées aux méthodes traditionnelles. Toutefois, elles sont aujourd'hui en train de le faire car les choses évoluent beaucoup plus vite que ce que les chercheurs prévoyaient il y a encore quelques années seulement.

Ainsi, le séquençage du génome et l'utilisation des marqueurs génétiques de l'ADN, servent à identifier et à caractériser les gènes présents dans les organismes vivants, ainsi que leurs propriétés. Par exemple, ils permettent d'observer l'effet d'un gène à des stades précoces de la plante, trois mois après le semis, sans avoir à attendre la récolte. De même, on peut grâce à eux connaître, avec une grande fiabilité, en examinant un embryon de veau quelles seront les futures qualités de reproducteur du taureau qu'il deviendra.

La transgénèse représente une étape supplémentaire car elle consiste à modifier la structure génétique des organismes en y introduisant un ou plusieurs gènes non présents à l'état naturel, pour créer des OGM, disposant de caractéristiques recherchées : résistance à la sécheresse ou aux insectes... Elle autorise ainsi des possibilités de croisements très diverses, alors que les méthodes classiques ne permettaient l'échange de gènes qu'à l'intérieur d'une même espèce ou entre des espèces relativement proches. Le clonage désigne la multiplication à l'identique d'un être vivant, c'est-à-dire avec conservation exacte du même génome pour tous ses descendants.

Ces nouvelles techniques qui évoluent extrêmement vite et se diffusent dans de nombreux pays, suscitent à la fois beaucoup d'espairs et d'inquiétudes. Pour certains, elles représentent des solutions d'avenir efficaces pour lutter contre les problèmes de la planète : malnutrition, changement climatique, atteintes à l'environnement. Pour d'autres, elles constituent une menace pour la santé, la biodiversité et les agriculteurs des pays pauvres.



## CHAPITRE III

### LA GASTRONOMIE FRANÇAISE

#### I - LA FRANCE BÉNÉFICIE D'UNE SITUATION PRIVILÉGIÉE QUI EXPLIQUE LA PLACE QU'Y OCCUPE LA GASTRONOMIE

En parcourant l'Hexagone, le touriste, étranger ou français, est toujours frappé par l'extrême diversité des paysages qui s'offrent à ses yeux. En quelques dizaines de kilomètres à peine, il passe, par exemple, des sommets alpins, à la vallée du Rhône avant de traverser la Camargue pour atteindre les rivages de la Méditerranée. Le constat est le même pour les Vosges et l'Alsace ou les Pyrénées, le Pays Basque et les Landes.

Ces paysages sans cesse changeants correspondent à des natures de terre, des climats, des reliefs très différents qui façonnent ce que l'on nomme les terroirs qui ont de tout temps abrité des flores et des faunes bien spécifiques. C'est sur ces différences que se sont progressivement construites des formes d'agriculture, d'élevage et de pêche, que l'on connaît encore aujourd'hui et qui permettent de disposer de matières premières abondantes et variées que la créativité des hommes transforme en une multitude d'aliments ou de boissons qui sont à l'origine de la richesse de la gastronomie française. La France est connue dans le monde entier comme le pays des vins et des fromages, comme l'illustrent les deux cartes jointes en annexe, mais chaque région possède aussi ses spécialités en matière de charcuterie (andouille de Guémené ou de Vire, jambon de Bayonne ou de Bigorre...), de confiseries (Bêtises de Cambrai, Nougat de Montélimar, Calissons d'Aix...) ou encore de pâtisserie (Madeleines de Commercy, Far breton...).

#### A - UNE PRODUCTION AGRICOLE CONJUGUANT, QUANTITÉ, QUALITÉ ET DIVERSITÉ

L'agriculture de la France métropolitaine compte aujourd'hui environ 500 000 exploitations qui emploient un peu plus d'un million de personnes. Elle dispose d'une surface agricole utile importante, 295 000 km<sup>2</sup> en 2003, soit 53,7 % du territoire et environ un demi-hectare par habitant, et bénéficie d'une situation géographique et climatique favorable à tous les types de cultures et d'élevage. Ces facteurs expliquent que la France soit devenue le premier pays agricole de l'Union européenne.

Les principales productions sont les céréales (blé, maïs) et le sucre, le vin, les produits laitiers, les fruits et légumes, les animaux et produits carnés.

Le tableau ci-après qui concerne l'année 2004, témoigne de la grande diversité des productions nationales ainsi que de leur importance en volume, au regard du rang qu'occupe la France au niveau mondial pour chacune d'entre elles.

Tableau 1 : Principales productions agricoles françaises

Produits	Volume (tonnes)	Rang mondial
Blé	39 641 000	5e
Betteraves	29 419 000	1er
Lait	24 200 000	5e
Maïs	15 743 000	5e
Orge	10 999 000	5e
Raisins	7 800 000	2e
P. de terre	6 900 000	10e
Colza	3 961 000	5e
Légumes	3 000 000	8e
Pommes	2 400 000	4e
Porc	2 100 000	7e
Bovins	1 850 000	7e
Triticale	1 842 000	3e
Pois sec	1 674 000	2e
Tournesol	1 456 000	6e
Poulets	1 200 000	9e
Œufs	1 010 000	8e
Tomates	855 000	22e
Dindes	625 000	2e
Avoine	594 000	14e

Source : FAO.

En outre, il convient de souligner qu'en y ajoutant les cultures originaires de l'outremer ainsi que d'autres productions, certes plus marginales en volume, mais néanmoins bien présentes, comme par exemple l'élevage de canards ou de lapins, les productions caprines et ovines, le riz et les plantes aromatiques ou encore la bière, la France dispose à la fois en qualité et en quantité des ingrédients nécessaires à la réalisation d'une palette extraordinaire de recettes culinaires.

#### B - LES PRODUITS DE LA MER ET DE LA PÊCHE : UNE RICHESSE POUR LA FRANCE

Outre une grande superficie de terres agricoles fertiles, la France métropolitaine dispose d'un littoral de 5 500 km, extrêmement varié. En matière de faune, il existe en effet un grand contraste entre la Méditerranée, la Manche ou encore la mer du Nord, où les côtes rocheuses alternent avec les étendues sableuses et les zones d'estuaires.

De plus, grâce à l'Outre-mer, la France bénéficie d'une Zone économique exclusive (ZEE) considérable, d'environ onze millions de km<sup>2</sup>, la deuxième au monde après celle des États-Unis. Il s'agit d'une zone qui s'étend au-delà de la mer territoriale (douze milles marins au-delà des côtes) jusqu'à 200 milles marins, l'État côtier y a des « droits souverains », notamment en matière de pêche. La ZEE française représente 8 % du total de la ZEE mondiale alors que notre pays ne représente que 0,45 % de la superficie des terres émergées du globe.



S'agissant des eaux douces, on note également des ressources halieutiques à la fois nombreuses et variées : on évalue à environ 500 000 km la longueur des quelque 4 500 cours d'eau qui sillonnent notre pays, torrents des montagnes ou fleuves et rivières plus paisibles dans les plaines. Il convient d'y ajouter les nombreuses étendues d'eau douce ou saumâtre, elles aussi très diversifiées : grands lacs naturels et profonds des Alpes, barrages artificiels, étangs des Dombes, de Sologne, de Camargue ou des Landes.

La diversité et la richesse de la faune qui peuple ces différents biotopes ont permis pendant longtemps d'assurer un approvisionnement abondant tant quantitativement que qualitativement en poissons bien sûr, mais également en coquillages et crustacés grâce à la pêche sous toutes ses formes mais aussi à l'aquaculture pratiquée de longue date, d'abord en étang, notamment à l'initiative des moines pour assurer l'alimentation durant les périodes de Carême.

Le niveau de consommation en France en poissons, crustacés et mollusques est d'environ 35 kg par an et par personne, tous types de présentation confondus (produits frais, surgelés, en conserves ou en plats préparés). Les principales espèces consommées sont le thon, le saumon, le lieu, le cabillaud, la sardine, la truite, les moules et les huîtres et enfin les coquilles Saint-Jacques et les crevettes.

- La pêche maritime :

Avec 63 ports de pêche et 41 criées, 394 entreprises de mareyage et de transformation des produits de la mer, la filière pêche - du navire au consommateur - est un secteur important au plan économique en France.

Au 31 décembre 2007, la flotte française des navires de pêche en activité comptait 7 631 navires actifs (dont 5 187 en métropole et 2 444 en Outre-mer) qui emploient plus de 25 000 marins. Elle représentait 9 % de la flotte européenne et 15 % de sa puissance. Elle est composée majoritairement de bateaux de moins de douze mètres.

La pêche française se caractérise par sa grande diversité portant à la fois sur les moyens de production, les métiers, les zones de pêche et les marchés : du « ligneur » de huit mètres pratiquant la pêche à la ligne du bar dans le raz de Sein, au thonier sennear congélateur de 85 mètres capturant le thon dans l'océan Indien.

Le chiffre d'affaires des pêches maritimes a atteint 1,725 milliard d'euros en 2007 (y compris les DOM) correspondant à une production de 727 067 tonnes de poissons, crustacés, mollusques et autres produits de la mer répartis en :

- 459 239 tonnes de poissons, dont 50 000 pour l'Outre-mer, pour une valeur de 1,1 milliard d'euros ;
- 269 289 tonnes de crustacés, coquillages, céphalopodes pour une valeur de 627 millions d'euros.

Près de 5 500 personnes travaillent dans le secteur du mareyage qui compte 324 entreprises pour un chiffre d'affaires de 1,7 milliard d'euros. Ces entreprises, pour la plupart de petite taille, sont principalement implantées sur les façades de la Manche et de la Bretagne.

Chaînon indispensable de la filière, les mareyeurs achètent à la criée le poisson qui, après avoir été nettoyé, trié, étêté, fileté est conditionné et emballé pour partir sur les étals des poissonniers, des grandes surfaces ou dans les cuisines des restaurants.

Enfin, il existe 287 entreprises de transformation, représentant environ 13 000 salariés et réalisant un chiffre d'affaires annuel. Elles assurent la préparation sous différentes formes des produits de la mer :

- surgélation, procédé découvert en 1929 par Clarence Bridseye ;
- appertisation (thon ou sardines en boîte par exemple), invention de Nicolas Appert en 1795, basée sur l'application conjointe de deux principes : destruction des microorganismes par la chaleur, et emballage en récipient étanche ;
- surimi, issu d'une technique utilisée depuis quatre siècles par les femmes de marins japonais ;
- ou encore poissons fumés, séchés et salés.

- L'aquaculture :

Née en Égypte et en Chine au IV<sup>ème</sup> millénaire avant Jésus-Christ, l'aquaculture regroupe, d'une part, la conchyliculture (ostréiculture et mytiliculture), et d'autre part, les piscicultures continentale et marine.

Il existait 4 150 entreprises aquacoles en 2002 en France métropolitaine (hors pisciculture en étang) dont 3 720 spécialisées dans l'élevage des coquillages. Ensemble elles ont réalisé, pour les ventes au stade de la consommation, un chiffre d'affaires d'environ 533 millions d'euros. Celui de la conchyliculture est estimé à 371 millions d'euros en 2002. La région Poitou-Charentes, avec 44 % des ventes finales et 33 % de la production d'huîtres demeure au premier rang devant la Bretagne et la Normandie.

Premier producteur d'huîtres de l'Union européenne, la France est le troisième producteur mondial de truites, après le Chili et la Norvège. Elle se place au second rang de l'UE pour l'ensemble de l'aquaculture derrière l'Espagne et devant l'Italie.

#### C - UN SECTEUR AGROALIMENTAIRE DIVERSIFIÉ ET PUISSANT

La production agricole nationale abondante et variée a tout naturellement conduit à la création dans toutes les régions, de nombreuses entreprises, initialement à caractère purement artisanal, visant à la transformation des produits de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche, en aliments et boissons, en valorisant les produits locaux et en utilisant des modes de préparation traditionnels, notamment dans les domaines de la charcuterie, des fromages, de la biscuiterie ou encore des jus de fruits, des vins et des alcools.

Progressivement certaines d'entre elles se sont développées pour devenir de véritables industries largement tournées vers l'exportation.

C'est ainsi que la France est aujourd'hui la troisième puissance agricole mondiale et le premier producteur européen de produits agricoles et agroalimentaires. Le secteur agroalimentaire national occupe la seconde place mondiale derrière les États-Unis et constitue le premier secteur industriel national qui génère la première valeur ajoutée industrielle nationale, environ 29 milliards d'euros soit près de 15 % de toute l'industrie française. En 2007, elle a connu une forte progression de son chiffre d'affaires (+ 7 %) pour atteindre 154 milliards d'euros. Elle devance d'autres activités industrielles de premier plan comme la métallurgie et la construction automobile. Elle contribue directement pour un peu moins de 2 % à la formation du produit intérieur brut français et exerce une action positive, avec 7 % du total, sur les exportations de la France et sur son déficit commercial. Les échanges agroalimentaires ont dégagé un excédent annuel de sept milliards d'euros en 2007.

L'agriculture et le secteur agroalimentaire constituent par conséquent des atouts essentiels pour la France. L'agroalimentaire contribue ainsi fortement à la santé de l'économie française et occupe la première place au sein de l'Union européenne avec un cinquième de la valeur ajoutée du secteur.

L'appellation « industries agroalimentaires » apparaît réductrice pour qualifier ce secteur qui avec ses 13 000 entreprises, est constitué de très grands groupes mais aussi d'une multitude de petites entreprises, souvent familiales, réparties sur l'ensemble du territoire (70 % ont moins de 20 salariés et seules 5 % ont plus de 250 salariés). Dans leur définition la plus large, incluant notamment les activités artisanales et commerciales de charcuterie et de boulangerie-pâtisserie, elles emploient près de 560 000 personnes, salariées ou non et fournissent une extrême diversité de produits tant industriels qu'artisanaux.

C'est la place de la transformation des produits de l'élevage qui distingue surtout l'industrie agroalimentaire française de ses voisines européennes. Avec 36 % du total des entreprises, les première et deuxième transformations de la viande et du lait rassemblent 46 % de l'emploi agroalimentaire total et le tiers environ de la valeur ajoutée et des exportations directes. L'industrie des boissons et les nombreuses autres activités (boulangeries-pâtisseries industrielles, biscuiteries-biscotteries, sucreries, chocolateries-confiseries, etc.) constituent les autres pôles majeurs. Elles regroupent 42 % des entreprises, 35 % des salariés et du chiffre d'affaires et réalisent près de la moitié de la valeur ajoutée totale. Les autres filières (industrie du poisson, des fruits et légumes...) ont comparativement une importance moindre.

Les coopératives qui interviennent principalement dans le domaine vitivinicole sont à l'origine d'environ 7 % de l'emploi et 9 % du chiffre d'affaires des unités considérées.

Fidèles à leurs traditions, au terroir et à la qualité, les entreprises agroalimentaires françaises sont aussi modernes et innovantes, facteurs clés de dynamisme et de compétitivité. 60 % d'entre elles innovent et consacrent en moyenne 7 % de leur chiffre d'affaires au financement d'actions de recherche et développement. Ces dépenses progressent deux fois plus rapidement que dans les autres secteurs, permettant ainsi de lancer plus de 1 500 nouveaux produits chaque année. Par exemple, en 2007, l'industrie laitière a créé à elle seule 184 nouveaux produits, dont 82 préparations fromagères et 78 dans le secteur des ultra-frais.

La mise au point de nouveaux produits est indispensable. En effet, comme dans tous les pays, le marché de l'alimentaire français est en mutation permanente. Il suit les grands mouvements de société : urbanisation, mutations de populations (métissage, vieillissement...), développement durable (respect de l'environnement...), nouvelles attentes des consommateurs (coût, praticité, impact sur la santé...), etc.

## II - LA GASTRONOMIE : UN ATOUT MAJEUR POUR LA FRANCE

Avec le nectar comme boisson et l'ambrosie comme aliment, que Zeus, selon Homère, servait aussi à ses chevaux, le menu d'immortalité des dieux de l'Olympe, éternellement identique, était assez riche pour échauffer leurs passions, mais offrait moins de variété que le modeste et frugal *prandium* des mortels de la Rome Antique. La variété et l'abondance des mets, qu'apprécie le gourmand et que promet le gastronome, est un bien désirable, un attribut de la richesse et du pouvoir, dès l'aube des civilisations. Ce désir surmonte bien des obstacles, en particulier ceux de l'histoire et de la géographie, affronte bien des vents et des injonctions contraires, y compris celles de l'ordre social du temps et du lieu : comme cela a été rappelé, les hommes et les femmes qu'il contraint aux tâches les plus ingrates ne peuvent souvent accéder qu'à une nourriture si médiocre qu'elle suffit à peine à leur survie.

### A - LA RECONNAISSANCE DES « ARTS DE LA GUEULE », UNE LONGUE HISTOIRE CONTRARIÉE PAR LA THÉOLOGIE

Ni modestes, ni frugaux, comme en témoignent les descriptions de Pétrone dans son « Satiricon », les banquets des mortels déploient leurs rites et leurs fastes dès l'antiquité.

C'est à l'héritage de la Gaule, indique Jean-Robert Pitte<sup>6</sup>, où l'on ne pouvait séparer la bonne chère de la vie politique et sociale, que la France doit aujourd'hui d'accorder tant d'attention et de valeur aux arts culinaires.

Les enluminures illustrent ceux du Moyen-âge, où l'on préfère parfois à la qualité gustative des mets leur mise en scène, comme ces grands oiseaux, paons, cygnes et oies sauvages recouverts de leurs plumes. C'est ce même Moyen-âge qui lègue à l'histoire deux manuscrits essentiels à la connaissance des usages de

---

<sup>6</sup> Catherine Dumas ; *Les arts culinaires : patrimoine culturel de la France* ; rapport du Sénat n° 440, juillet 2008.

la table, des plaisirs et des recettes des XIV<sup>e</sup> et XV<sup>e</sup> siècles : *le Mesnagier de Paris et le Viandier de Taillevent*.

Au XVII<sup>e</sup> siècle, simple exemple parmi d'autres, Nicolas de Bonnefons, valet de chambre du roi, publie *Les délices de la campagne, où est enseigné à préparer pour l'usage de la vie tout ce qui croît sur terre et dans les eaux*. Cet ouvrage fera l'objet de nombreuses éditions et rééditions à partir de la première, en 1654. Bonnefons, qui limite l'emploi des épices comme la cannelle, ou du gingembre dont on usait largement depuis la Renaissance, recommande l'emploi des légumes, cuits avec leur peau, et de viandes et poissons dont on ne dénature pas le goût par l'abus des condiments. L'ordonnement de la table et du service obéit à des règles strictes : les couverts sont placés sur la table « à la distance l'un de l'autre l'espace d'une chaise... que la nappe traîne jusques à terre de tous côtés ». Le repas, s'il est servi à des personnes de haute condition, peut compter six services, auquel cas le maître d'hôtel « donnera ordre que l'on change les assiettes au moins à chaque service, et les serviettes de deux en deux ».

Élément du patrimoine national autant qu'européen, cet ensemble de techniques, de savoir-faire, s'est développé entre économie domestique, diététique, recettes de cuisine et règlement du service des métiers de bouche sans réelle théorisation de ces traditions, sans que ces connaissances fassent l'objet d'un discours destiné à en faire apparaître l'unité. Montaigne, certes, les désigne sous le terme de « science de gueule », mais c'est pour mieux ironiser<sup>8</sup> sur la relation qu'un maître d'hôtel lui fait « de sa charge » : « Il m'a fait un discours de cette science de gueule avec une gravité et contenance magistrale, comme s'il m'eut parlé de quelque grand point de Théologie. Il m'a déchiffré une différence d'appétits... les moyens tantôt de lui plaire simplement, tantôt de l'éveiller et piquer ; la police de ses sauces, premièrement en général, et puis particularisant les qualités des ingrédients et leurs effets ; les différences des salades selon leur saison ; celle qui doit être réchauffée, celle qui veut être servie froide, la façon de les orner et embellir pour les rendre encore plaisantes à la vue. Après cela, il est entré sur l'ordre du service, plein de belles et importantes considérations, et tout cela enflé de riches et magnifiques paroles, et celles même qu'on emploie à traiter du gouvernement d'un Empire ».

Est-ce parce que les arts culinaires renvoient à l'univers de la gourmandise, l'un des sept péchés capitaux et péché de chair, avec la luxure ? Ceux qui le commettent sont, chez Dante, voués au troisième cercle de son Enfer, lequel, il est vrai, en comporte neuf.

C'est à Evagre le Pontique, moine retiré au IV<sup>e</sup> siècle dans le désert de Nitrie, auteur d'un recueil de sentences, l'Antirrheticos, à opposer aux tentations du démon, que l'on attribue en général la paternité des péchés capitaux, parmi lesquels figure la gourmandise. Celle-ci exprime un manque de maîtrise de soi, un manque de modération qui détourne l'alimentation de sa finalité au profit de

<sup>7</sup> Nicolas de Bonnefons, *Les Délices de la campagne, suite du jardinier françois, où est enseigné à préparer pour l'usage de la vie tout ce qui croist sur la terre et dans les eaux. Dédié aux dames mesnagères*. Pierre Des-Hayes, Paris, 1654.

<sup>8</sup> Montaigne ; *Essais* ; Livre I, Chapitre LI, De la vanité des paroles.

la recherche du seul plaisir : « *le juste ne mange que pour se rassasier, tandis que le ventre des impies est toujours vide* » (Proverbes 13, 25). La classification des péchés capitaux proprement dits résulte de l'histoire de la théologie, notamment au travers des écrits du Pape Grégoire 1<sup>er</sup> le Grand, de Saint-Thomas d'Aquin et de Saint-Bonaventure.

À l'origine du mot gourmand, comme de la glotonnerie, on trouve sans doute les mots latins *gulositas*, *glutes* ou *gula*, bien que l'Académie se plaise à souligner que l'origine du mot gourmand est incertaine. Jusqu'à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, la langue française ne reconnaît donc, pour en dénoncer les excès, que le gourmand, coupable d'intempérance, qu'il distingue cependant du gourmet. Le mot *gourmand*, terme apparu, toujours selon l'Académie, au XIV<sup>e</sup> siècle, distingue en effet celui qui prend plaisir à manger et mange avec avidité. Le mot *gourmandise*, dérivé au XV<sup>e</sup> siècle seulement du précédent, est ce goût excessif des plaisirs de la table que condamnera Rousseau : « *l'âme d'un gourmand est toute dans son palais ; il n'est fait que pour manger ; dans sa stupide incapacité il n'est à sa place qu'à table ; il ne peut juger que les plats ; laissons-lui cet emploi* »<sup>9</sup>. Le mot *gourmet*, étymologiquement le *groumet*, c'est-à-dire le « valet chargé de conduire les vins », n'a pas le même sens péjoratif, peut-être parce qu'il désigne un savoir précis, celui qui s'applique à la dégustation des vins et à la juste appréciation de leurs qualités. Voltaire lui rend hommage dans son article du dictionnaire philosophique sur le goût : « *le gourmet est celui qui discernera le mélange de deux vins, qui sentira ce qui domine dans un mets, tandis que les autres convives n'auront qu'un sentiment confus et égaré* ».

Sous la plume de Montaigne, la condamnation de l'ivrognerie ne surprend pas<sup>10</sup>. Plus étonnante en apparence, en raison de l'image dont jouissent ses principaux personnages - pantagruélique est adjectif dès le XVI<sup>e</sup> siècle, gargantuesque le devient au XIX<sup>e</sup> - la condamnation de la goinfrerie est réelle chez Rabelais, qui caricature les gourmands, de préférence clercs, en mettant en scène sur l'île imaginaire de « *messire Gaster, premier maître ès-arts du monde* »<sup>11</sup>, ses zéloteurs baptisés « *gastrolatres* ». Comme l'a souligné dans un article récent Mme Mireille Huchon<sup>12</sup>, « *ce sont autant de caricatures sous la plume d'un Rabelais médecin prêt à condamner l'excès et à donner son régime de santé* ». C'est ce même Rabelais, rappelle l'auteur, qui sera à l'origine de la publication d'ouvrages de conseils nutritionnels et, par anticipation pourrait-on dire, gastronomiques, comme celui de Bartolomeo Sacchi, dit Platine.

<sup>9</sup> Alain Drouard ; *La science de gueule* dans *La gourmandise - Délices d'un péché* ; Éditions Autrement, 1993. Ouvrage collectif sous la direction de Catherine N'Diaye.

<sup>10</sup> *Essais*, Livre II, chapitre II, « De l'ivrognerie ».

<sup>11</sup> *La vie de Gargantua et de Pantagruel*, livre IV, chapitre LVII. Au chapitre LXI, « *Pantagruel fut attentif à l'étude de Gaster, le noble maître des arts* ». Gaster, le ventre, est à l'origine de l'agriculture et du commerce : « *Dès le commencement, il inventa l'art fabril (l'artisanat) et agriculture pour cultiver la terre, tendant afin qu'elle lui produisit grain. Il inventa l'art militaire et armes pour grain défendre, médecine et astrologie avec les mathématiques nécessaires pour mettre grain en sauté par plusieurs siècles garder et mettre hors les calamités de l'air, dégât des bêtes brutes, larcins des brigands.* ».

<sup>12</sup> Mireille Huchon, *Rabelais diététicien plus que gastrolâtre*, article paru dans le Magazine littéraire, dossier littérature et gastronomie, n° 480, novembre 2008.

Bibliothécaire du Pape, il avait traduit en latin les recettes du cuisinier italien Martino da Como, dont les innovations culinaires marquèrent le passage de la cuisine du Moyen-âge à celle de la Renaissance.

Moralisatrice, cette vision des choses est assez largement partagée jusqu'à la Révolution française : les Encyclopédistes condamnent la gourmandise comme un excès de raffinement, un penchant immodéré pour la bonne chère qui accentue le désordre des mœurs, symbole de décadence. Selon Alain Drouard<sup>13</sup>, gourmand reste longtemps synonyme de glouton, de goulu, cette situation se prolongeant jusqu'au XIX<sup>e</sup> siècle : les nouveaux venus que sont les mots gastronome et gastronomie restent un temps marqués d'une part au moins de la réprobation qui s'attachait à la gourmandise - « *abdomini devotus* », dans les dictionnaires français-latin du début du XIX<sup>e</sup>.

Les libertins du XVIII<sup>e</sup> siècle assument donc une transgression supplémentaire, comme le Marquis de Sade lorsqu'il fait dire à Juliette : « *Je ne vous parle point de ma table : aucune maison de Paris n'était servie avec autant de splendeur et de profusion... L'extrême intempérance que vous me voyez doit, je crois, vous faire bien juger de cet objet. Je place l'une de mes plus extrêmes voluptés dans ce léger vice, et j'imagine que, sans les excès de celui-là, on ne jouit jamais bien des autres*<sup>14</sup> ».

L'invention et l'ascension sociale immédiate de la gastronomie témoignent en fin de compte de la défaite symbolique de la gourmandise en tant que péché capital. Une « supplique au Pape pour enlever la gourmandise de la liste des péchés capitaux » rédigée par M. Lionel Poilane avec de nombreuses célébrités (on peut citer le cuisinier Alain Ducasse ou l'écrivain Irène Frain) a d'ailleurs été remise au Pape Jean-Paul II en 2003 : elle lui demandait de substituer au péché de gourmandise celui de glotonnerie ou de goinfrerie...

#### B - LA GASTRONOMIE, UN OUTIL DE LÉGITIMATION SOCIALE DANS LA FRANCE POSTRÉVOLUTIONNAIRE

L'issue de la brève lutte d'influence qui a opposé, au début du XIX<sup>e</sup> siècle, gastronome et gourmet, le premier finissant par éclipser le second, n'était pas connue d'avance. D'ailleurs, au Royaume-Uni, le « *gourmet* » (« *the english gourmet* ») a conservé son avantage sur le « *gastronome* » ou « *gastronomer* », d'usage moins fréquent. « *The english gourmet is a person who cultivates a discriminating palate for the enjoyment of good food and drink* », une personne qui cultive un palais délicat pour le plaisir des bonnes nourritures et boissons.

<sup>13</sup> M. Alain Drouard, *La science de gueule*, déjà cité.

<sup>14</sup> Dossier littérature et gastronomie, le Magazine littéraire, déjà cité, article de Mme Chantal Thomas, « *Insatiables libertins* ».

Le dictionnaire de l'Académie française - qui intégra le terme en 1835 - fait remonter au XVII<sup>e</sup> siècle les origines du mot gastronomie. C'est un Jésuite, le Père François Garasse, qui aurait le premier utilisé le terme dans un ouvrage polémique. Sa date officielle de naissance est l'année 1801, lorsque le magistrat Joseph Berchoux publie *La gastronomie ou l'homme des champs à table, poème didactique en quatre chants* :

« Je chante l'homme à table et dirai la manière,  
D'embellir le repas d'un aimable banquet  
D'y fixer l'amitié, de s'y plaire sans cesse  
Et d'y déraisonner dans une douce ivresse. »

Emprunté du grec *gastronomia*, « l'art de régler l'estomac », la gastronomie désigne l'ensemble des règles qui constituent l'art de faire bonne chère et, par extension, la cuisine préparée selon ces règles. Le Littré retient sensiblement la même définition, précisant que le gastronome est celui qui connaît les règles de cet art.

Dans le cadre d'une démarche scientifique, la sociologie, ici sous la plume de Françoise Hache-Bissette et Denis Saillard, définit plus précisément la gastronomie comme « *la mise en règle (nomos) de la nourriture, la connaissance... de tout ce qui touche à elle ; elle donne donc lieu à un discours. Faire l'étude de la gastronomie, c'est analyser ce discours, ainsi que l'image, la représentation qu'une communauté se donne de sa cuisine, donc de sa culture, et celles que lui en renvoient les autres. L'acte de se nourrir est à considérer comme "un phénomène social total"* »<sup>15</sup> selon l'expression utilisée par Marcel Mauss.

Cette mise en règle, on l'a vu, ne date pas de l'invention du terme gastronomie. Elle concerne toutes les classes, paysans, citadins, ouvriers ou bourgeois, noblesse ancienne ou nouvelle. L'apparition de la nouvelle terminologie, outre qu'elle s'accompagne d'une évolution du sens du mot gourmandise<sup>16</sup>, n'est pas sans lien avec la Révolution et le Premier Empire. Ces événements historiques et politiques majeurs marquent l'accès au pouvoir « *d'une classe sociale, la bourgeoisie, qui, loin d'être homogène, compte en son sein des nouveaux riches qui on fait fortune grâce à la spéculation. Ces parvenus sont en général dépourvus d'éducation et ignorent les usages de la bonne société d'Ancien Régime. La gastronomie va répondre à leur attente en leur fournissant le "code de politesse gourmande" indispensable à leur intégration dans la nouvelle classe dirigeante*<sup>17</sup>. » Grâce à la transformation de la gourmandise en gastronomie, les comportements alimentaires et les goûts d'une classe sociale

<sup>15</sup> *Gastronomie et identité culturelle française, Discours et représentations (XIX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècles)*, sous la direction de Mme Françoise Hache-Bichette et M. Denis Saillard, Nouveau Monde éditions, 2007.

<sup>16</sup> « *Goût excessif pour les plaisirs de la table* » toujours, mais aussi « *aptitude à apprécier la qualité et la délicatesse des mets* » (Dictionnaire de l'Académie). Toutes les éditions du XVIII<sup>e</sup> siècle donnent un sens uniquement péjoratif au mot gourmand. Pour la première fois, on peut lire dans l'édition de 1835 : « *gourmand : il se dit quelquefois pour gastronome* ».

<sup>17</sup> M. Alain Drouard, *La science de gueule*, déjà cité.



minoritaire se répandent. Par mimétisme, ils tendent à devenir des valeurs et des normes sociales générales. Cet objectif d'intégration est assumé lucidement et sans hypocrisie par Laurent Grimaud de la Reynière (1758-1838), fils de fermier général, auteur de *L'Almanach et des gourmands* et du *Manuel des amphitryons*, considéré comme l'un des pères du discours gastronomique, lorsqu'il écrit : « le bouleversement opéré dans les fortunes par une suite nécessaire de la Révolution les ayant mises dans de nouvelles mains et l'esprit de la plupart des riches du jour se tournant vers les jouissances purement animales, on a cru leur rendre service en leur offrant un guide sûr...<sup>18</sup> » Grimaud de La Reynière souhaite leur permettre, grâce à ce guide, d'accéder à « la pratique de cet art indispensable à tout maître de maison jaloux de prouver qu'il n'est pas né d'hier<sup>19</sup> ».

Brillat-Savarin, ancien député à la Constituante, magistrat, contemporain du précédent, définit dans la *Physiologie du goût*, parue en 1825, la gastronomie comme « la connaissance raisonnée de tout ce qui se rapporte à l'homme en tant qu'il se nourrit. Son but est de veiller à la conservation des hommes au moyen de la meilleure nourriture possible ». Son discours s'adresse à un public plus large que celui concerné par les écrits de La Reynière, professions libérales, rentiers, bourgeois, qui sont devenus gastronomes et ont participé à la diffusion de la gastronomie en fréquentant les restaurants qui se sont multipliés à Paris au début du XIX<sup>e</sup> siècle. Nombreux furent en effet les maîtres d'hôtel et cuisiniers privés d'emplois par l'émigration ou pire infortune des nobles qu'ils servaient à se reconverter comme restaurateurs. Ils permirent ainsi à leur clientèle d'avoir accès à des plaisirs principalement destinés à l'aristocratie, de s'organiser en sociétés de gastronomes, comme le « Caveau moderne », qui confrontaient leurs expériences et leurs jugements lors de jurys dégustations.

Grâce à Brillat-Savarin, la gastronomie quitte définitivement le terrain livré à la goinfrerie et à ses excès, pour occuper la part réservée à la connaissance du goût et à la qualité, au développement des qualités sociales et de l'utilité scientifique. Elle ambitionne de concilier bonne chère et défense de la santé, sans cependant y parvenir : elle fera d'ailleurs dans le courant des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles l'objet d'attaques de la part des hygiénistes et des diététiciens.

Publié anonymement, un an avant la mort de son auteur, la *Physiologie du goût* va connaître un très grand succès et fera l'objet d'une quinzaine d'éditions en trente ans. « Encore un peu de temps, écrit Pascal Ory<sup>20</sup>, et, aux lieu et place de la " physiologie ", l'ancien secrétaire de Saint-Simon, Auguste Comte, sera en capacité de poser un autre néologisme : " sociologie " ».

---

<sup>18</sup> Manuel des amphitryons, cité par A. Drouard.

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> In *Gastronomie et identité culturelle française*, M. Pascal Ory, Brillat-Savarin, ouvrage collectif, déjà cité.

## C - L'IDENTITÉ, AU CŒUR DU DISCOURS GASTRONOMIQUE

Brillat-Savarin est resté célèbre pour ses aphorismes, dont le fameux « *Dis-moi ce que tu manges, je te dirai qui tu es* ». L'identité occupe une place de choix dans le discours gastronomique. Il contribue à élaborer « *une représentation de la primauté et de la supériorité de la cuisine française, élément constitutif de l'identité nationale, les gastronomes étant les défenseurs d'un patrimoine inestimable et menacé*<sup>21</sup> ». Les Français n'ont pas hésité à célébrer eux-mêmes leur excellence culinaire, à la décrire comme une pratique culturelle nationale dans des textes innombrables, avec ce que cela a parfois comporté d'excessif. Le nationalisme s'en est même emparé à certaines périodes de notre histoire. L'iconographie, le roman, l'art lyrique même (en particulier l'opéra-bouffe, sans jeu de mots) ont contribué à diffuser des représentations sur le restaurant, les mets, à présenter la cuisine française comme un élément du patrimoine.

Amy Trubek<sup>22</sup> explique la réussite de ce discours à l'étranger par l'exportation des techniques culinaires françaises tout au long du XIX<sup>e</sup> siècle, en particulier par des chefs formés en France. Il touche au moins les élites sociales à peu près partout, même si des résistances très fortes se rencontrent parfois, par exemple en Italie ou en Angleterre, après la Première guerre mondiale. Globalement, les thèmes définis par les pères fondateurs de la gastronomie perdurent jusqu'à la Seconde guerre mondiale.

À l'heure de la mondialisation, la situation est évidemment devenue beaucoup plus complexe, même si la gastronomie française a paru rester à la tête de l'inventivité culinaire jusque dans les années 1960-1970, avec la « nouvelle cuisine ». C'est à peu près cette époque que le mouvement d'émancipation économique des « Chefs », commencé au début du XIX<sup>e</sup> siècle, s'est achevé, certains d'entre eux devenant des chefs d'entreprise internationale à part entière, des stars médiatiques, ou les deux.

Dans une étude intitulée *Pommes frites ou "freedom fries" : perceptions américaines de la gastronomie française dans le magazine Gourmet (États-Unis) de 1941 à 2005* l'auteur écrit que « *la cuisine française demeure actuelle, mais elle n'est plus iconique. La France ne constitue plus le sommet de l'art culinaire selon l'avis de Gourmet* »<sup>23</sup>. Le premier numéro de cette revue consacré à la Grande-Bretagne, plus particulièrement à Londres, date de 2005.

Le guide Michelin, qui a traversé l'Atlantique la même année (2005), distribue désormais des étoiles dans un nombre croissant de pays et est par exemple présent au Japon : Tokyo, où la gastronomie française pénétra dès 1868, est la ville qui compte le plus de restaurants au monde - 160 000 restaurants, 13 000 à Paris - et concentre le plus d'étoiles (171 restaurants étoilés en 2009), comme l'a rappelé M. Jean-Luc Naret, directeur des guides Michelin, lors de son audition.

<sup>21</sup> M. Alain Drouard, déjà cité.

<sup>22</sup> In *Gastronomie et identité culturelle française*, Amy B Trubek.

<sup>23</sup> In *Gastronomie et identité culturelle française*, M. Bertram, M. Gordon.

Il n'est cependant pas question d'abandonner le terrain aux déclinologues, même si la gastronomie française doit faire face sur les cinq continents à de redoutables concurrentes. Catherine d'Humières<sup>24</sup> livre ainsi une analyse de manuels scolaires étrangers dont la rédaction traduit selon elle cette perte de parts de marché, les règles de la cuisine traditionnelle souffrant d'une image trop classique, trop « datée ». La gastronomie française lui semble pour cette raison critiquée par les jeunes, en même temps qu'elle se trouve parfois mise en difficulté sur son terrain de prédilection, la haute cuisine.

Heureusement, la cuisine française conserve encore une aura certaine. Elle participe au rayonnement de la culture française et au développement de la francophonie. Le rapprochement des traditions culinaires, pour lequel les techniques françaises peuvent être mises à profit, s'observe au Japon. Les gastronomes partent également, écrivent Françoise Hache-Bichette et Denis Saillard, « à la conquête d'une catégorie de convives jugés indésirables par leurs prédécesseurs du XIX<sup>e</sup> : la jeunesse ». La lutte contre le fossé intergénérationnel passe aussi par la gastronomie, « l'éducation contre la facilité<sup>25</sup> ».

De plus, et ce n'est pas le moindre de ses atouts, la cuisine française possède une grande capacité à assimiler les apports extérieurs. Grangousier, déjà, servait à ses invités du couscous. « Pour ne parler que des deux derniers siècles, que d'éléments intégrés en provenance des pays européens voisins, des colonies, des diasporas de l'immigration<sup>26</sup> ! ». L'identité gastronomique de la France tient aussi de cette capacité d'adaptation, d'évolution, d'enrichissement grâce à des produits ou à des usages adoptés à différents moments de son histoire.

Enfin, lorsqu'il est question d'identité, on ne peut omettre qu'il existe sur le territoire des traditions culinaires anciennes et fortes qui ne sont pas toutes nationales. L'Académie française cite dans le *Dictionnaire*, à l'article « gastronomie » la gastronomie lyonnaise et la gastronomie périgourdine, comme type de cuisine d'une région particulière. On ajoutera que la gastronomie des provinces, et la gastronomie régionale, ont été utilisées comme un élément de renaissance des campagnes après la Grande Guerre, ainsi que comme un élément du développement économique des régions.

Même, comme le rappelle Mme Dumas<sup>27</sup>, « Si la France n'est pas le seul pays où s'exprime ce concept de "cuisines de terroir" et de spécialités régionales, elle s'est néanmoins attachée à défendre ces identités culinaires locales par le système "d'Appellation d'origine contrôlée"... » : le discours sur ce type de cuisines est donc étroitement lié à un discours sur la qualité, sur l'authenticité et l'origine, qui correspondent à des aspirations très contemporaines. Il va au-delà de simples considérations sur les pratiques culinaires locales, puisque concernant par exemple un terroir, il considère, sur le territoire qui lui correspond, l'ensemble des traditions et des savoir-faire qui constituent son identité culturelle. Il renvoie également, à tort ou à raison, à une

<sup>24</sup> In *Gastronomie et identité culturelle française*, Mme Catherine d'Humières.

<sup>25</sup> Op. cité.

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Mme Catherine Dumas, rapport du Sénat déjà cité.

image plus accessible, moins « savante » et peut-être moins « intimidante » de la gastronomie.

L'extrême variété des produits offerts dans et par l'hexagone à la curiosité, à l'inventivité et à l'appétit du consommateur est réelle - Rungis est considéré comme le plus grand marché de produits frais au monde. Elle participe de la richesse du patrimoine culinaire français. Il est si étendu que le Conseil national des arts culinaires (CNAC), association loi de 1901, créée sous l'égide du ministère de la Culture, avait entrepris un inventaire du patrimoine culinaire de la France, qui a donné lieu à des publications par région. L'évocation du seul hexagone ne rend d'ailleurs que partiellement compte de la vitalité de ce patrimoine, qui puise souvent ses inspirations à des sources plus lointaines.

En témoigne la publication, dans cette collection, d'ouvrages consacrés aux départements et régions d'Outre-mer, dont l'apport inestimable a concerné aussi bien les produits, les techniques que les recettes. L'alliance d'un colombo de poulet et d'un muscat de Rivesaltes illustre, pour le plaisir du palais, la réussite et la permanence de ces échanges avec l'Outre-mer.

Les différences de climat du nord au sud, les influences océaniques, la diversité géologique des sols, tous les éléments constitutifs d'une géographie favorable au développement de l'agriculture - au point que les Français n'ont pas toujours perçu l'intérêt de leur littoral et du potentiel maritime de leur pays - ont aussi permis la naissance d'innombrables productions et recettes locales.

Cette conscience d'avoir des facilités naturelles, d'avoir su les faire fructifier, puis les mettre en valeur par son génie propre, ne constitue pas un titre perpétuel, un brevet d'exceptionnalité décerné à la gastronomie française, et à elle seule. Sa vocation identitaire venant d'être soulignée, ainsi que sa capacité d'acculturation, les développements qui suivent seront consacrés à l'exploration de ce qui peut constituer sa part d'universel.

#### D - LA GASTRONOMIE FRANÇAISE, UNE CULTURE DE LA SOCIABILITÉ À PRÉSERVER ?

Le discours gastronomique développé par Grimod de La Reynière et par Brillat-Savarin sur les règles de politesse, sur les propos de table, sur la sociabilité, bref sur le savoir vivre, n'ont rien perdu de leur force. Pour Brillat-Savarin, la supériorité des plaisirs de la table réside dans ses effets sociaux. Ces aspects de la gastronomie n'ont pas de visées identitaires, ils se rattachent plutôt à la tradition humaniste.

L'une des réflexions sur ce sujet, peut-être la plus aboutie, est offerte par un film danois de 1987, *Le festin de Babette* de Gabriel Axel. Une cuisinière parisienne exilée au Danemark pour des raisons politiques travaille chez deux sœurs et décide, le jour où elle gagne à la loterie, de consacrer son gain à la réalisation d'un repas conforme aux canons de la haute cuisine française. Par les bouleversements que cette entreprise apporte dans la vie austère d'un village et de ses habitants, ce film est souvent interprété comme un film sur la puissance de l'art dont la cuisine serait la métaphore.

Plus précisément, concernant le message que peut porter la gastronomie française en tant que telle, Priscilla Parkhurst Ferguson<sup>28</sup> écrit à propos de son utilisation dans le film que « *la haute cuisine française est bien moins au service d'un discours identitaire qu'au service d'une morale à vocation universaliste* », parce qu'elle permet de percevoir comment la cuisine quotidienne est partie prenante de la grande cuisine, parce qu'elle réalise le rapprochement des convives, parce que ce rapprochement autour de la table améliore, au moins momentanément, la relation sociale. Ce qui a fait la réussite de la cuisine française, c'est « *le mariage du plaisir culinaire avec les plaisirs (sociaux) de la table, et l'alliance de phénomènes habituellement contraires : la connaissance et la jouissance, le matériel et le spirituel*<sup>29</sup> ».

Il n'est bien entendu pas question de passer sous silence le fait que les arts de la table, le choix des mets et leur élaboration, le placement des convives, le comportement et les manières qu'il convient d'adopter, traduisent une volonté de hiérarchisation sociale même si « *la chose s'est glissée dans toutes les classes et à toutes les tables sous le nom de "confortable"*<sup>30</sup> ». Plus important cependant, et Catherine Dumas le rappelle, cet esprit de partage transcende les clivages : « *les espaces de sociabilité sont en effet divers : de l'intimité du cercle familial au repas d'affaire, en passant par le banquet, le repas à deux ou entre amis, "manger ensemble" est un rite social qui ponctue notre quotidien comme les moments festifs de la vie*<sup>31</sup> ».

De plus, la communication s'est toujours faite en France entre la cuisine réalisée par les chefs pour l'élite politique et économique et celle destinée aux familles, à des couches plus modestes de la population. L'invention de la « gastronomie populaire » date de la fin du second Empire, le premier cours de « cuisine populaire » s'ouvre à Paris en 1890. « *Différentes sources confirment que les plaisirs de la cuisine et de la table ont une place primordiale dans les priorités de beaucoup de familles ouvrières françaises, représentant à la fois les consommations légitimées, en même temps que le seul "luxe raisonnable" permis par leur position et leur avenir dans l'ordre économique et social*<sup>32</sup> ». D'une façon plus générale, divers éléments comme le succès des émissions de télévision tournées vers la gastronomie ou la restauration, y compris d'ailleurs des émissions de télé-réalité, ou le tirage des guides gastronomiques (380 000 exemplaires vendus du *Guide Michelin France*), montrent bien qu'elle revêt à certains égards un caractère populaire.

C'est la raison pour laquelle l'idée d'une candidature de la gastronomie française à l'inscription par l'UNESCO au patrimoine immatériel de l'humanité, évolue progressivement, comme l'a souligné M. Jean-Robert Pitte lors de son audition devant la section, vers celle du « *repas gastronomique à la française* ». Cette candidature, en cours de formalisation, a été très fortement appuyée en 2008 par le Président de la République lors du salon de l'agriculture. Par repas

<sup>28</sup> In *Gastronomie et identité culturelle française*, Priscilla P Ferguson.

<sup>29</sup> Mme Hache-Bissette et M. Saillard, ouvrage déjà cité.

<sup>30</sup> *Grand Larousse*, édition de 1872, article *gastronomie*.

<sup>31</sup> Mme Dumas, rapport du Sénat déjà cité.

<sup>32</sup> In *Gastronomie et identité culturelle française*, Kyri Watson Claflin.

gastronomique à la française, l'auditionné a fait valoir qu'il fallait entendre le « *repas soigné qui, dans l'idéal, devrait être le repas de tous les jours, y compris le petit déjeuner* ».

Il a développé les différentes caractéristiques d'un tel repas. Celui-ci nécessite tout d'abord la mise en forme d'une certaine idée de solennité, qui peut s'appliquer à un pique nique, ou à un petit déjeuner. Lui sont essentielles ensuite l'élaboration et l'ordonnance des mets - un repas en principe réglé sur entrée, plat principal, fromage et dessert - ainsi que l'alliance avec les vins. Enfin, participent étroitement d'un tel repas tout le rituel qui lui est associé, « *en particulier tout ce qui tourne autour de l'art de parler de ce que l'on mange et de le partager* ». Les arts de la table en sont bien entendu un élément essentiel - un championnat de France des arts de la table est d'ailleurs organisé à Paris en novembre 2009.

Dans un rapport rédigé en 2002 par la SOPEXA, intitulé *La promotion de la culture alimentaire française : un enjeu économique et politique pour la France*<sup>33</sup>, les auteurs relevaient déjà que « *la clef de voûte de la culture alimentaire française reste le repas* ». Et d'ajouter : « *le repas est le symbole même de la convivialité, et contrairement à ce qui se colporte, le repas continue d'exister* ». Parmi les points saillants de ce que le rapport présentait comme les éléments constitutifs de la culture alimentaire, telle que les Français la vivent, on relèvera, en lien avec les développements précédents :

- la place importante occupée par la haute cuisine dans les représentations ;
- l'art de recevoir (harmonie des mets, du vin, considération portée aux circonstances) ;
- la persistance de la codification des repas ;
- la place accordée aux plaisirs olfactif et gustatif.

Les rédacteurs concluaient sur la nécessité de confirmer le rôle du repas comme symbole de la culture alimentaire française, et de démontrer, pour en assurer la pérennité, sa compatibilité avec les modes de vie actuels.

---

<sup>33</sup> Rapport rédigé sous la direction de M. Dominique Chardon, président de SOPEXA, juillet 2002.

## CHAPITRE IV

### L'IMPACT DES ÉVOLUTIONS SOCIÉTALES SUR L'ALIMENTATION

Nécessité vitale, l'alimentation demeure une préoccupation quotidienne pour chacun. Le sociologue Léo Moulin a estimé qu'« *au cours de son existence, l'homme mange de 75 000 à 100 000 fois et consacre à cet exercice de treize à dix-sept années de sa vie* ». La part du budget des ménages consacrée à l'alimentation constitue le troisième poste de leurs dépenses, derrière le logement et les transports. Cependant cette part tend à diminuer d'année en année. L'alimentation aurait-elle cessée d'être une priorité pour nos contemporains ?

#### I - DE L'IMPACT DU MODE DE PRODUCTION

L'abondance alimentaire, l'urbanisation, la tertiairisation de l'économie, le développement du travail féminin, l'émergence d'une culture de l'immatériel peuvent contribuer à reléguer le fait de s'alimenter au rang de simple utilité.

##### A - L'ABONDANCE ALIMENTAIRE

Problèmes de prix, de production, d'approvisionnement... les causes à l'origine des inégalités d'accès aux ressources alimentaires sont nombreuses. Les déséquilibres qu'elles créent à l'échelle de la planète sont criantes et dramatiques ; les émeutes de la faim qui se sont produites en 2008, principalement en Afrique et en Indonésie, sont là pour nous le rappeler. Les pays développés sont - provisoirement ? - à l'abri de ces situations dramatiques. Cette sécurité d'approvisionnement est récente à l'aune de l'histoire. Les incertitudes qui ont été le lot de nos ancêtres chasseur/cueilleurs ont perduré pour les générations qui ont suivi, les sociétés agropastorales étant à la merci de récoltes insuffisantes se répétant parfois plusieurs années de suite, entraînant alors disettes et famines. Les évolutions du commerce et des pratiques agricoles qui ont accompagné la révolution industrielle, puis celles intervenues après la Deuxième Guerre mondiale, au cours de laquelle nos parents et grands-parents ont à nouveau connu la faim, ont éloigné le spectre de la pénurie alimentaire. Cette angoisse n'est plus celle des jeunes générations. Elles vivent dans une société de l'abondance. La peur est aujourd'hui économique. La question n'est plus « *vais-je trouver à manger ?* », mais « *vais-je pouvoir acheter à manger ?* ». Le produit n'est plus précieux ; il a un prix. La valorisation attachée à la rareté a disparu. Il faut bien entendu s'en réjouir, mais il conviendrait aussi de garder à l'esprit combien l'ingéniosité et le travail des hommes ont été sollicités pour en arriver là, après des millénaires d'insécurité alimentaire.

Cette profusion devenue commune au point d'agresser violemment tous ceux qui ne peuvent y accéder pour des raisons financières, devrait quotidiennement nous émerveiller, alors que, paradoxalement, elle suscite bien souvent notre indifférence blasée. Elle devrait nous inciter à accorder la plus grande considération pour ces produits qui ne sont présents sur les étals que parce qu'une multitude de défis ont été patiemment relevés par les générations qui nous ont précédés.

#### B - L'URBANISATION

Parmi les nations ayant participé à la première révolution industrielle, la France occupe une position singulière. Bien que l'exode rural soit une des composantes majeures de ce phénomène, notre pays n'est devenu majoritairement urbain que dans l'entre-deux-guerres. C'est lors du recensement de 1931 que l'on a enregistré pour la première fois un effectif de la population urbaine supérieur à celui de la population rurale. Le mouvement continu d'urbanisation s'est poursuivi et amplifié après la Seconde Guerre mondiale. De cette date jusqu'au début des années soixante-dix, les taux de variations annuels moyens de la population des aires urbaines se sont établis autour de 2 %, sous le quadruple effet de la croissance démographique et économique, de l'exode rural et des migrations internationales. Toutes ces tendances vont s'infléchir à la baisse dans des proportions variables dans les premières années de la décennie 1970. Les taux de variations vont dès lors osciller autour de 0,5 %. Nonobstant les fortes disparités régionales, le recensement de la population de 2006 révèle que le total des espaces à dominante urbaine, qui représentent 41,1 % de la superficie du territoire métropolitain, accueillent 82 % de la population, soit le pourcentage exact vers lequel devrait converger la part des urbains dans les pays développés à l'horizon 2025, suivant le *Population Reference Bureau*. Les travaux prospectifs relatifs à la France n'excluent pas un renforcement de la tendance dans les prochaines années. L'INSEE relève toutefois que la population rurale augmente désormais au même rythme (0,7 % l'an) entre 1999 et 2006 que l'ensemble de la population française ; infléchissement notable après une si longue période de déclin puis de stagnation. Il n'est toutefois pas exclu que la population urbaine continue de croître d'ici à 2015.

L'extension des villes a précédé une forte densification des communes périurbaines, puis la transformation d'une partie des zones agricoles et naturelles des périphéries urbaines en zones dites artificielles, essentiellement sous l'effet de la construction de résidences individuelles<sup>34</sup>. En 2008 « *les sols artificialisés, revêtus, stabilisés ou bâtis couvrent 9,4 % du territoire* »<sup>35</sup>. Ils ont progressé de près de 30 % depuis 1992, date à laquelle ces espaces n'occupaient que 7,4 % du sol métropolitain. Particulièrement intense dans les couronnes périurbaines, ce mouvement n'a pas épargné l'espace à dominante rurale. Le service de la

<sup>34</sup> « Entre 1992 et 2003, la surface occupée par l'habitat individuel a augmenté de 23 % dans les couronnes périurbaines, donc au même rythme que sur l'ensemble du territoire et de 30 % dans l'espace à dominante rurale. » INSEE Première n° 1240, juin 2009.

<sup>35</sup> Chiffre de l'enquête Teruti-Lucas, réalisée par le Service de la statistique et de la prospective (SST) du ministère de l'Agriculture et de la pêche.



prospective et de la statistique du ministère de l'Agriculture et de la pêche note que « *la poussée de l'artificialisation aux dépens des espaces naturels consomme 800 000 hectares sur 1992-2004. Soit l'équivalent de la superficie de la Marne ou du Puy-de-Dôme, deux des plus vastes départements français* »<sup>36</sup>.

Cette urbanisation qui s'opère à l'échelle mondiale et impacte la production agricole dans tous les pays, s'accompagne d'une concentration des populations. En France, 60 % de la population occupait 8 % du territoire en 2006. Cette concentration dans un cadre de vie urbain induit des changements considérables dans les modes de vie. Selon la plupart des sociologues, elle favorise non seulement la dépersonnalisation des relations entre individus et l'affaiblissement des liens communautaires, mais encore « *contribue à la dissolution du lien millénaire entre l'homme et son territoire* »<sup>37</sup>. L'éloignement du sol, cette dissociation entre milieu de vie et les lieux de productions alimentaires éloignent *ipso facto* les individus des produits qu'ils consomment. Certains enfants des villes découvrent émerveillés les animaux d'élevage à l'occasion du Salon de l'agriculture, d'autres sont frappés de stupeur en constatant à la faveur d'une classe verte que le lait sort du pis des vaches et beaucoup ignorent jusqu'à la forme et la couleur des légumes. L'aliment, conditionné en barquette ou en brique, est presque devenu une abstraction. En prenant leur repas ces enfants consomment un mystère.

#### C - LA TERTIARISATION DE L'ÉCONOMIE ET LA PROGRESSION DU TRAVAIL FÉMININ

Nous sommes aujourd'hui bien loin de l'âge agricole qui, en Europe, s'étend du néolithique à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle. Durant cette très longue période, l'activité agricole est la base de l'alimentation et les paysans représentent environ 80 % de la population. Tout va changer en à peine plus de deux siècles, à compter de la révolution industrielle et de l'exode rural qui l'accompagne. Plus tardive en France que dans d'autres pays, elle va cependant produire des effets considérables. C'est ainsi que la part de la population agricole active dans la population active totale diminue de moitié entre 1830 et 1950, passant de 61 % à 30 %. Au début des Trente glorieuses, la population active demeure encore à dominante agricole et industrielle. Avec le double choc pétrolier de 1974 et 1979, la croissance va davantage reposer sur la valeur ajoutée des services marchands et non-marchands, entraînant progressivement une tertiarisation de l'économie. Si en 1950, agriculture, industrie et services principalement marchands employaient à peu près le même nombre de personnes (± 5 millions) en 2007, les services emploient les trois-quarts des actifs, soit le double de la part qui était la sienne un demi-siècle plus tôt, l'industrie 20 % et l'agriculture 3 %. Cette évolution, qui comporte des incidences non négligeables en termes de régime alimentaire, a pour première conséquence l'éloignement accru de la population française des produits alimentaires et des lieux de productions, pour seconde la minoration de la nourriture comme facteur de reconstitution de la

<sup>36</sup> Agreste primeur n° 219, janvier 2009.

<sup>37</sup> Futuribles, *Étude rétrospective et prospective des évolutions de la population française (1950-2030)*, Paris : Association Futuribles international, 2003.

force de travail. En dépit des gains de productivité et de la diminution de la pénibilité physique des métiers de l'industrie, les apports caloriques demeurent beaucoup plus importants pour un ouvrier que pour tout autre travailleur sédentaire, dont la dépense physique est moindre, voire quasi nulle. En d'autres termes, les professions liées à la production de produits alimentaires de base et celles exigeant une alimentation riche et abondante sont en forte régression par rapport à celle où le repas est une pause, au mieux un plaisir, mais plus véritablement une nécessité absolue, affaiblissant d'autant la charge symbolique qui s'attache à la nourriture.

Au cours du XX<sup>e</sup> siècle, alors que le temps libre a été multiplié par cinq, celui consacré à se nourrir a légèrement régressé. Selon la dernière enquête emploi du temps quotidien des Français (INSEE, 1999), la part du temps physiologiques (alimentation, sommeil, toilette et soins) consacrée aux repas s'établit à 2 heures 14 minutes par jour<sup>38</sup>. Ceux-ci continuant très majoritairement d'être pris à domicile, la répartition des tâches ménagères revêt une grande importance. À cet égard toutes les enquêtes concordent. Celles conduites par Eurostat dans quatorze pays membres de l'Union européenne entre 1998 et 2004 révèlent que les femmes âgées de 25 à 44 ans consacrent en moyenne 278 minutes par jour à ces tâches contre 116 minutes pour les hommes (268 contre 123 en France), c'est-à-dire 2 heures 40 minutes de plus par jour. Dans cet ensemble, les femmes consacrent 34 minutes par jour aux « courses et services » et 60 minutes à la « préparation des repas », activités auxquelles les hommes accordent respectivement 20 et 17 minutes. La France se situe dans cette moyenne : les femmes consacrent quotidiennement 36 minutes aux courses et 58 minutes à la préparation des repas, les hommes 23 et 17 minutes. Si les retraités (plus de 65 ans) accordent plus de temps à la préparation des repas, la disproportion entre hommes et femmes reste du même ordre : 27 minutes contre 82. Ainsi, les femmes françaises et européennes consacrent environ trois fois plus de temps que les hommes à la préparation des repas. L'étude réalisée par TNS Sofres pour Cinel/Ocha (2005) confirme pour sa part que les femmes sont responsables à 80 % de la cuisine au quotidien.

Compte tenu de cet invariant - lui aussi provisoire ? -, on peut penser que la féminisation de l'emploi contribue au même titre que les facteurs précédemment évoqués à minorer la place qu'occupait naguère l'alimentation quotidienne au regard du temps qui lui était consacré. L'accroissement du travail féminin est un élément majeur de l'évolution sociale du dernier demi-siècle. Les femmes représentent aujourd'hui la moitié de la population active (47,2 % en 2007) et seuls 20 % environ des femmes âgées de 30 à 54 ans n'ont pas d'activité professionnelle et n'en cherchent pas. La conciliation de la vie professionnelle et familiale est pour elle d'autant plus difficile que l'investissement des hommes dans les activités domestiques demeure faible - nous n'évoquons pas le temps consacré aux enfants. Les enquêtes révèlent que cette situation induit chez elles un fort sentiment de manque de temps. Relevons que ce sentiment est en grande partie la traduction d'une réalité objective qui frappe encore plus durement les familles monoparentales.

---

<sup>38</sup> Estimation corroborée par le Panorama de la société, publié en 2009 par l'OCDE.

Cette contrainte temporelle se traduit par des repas plus simples et plus rapides, éventuellement réduits à leur stricte fonction alimentaire. Le temps consacré à la préparation du repas est ainsi passé de trois à quatre heures dans les années 1930 à environ une demi-heure aujourd'hui ; durée qui semble toutefois s'être stabilisée depuis 1997.

#### D - BANALISATION DU CONDITIONNEMENT ET PRÉGNANCE DE L'IMMATÉRIEL

Beaucoup d'évolutions récentes de notre société concourent à la perte de familiarité avec la nature et ses fruits. Il y a beau temps que les voitures à bras des marchandes des quatre saisons ont déserté les rues des villes et des bourgs et les marchés couverts où les animaux pouvaient être achetés vivants ne sont plus guère la norme. On ne tue plus dans les cuisines ! Conditionnés, disponibles pour l'essentiel dans de grandes surfaces dédiées au commerce, en dépit de la persistance des marchés, les produits alimentaires, bien souvent transformés, ne sont plus vendus pour eux-mêmes mais pour l'image qui est donnée d'eux. La publicité leur confère une seconde réalité. Nous sommes plus que jamais invités à acheter de la santé, du bien-être, de la joie, de la séduction, du rêve... notre alimentation devient en partie virtuelle. Nous absorbons des idées et des valeurs. Le produit est d'abord une page en couleurs ou un spot télévisé. Avec le développement du commerce électronique, cette dématérialisation du végétal et de l'animal est appelée à se renforcer. Les produits naturels disparaissent de l'espace public urbain.

Cette dissociation entre le monde réel et les mondes virtuels est consommée pour les jeunes générations. La ferme de bois ou de carton devant laquelle prennent place la fermière et les animaux de la basse-cour, naguère produit phare de l'industrie du jouet, est rangée au musée des antiquités aux côtés des soldats de plomb et des poupées de porcelaine. Les jeux électroniques représentent aujourd'hui environ un tiers du marché : on joue de plus en plus avec des images. Il ne s'agit pas de développer ici une nostalgie de mauvais aloi, mais simplement de s'interroger sur le point de savoir si ce goût pour l'immatériel peut ou non faire bon ménage avec celui que l'on peut développer pour des réalités plus tangibles. Sont-ils indifférents l'un à l'autre, s'excluent-ils ou se complètent-ils ? Il serait en effet regrettable que la valorisation du virtuel ne s'assortît d'un désintérêt pour des réalités physiques jugées définitivement dénuées d'intérêt sinon triviales.

## II - PERMANENCES ET INFLÉCHISSEMENTS DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES

Les travaux sur la modernité alimentaire sont nombreux, savants, et adoptent des approches diverses. Ils abordent tantôt les innovations relatives aux produits et aux marchés de l'alimentation, tantôt les conséquences possibles ou avérées des pratiques alimentaires sur la santé. Ils proposent parfois une sociologie de l'alimentation, parfois une analyse sociologique au travers des comportements alimentaires.

Loin de ces travaux d'érudits auxquels il convient de rendre hommage - tout ce qui contribue à porter l'attention sur notre alimentation et notre façon de manger mérite d'être salué -, nous nous bornerons ici à synthétiser les évolutions perceptibles dans nos comportements, mises en évidence par quelques grandes enquêtes et la statistique publique.

#### A - LA MODERNITÉ ALIMENTAIRE EST-ELLE MODERNE ?

Les changements intervenus dans notre façon d'acheter, de préparer et de consommer notre nourriture confirment-ils ou infirment-ils les hypothèses inquiétantes évoquées plus haut ? On serait tenté de le croire en portant un regard rapide sur les sommes consacrées par les ménages français à leur nourriture ou en s'attardant sur les comportements alimentaires des plus jeunes générations, erratiques aux yeux de leurs aînés. La réalité est comme toujours plus complexe et il convient de dépasser les schématismes réducteurs trop complaisamment développés, la focalisation sur un paramètre ou une pratique jugée emblématique induisant au mieux des approximations, au pire des erreurs manifestes.

##### 1. Un budget alimentaire en constante diminution ?

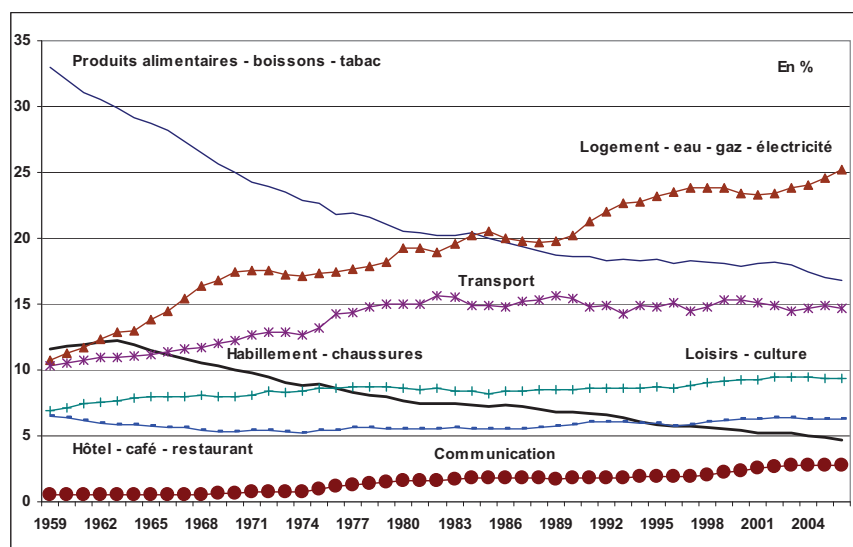
Telle que mesurée par la comptabilité nationale, la part des dépenses consacrées par les ménages à l'alimentaire ne cessent de diminuer. Pourtant, en quarante ans (1960-2000) la dépense de consommation par habitant a été multipliée par 2,7 en monnaie constante (INSEE). Il est vrai que durant cette période, l'évolution des modes de vie et l'apparition de nouveaux produits ont modifié les comportements d'achat des ménages. Dans ce contexte, les dépenses traditionnelles ont été victimes de l'attrait des consommateurs pour les produits à haute technologie. La plus grande partie du budget des ménages continue néanmoins d'être affectée à ces secteurs traditionnels que sont le logement et son équipement, les transports et l'alimentation. Ces priorités, largement contraintes il est vrai, sont les mêmes qu'en 1960. À l'exception du logement et des transports, elles reculent pourtant sensiblement. Elles sont passées de 61 % à 52 % de l'ensemble de la consommation des ménages durant la période considérée. Hors logement, le recul est encore plus prononcé : 51 % en 1960, 33 % en 2000. D'autres biens et services comme la santé et les produits des technologies de l'information et de la communication (+ 11,6 % en volume par an)<sup>39</sup> ont progressé et occupent désormais une place plus importante dans la consommation effective des ménages.

L'alimentation a quant à elle cédé la première place au logement depuis la fin des années 1970. À l'instar de l'habillement, sa part a été divisée par plus de deux alors que, dans le même temps, les parts du logement et de la santé étaient multipliées par deux. Depuis l'an 2000, la tendance s'est encore renforcée, comme cela apparaît clairement dans le graphique suivant :

---

<sup>39</sup> Sur la dernière décennie, les dépenses consacrées aux TIC « expliquent plus de 30 % de la hausse de la dépenses des ménages (...). Sur l'ensemble de la période, les prix des TIC ont diminué de 0,3 % par an en moyenne, alors que tous les principaux postes de la consommation ont enregistré des hausses de prix » ; INSEE Première n° 832, février 2002.

Graphique 1 : Évolution des coefficients budgétaires des ménages



Source : Comptes nationaux - base 2000 INSEE.

Particulièrement évocateur, ce graphique peut toutefois induire en erreur puisque cette diminution régulière est celle de la part des dépenses alimentaires dans le budget des ménages. En volume, ces dépenses (y compris boissons alcoolisées et tabac) ont augmenté de 2,2 % par an depuis 1960 et leur prix de 4,9 %. Cette progression s'est toutefois érodée au fil du temps : de 4 % dans les années 1960, elle est passée sous la barre des 3 % dès le début de la décennie suivante, et s'est située autour de 1 % dans les années 1990, malgré des hausses de prix modérées par rapport aux années précédentes. Sur la période 1960-2000 la hausse de la dépense de consommation des ménages en volume a été de 3,4 % en moyenne par an, celle des produits alimentaires et des boissons non alcoolisées de 2,3 %, celle des boissons alcoolisées et du tabac de 1,5 % et celles dont ont bénéficié les hôtels, cafés et restaurants de 1,6 %. Il apparaît ainsi que des achats alimentaires ont progressé durant la période, mais à un rythme inférieur à celui de l'ensemble des dépenses. Les gains de pouvoir d'achat ont donc à l'évidence été prioritairement affectés à d'autres postes budgétaires.

Sur la période récente la valeur de la consommation de produits alimentaires (hors boissons alcoolisées et tabac) a continué d'augmenter, passant de 110,1 milliards d'euros en 2000 à 146,9 milliards d'euros en 2008. Entre 2007 et 2008 la consommation en valeur s'est même accrue de 5 %<sup>40</sup>.

<sup>40</sup> INSEE Première n° 1241, juin 2009.

Il est intéressant de noter qu'en dépit de cette baisse persistante sur longue période de la part des dépenses alimentaires dans le budget des ménages, ces derniers ont l'impression d'y consacrer une part sans cesse croissante. 76 % des consommateurs interrogés par l'institut TNS Sofres en 2008<sup>41</sup>, ont estimé qu'au cours de ces dernières années, la part consacrée à l'achat de produits alimentaires dans le budget de leur foyer a beaucoup ou plutôt augmenté. 14 % ont indiqué qu'elle était restée à peu près la même. Cette erreur d'appréciation (le poids des dépenses de consommation alimentaire a chuté de 1,7 point sur la période 2003-2007 et seules 8 % des personnes interrogées ont affirmé que la part de ces dépenses avait plutôt ou beaucoup diminué dans le budget) tient très probablement à l'augmentation des prix alimentaires, sur laquelle nous reviendrons plus loin.

En dépit de leur importance et de leur caractère quasi quotidien, ces enquêtes récentes témoignent de la difficulté des consommateurs à apprécier avec justesse ce que représentent leurs dépenses alimentaires et à tenir à leur égard des discours constants. Nécessaires, ces dépenses apparaissent en outre aux consommateurs comme une variable élastique dans la gestion de leur budget.

S'agissant de dépenses monétaires, on ne saurait raisonner de manière uniquement globale. Il importe de s'interroger également sur la dynamique des postes de consommation, qui diffère selon les catégories de ménages. À cet égard, l'INSEE relève qu'« *en ce qui concerne l'alimentation, une convergence s'est opérée au cours des trente dernières années : en 1979, l'alimentation représentait en effet 35 % du budget des 20 % des ménages les plus modestes et 18 % de celui des 20 % les plus aisés, soit un écart de 17 points. Cette part a depuis décliné nettement plus vite chez les premiers (en moyenne 0,6 points par an) que chez les seconds (moins de 0,2 points par an). En 2006 l'écart n'est plus que de 4,5 points. Le constat est identique lorsqu'on compare les structures de consommation des différentes catégories socioprofessionnelles : chez les ménages d'agriculteurs ou d'ouvriers, la part de la dépense alimentaire n'excède plus que de quatre points celle observée chez les cadres supérieurs et professions libérales, contre 11 points en 1979* »<sup>42</sup>. De ces constatations, l'INSEE conclut que « *La part de l'alimentaire ne peut plus être, comme autrefois, considérée comme un bon indicateur du niveau de vie de ménages* ». C'est aujourd'hui le logement qui pourrait tenir ce rôle d'indicateur. Ce dernier représente en effet un poste de dépense relativement très supérieur dans le budget des ménages les plus modestes (1<sup>er</sup> quintile) à celui qu'il occupe dans le budget des ménages les plus aisés (5<sup>ème</sup> quintile) : + 12 points en 2006 contre + 1,5 en 1979<sup>43</sup>.

<sup>41</sup> ANIA ; *Les Français et l'alimentation* ; Institut TNS SOFRES, 20 et 21 février 2008 - Deuxièmes assises de l'industrie alimentaire.

<sup>42</sup> INSEE ; *Conditions de vie - Société* ; Enquête budget de famille 2006.

<sup>43</sup> Le tableau de l'évolution des la structure de consommation entre groupes sociaux figure en annexe n° 2.

## 2. Une culture qui résiste à sa propre mise à mal ?

L'argent consacré par chaque famille à son alimentation n'est qu'une variable qui ne peut prétendre à elle seule rendre compte de l'attitude des Français à l'égard de la nourriture et des repas. Toutes les études confirment une implication forte dans leur « culture alimentaire », considérée aussi bien comme élément fondamental de qualité de vie que comme acte social. Force est toutefois de reconnaître que le fait alimentaire est culturel dans toutes les sociétés considérées.

En Europe, un clivage qui prend sa source dans l'Antiquité conduit à opposer traditionnellement le « tempérament germanique », celui des Celtes et des Germains, au « tempérament méditerranéen », celui des Grecs et des Romains. Le premier, où domine l'alimentation d'origine animale (gibiers, viandes), correspond grossièrement à la sphère culturelle anglo-saxonne, marquée par les valeurs du protestantisme à compter du XVI<sup>e</sup> siècle. Le second, où prime l'alimentation d'origine végétale, forte dans la tradition monastique (céréales, légumes), correspond à la sphère culturelle méditerranéenne imprégnée par le catholicisme. Dans un ouvrage collectif sur les représentations de l'alimentation, il est relevé que dans ce second modèle « *la commensalité - c'est-à-dire le fait de manger à plusieurs - s'y exprime comme un plaisir partagé qui engendre un certain équilibre alimentaire, c'est-à-dire une discipline collective du "manger ensemble". À l'inverse, dans le modèle culturel protestant, le plaisir dans l'alimentation est subordonné à la santé* »<sup>44</sup>. Pascale Hébel relève en outre que la culture dont nous participons « *fait référence à la qualité des produits, au goût, à l'origine et au culinaire alors qu'en Grande-Bretagne et aux États-Unis elle se situe du côté de la nutrition.* »<sup>45</sup> Il reste que les enquêtes de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) et du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CRÉDOC) mettent en évidence une lente évolution des représentations sociales vers cette dimension fonctionnelle de l'alimentation sans qu'il soit possible de dire si cet infléchissement est conjoncturel ou structurel en raison de sa survenue relativement récente.

### 2.1. L'émergence d'une préoccupation sanitaire

Entre 1988 et 1995, les représentations du « bien manger » accordaient de moins en moins de place à la santé et, jusqu'en 2003, la dimension du plaisir partagé était dominante pour le caractériser. Le mouvement s'est fortement inversé depuis. En 2007, à la question « *Si je vous dis bien manger à quoi pensez-vous ?* » 37 % des répondants mettent l'accent sur la santé et l'équilibre, qui devient le mot le plus cité (seulement 12 % des réponses se situaient dans la dimension « équilibre » en 1995).

<sup>44</sup> Thierry Mathé, Thomas Pilorin, Pascale Hébel, avec la participation de Mirr dyn Denizeau, *Du discours nutritionnel aux représentations de l'alimentation*, Cahiers de la Recherche n° 252, CRÉDOC, décembre 2002.

<sup>45</sup> Pascale Hébel, *Se nourrir d'abord, se faire du bien ensuite*, CREDOC, Consommation et modes de vie n° 209, février 2008.

Le lien entre alimentation et santé n'est assurément pas nouveau. Les discours sur ce thème étaient très présents à l'époque médiévale<sup>46</sup> et nous associons de longue date, et inconsciemment encore aujourd'hui, des qualités particulières à certains aliments (pureté du lait - présenté longtemps à tort comme un contrepoison - énergie du bœuf, etc.) censés servir ou, au contraire, menacer notre santé. La tendance à la médicalisation de notre alimentation prolonge et rationalise en partie ces symboliques. La nouveauté réside surtout dans le renforcement de cette dimension et les conséquences qu'il emporte.

La progression du lien entre alimentation et santé a en effet été constante entre 1995 et 2007. Par effet générationnel on pourrait même assister dans les années à venir à un renversement dans les représentations de l'alimentation car cette préoccupation est nettement plus forte aujourd'hui qu'en 1995 et 2000, surtout chez les jeunes. Par ailleurs, ainsi que le souligne Gérard Mermet, l'émergence d'une conception naturaliste de l'alimentation qui lie nourriture, soins du corps et de l'esprit, se traduit par un accroissement de la consommation de compléments alimentaires et d'alicaments auxquels on prête des vertus préventives sinon thérapeutiques. L'auteur de *Francoscopie* croit même pouvoir affirmer que « *c'est l'orthorexie, souci obsessionnel de bien s'alimenter qui est en train de prendre de l'importance*<sup>47</sup> ».

Ainsi, même si les consommateurs français demeurent moins attentifs à leur santé que leurs voisins européens, l'inflexion générale de l'opinion dans ce sens est clairement perceptible. Les raisons en sont multiples : survenue de crises sanitaires touchant l'alimentation, inquiétudes sur les conditions de production agricole (nature et quantité des intrants et des compléments alimentaires pour le bétail, OGM...), diffusion massive de messages nutritionnels par les professionnels de santé et les pouvoirs publics : qui a pu échapper au slogan martelé dans le cadre du Programme national nutrition santé (PNNS) créé en 2001 : « *Pour votre santé mangez au moins cinq fruits et légumes par jour* » ? Reste à savoir si l'évolution que nous venons d'évoquer est une tendance lourde qui va s'ancrer dans la culture du pays, ou bien si elle est appelée à s'y agréger sans pour autant lui porter fondamentalement atteinte.

## 2.2. Un plaisir nuancé d'utilitarisme

La seconde évolution récente du regard de nos contemporains sur l'alimentation traduit un certain désenchantement. Dans l'ouvrage collectif du CRÉDOC précédemment cité il est rappelé que « *la rencontre de la culture catholique (commensalité), de l'État centralisé dès l'Ancien Régime (qui favorise l'émergence de la société de cour et le raffinement gastronomique) et des effets de la Révolution de 1789 (démocratisation du goût et distinction sociale de la bourgeoisie ; Bourdieu 1979), va transformer l'acte alimentaire en tradition culinaire partagée par le plus grand nombre. Ainsi, "traversant la société dans un mouvement descendant, le modèle gastronomique participe, au-*

<sup>46</sup> Le premier ouvrage de diététique en langue française, *Le régime du corps*, rédigé par Maître Aldebrandin de Sienna, daterait de 1256, in P. Feillet, *La nourriture des Français : de la maîtrise du feu aux années 2030*, Quae éditions, 2007.

<sup>47</sup> Gérard Mermet, *Pour comprendre les Français - Francoscopie 2007*, Larousse, Paris 2006.



*delà des jeux de différenciation sociale, à la construction de l'identité française" (Poulain, 2002). Cette démocratisation du goût réaffirme le repas quotidien comme une fête sur le mode mineur, moment improductif qui participe au renouvellement de la société (Maffesoli, 1985 ; Caillois, 1950). Elle renforce aussi la notion de plaisir de la table au quotidien, chez les gens " ordinaires " (Certeau et Giard, 1994) ». C'est ce modèle qui est peut-être en train d'évoluer.*

Les Français, en effet, ne cèdent pas à l'emphase ni au lyrisme en abordant la question de leur alimentation. Si le plaisir gustatif reste encore au cœur des représentations - sur les vingt dernières années (1988-2007) les dimensions « plaisir de manger », « plaisir de l'acte social » et « sortir de l'ordinaire » restent constantes dans les enquêtes relatives au « bien manger » : autour de 30 %, souvent plus (35 % à 40 %) -, elle est d'abord vécue de façon très cartésienne comme la satisfaction d'un besoin. À ce titre, elle ouvre sur une revendication sociale : se nourrir relevant d'une nécessité physiologique, les Français souhaitent en premier lieu (27 %) que les pouvoirs publics encadrent les prix des produits de première nécessité pour permettre à chacun de se nourrir<sup>48</sup>.

L'INPES a mis en évidence qu'entre 1996 et 2002, cette approche utilitariste de l'alimentation comme condition de la survie, plébiscitée par les plus âgés (51 % des 65 ans et plus) comme par les plus jeunes (47 % des 18-24 ans), a également progressé de dix points chez les 30-39 ans. Ce critère, pour lequel l'âge n'est donc pas discriminant, est évidemment d'autant plus présent que l'on est moins impliqué dans la relation à l'alimentaire, alors affecté d'une faible charge symbolique.

Des différences d'approches sont également observables suivant le niveau de revenu et la catégorie socioprofessionnelle à laquelle on appartient. Toutefois, des variations importantes étant enregistrées dans les résultats d'une année sur l'autre, il serait imprudent de vouloir en tirer des conclusions. Ainsi, les chiffres de l'année 2007, faisaient apparaître que la proportion d'individus considérant que l'alimentation doit avant tout être un plaisir était plus forte chez les employés et les ouvriers que dans toute autre Catégorie socioprofessionnelle (CSP). Cette hiérarchisation, probablement sous l'effet de la crise économique, s'est trouvée presque totalement inversée en 2008. Seuls les retraités ont conservé le même rapport à l'alimentation. Deux constantes semblent néanmoins se dégager : ce sont les ménages les plus fortunés qui affichent la vision la plus utilitariste de l'alimentation (61 % contre 30 % à 48 % pour toutes les autres CSP ; chiffres 2008) et les femmes, qui apparaissent les plus attachées à la dimension du plaisir (39 % contre 33 % pour les hommes ; chiffres 2008).

En dépit de changements plus ou moins importants qui se manifestent, la culture alimentaire hédoniste développée dans notre pays reste aujourd'hui portée par toutes les classes sociales (34 % à 51 % suivant les CSP), retraités excepté (28 %). Ce constat de transversalité et de proportion (entre un tiers et la moitié des Français, suivant leur positionnement social, considèrent que l'alimentation doit avant tout être un plaisir) suffit à convaincre que le modèle alimentaire auquel se rattache la France demeure solide.

---

<sup>48</sup> CREDOC, Baromètre des perceptions alimentaires 2007.

### 3. Des pratiques sous-tendues par des discours

Matérielle par essence, l'alimentation n'en est pas moins objet de constructions imaginaires infinies. Elle se trouve au cœur d'une multitude de discours aux visées dissemblables (religieuse, morale, sanitaire...), qui modifient au fil du temps et des époques la perception que la société et les individus en ont : l'alimentation est aussi une construction intellectuelle.

#### 3.1. Les représentations de l'alimentation

Les perceptions de l'alimentation ne sont pas uniformes. Les opinions et attitudes des consommateurs vis-à-vis d'elle ont été synthétisées en 2002 par le CRÉDOC, qui a construit à cette occasion un « *espace des opinions des Français en matière d'alimentation*<sup>49</sup> ». L'analyse factorielle a fait émerger quatre dimensions.

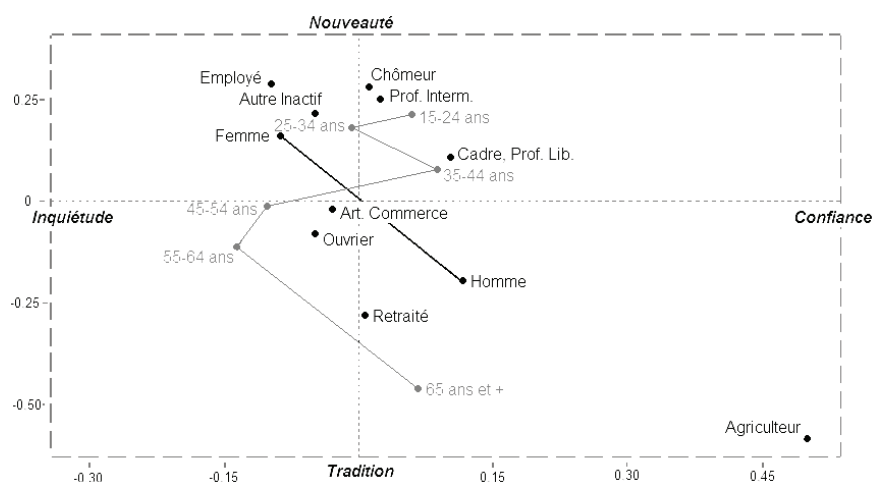
- la plus importante d'entre elles oppose des individus confiants dans l'absence de risques alimentaires et dans l'avenir de l'alimentation en France à ceux exprimant méfiance et inquiétudes sur ce sujet ;
- la deuxième dimension distingue les consommateurs opposés à tout ce qui est nouveau - dénommés traditionnels car appartenant à des foyers où l'on cuisine des plats traditionnels - de ceux attirés par les produits nouvellement créés et recherchant des produits variés (et sains) ;
- la troisième, à partir de l'intérêt culinaire et nutritionnel, oppose les consommateurs qui aiment faire la cuisine aux « réfractaires », qui plébiscitent le côté pratique et simple des produits alimentaires ;
- la quatrième dimension sépare les consommateurs qui estiment disposer d'une information suffisante sur les filières alimentaires et expriment une sensibilité soutenue pour l'environnement et ceux qui déclarent manquer d'information mais font preuve d'optimisme quant à l'avenir de l'alimentation et la maîtrise des risques.

En dessinant un espace à partir des deux axes les plus structurants et en procédant à une projection des variables sociodémographiques sur chacun d'eux, on obtient la représentation suivante.

---

<sup>49</sup> Cette représentation a été construite sur la base d'une Analyse des correspondances multiples (ACM), méthode permettant la présentation globale d'un ensemble de variables et la mise en évidence des liaisons qui existent entre elles. Elle présente en outre l'intérêt de faire apparaître les principaux clivages séparant les divers groupes de la population. Dans le travail auquel nous faisons référence, vingt-quatre variables ont été retenues, qui se regroupent en cinq thèmes majeurs : la perception de la qualité, la perception des risques en matière alimentaire, l'information existante dans ce domaine, les perspectives d'avenir de l'alimentation en France et les comportements culinaires.

Schéma 1 : Perception de l'alimentation par sexe, âge et CSP



Source : CRÉDOC, Enquête INCA 1999.

De cette mise en évidence des trajectoires suivies par les personnes ayant participé à l'enquête, les chercheurs du CRÉDOC retirent les conclusions suivantes :

- « La perception de l'alimentation est très différente selon le sexe : si les femmes apparaissent plus inquiètes que les hommes vis-à-vis de l'alimentation, elles sont néanmoins plus attirées par les nouveaux aliments, et manifestent un important intérêt culinaire et nutritionnel. Il est par ailleurs relevé que « les femmes vivant seules, habitant la région parisienne et de catégorie sociale supérieure (y sont en effet surreprésentés les cadres moyens et supérieurs) » font partie des consommateurs qui considèrent disposer d'informations suffisantes sur l'alimentation. Les femmes sont aussi surreprésentées dans la catégorie que le CRÉDOC a baptisé « les pressés ». Particulièrement intéressées par la nouveauté et se souciant du respect de l'environnement, les personnes qui composent ce groupe s'informent beaucoup sur tous les éléments de la chaîne alimentaire mais aiment moyennement cuisiner et recherchent l'équilibre et la variété dans leur alimentation (sensibilité aux labels, à la fraîcheur des produits...). Ces consommateurs ont d'ailleurs un Indice d'alimentation saine (IAS) élevé ;
- « La perception de l'alimentation évolue avec l'âge. Il existe en réalité un effet de génération très net sur la dimension " nouveauté-tradition " : les jeunes sont davantage attirés par les nouveaux aliments alors que les plus âgés sont plus proches de la tradition. L'inquiétude à l'égard de l'alimentation atteint son paroxysme vers 45-64 ans, en revanche, les plus jeunes et les plus âgés apparaissent plutôt confiants. »

Enfin, les auteurs de l'étude mettent en évidence, à partir d'une autre projection, que l'intérêt culinaire et nutritionnel progresse avec l'âge jusque vers 55 ans avant de décroître sensiblement. C'est notamment pourquoi les jeunes et les célibataires constituent le gros du bataillon de ceux que le CRÉDOC appelle les « désimpliqués », qui ne recherchent pas d'information dans le domaine alimentaire, se sentent peu concernés par le lien entre santé et alimentation et sont indécis sur les contrôles et la réglementation.

Si les chercheurs du CRÉDOC ne font aucun commentaire dans le document cité sur le positionnement des différentes CSP, il apparaît que seuls les agriculteurs manifestent clairement leur confiance à l'égard de l'alimentation et leur attachement à la tradition. Les autres catégories de la population affichent un positionnement plus modéré par rapport à ces deux critères.

Les cadres, professions libérales et, dans une moindre mesure les professions intermédiaires se révèlent toutefois eux aussi plutôt confiants, estimant que les risques alimentaires sont faibles et maîtrisés, que les contrôles et réglementations sont suffisants et qu'il y a assez d'information dans ce domaine. À l'inverse de ces « optimistes », les employés (les plus inquiets), les inactifs autres que retraités et les ouvriers se montrent pessimistes vis-à-vis de l'avenir de l'alimentation en France. Les artisans et commerçants et les retraités ne manifestent quant à eux aucune confiance ni inquiétude particulière au regard des risques alimentaires ni l'avenir de l'alimentation.

En revanche, ces dernières catégories ne partagent pas la même appréciation par rapport aux pratiques alimentaires. Avec les agriculteurs, les retraités, les ouvriers et, dans une moindre mesure, les artisans et commerçants se situent dans le camp de la tradition, qui juge de la qualité d'un produit essentiellement par son origine. Comme ce positionnement est aussi le cas de la majorité des hommes et des plus de 55 ans, il est difficile de voir dans l'appartenance à ces catégories socioprofessionnelles le seul facteur déterminant à cet égard. Il reste qu'une majorité de CSP - et de la population se montre davantage sensible à la nouveauté. Les employés, les chômeurs, les professions intermédiaires, les inactifs non retraités ainsi que les cadres et les professions libérales expriment clairement leur attrait pour les produits nouveaux et/ou variés, en particulier quand on les pense bienfaisants pour la santé.

### *3.2. L'alimentation : un sujet sur lequel tout le monde s'exprime*

Avec la transition nutritionnelle qui a marqué la révolution industrielle, les grandes maladies de carences ont disparu. Sont en revanche apparues ou ont progressé de façon spectaculaire les maladies dites de civilisation, obésité et maladies dégénératives (cancers, maladies cardio-vasculaires) essentiellement, liées en grande partie à une modification de la structure nutritionnelle de la ration alimentaire. Cette prise de conscience s'est accompagnée de discours polyphoniques, cacophoniques parfois, et évolutifs. Ce n'est certes pas d'aujourd'hui que l'alimentation vit du discours, mais la thématique nutritionnelle et sanitaire est devenue quasi exclusive. Les émetteurs sont quant à eux beaucoup plus nombreux que par le passé : l'État, les nutritionnistes, les agriculteurs et éleveurs, les industriels, les restaurateurs, les associations de

consommateurs, les publicitaires, les médias - qui ne se contentent pas de diffuser les messages des précédents... Tous s'emploient depuis une trentaine d'années à prodiguer les conseils les plus divers et les plus contradictoires aux consommateurs-citoyens pour les inciter à mieux se nourrir.

À cette profusion d'informations externes s'ajoutent celles reçues en face-à-face, à la faveur des interactions qui font l'ordinaire de notre vie quotidienne en famille, entre amis ou collègues. Les messages échangés au sein de cet environnement social direct pèsent parfois autant ou davantage que les discours plus officiels auxquels ils s'entremêlent.

Cette multitude de sources est par elle-même facteur d'ambiguïtés par le flou ou les contradictions qu'elle génère. Cette opacité synchronique se double d'une perturbation diachronique quand des discours différents sont tenus sur les mêmes aliments à peu de temps de distance. Le vin, récemment encore associé au « paradoxe français »<sup>50</sup> en vertu de ses propriétés d'antioxydant et de vasodilatateur est désormais considéré comme un produit cancérigène<sup>51</sup> qu'il convient d'éviter de consommer, même en faible quantité.

### 3.3. Une impérieuse demande d'information

La focalisation du discours sur le lien alimentation-santé et les contradictions concomitantes ou successives des prescripteurs entraînent une demande d'information accrue de la part des consommateurs. Celle-ci a d'autant plus de chances de persister dans les années à venir que les discours nutritionnels devraient eux aussi continuer de se développer, les décideurs publics en espérant des effets concrets en termes de santé publique, avec allègement du coût de financement du système de soins à la clé.

Si l'absence de cohérence continue d'être la règle, on peut raisonnablement craindre le développement de comportements contre-indiqués pouvant être à l'origine de déséquilibres alimentaires. Probablement ne faut-il pas être alarmiste car le discours n'est pas omnipotent et ses variations ne trouvent pas de traduction immédiate et massive dans les faits. Comme le notent les chercheurs du CRÉDOC<sup>52</sup>, « plusieurs indicateurs stables dans le temps entrent en jeu pour leur apporter [aux consommateurs] quelques signes de rassurance :

<sup>50</sup> Le « paradoxe français » en matière alimentaire est né de la constatation d'une faiblesse relative des décès dus à des maladies cardio-vasculaires par rapport à la plupart des autres pays développés (États-Unis notamment), en dépit d'une consommation comparable de matières grasses. Ce paradoxe a été expliqué, du moins dans un premier temps, par la consommation modérée et régulière de vin rouge par les Français.

<sup>51</sup> Une brochure publiée le 17 février 2009, intitulée Nutrition et prévention des cancers : des connaissances scientifiques aux recommandations, affirme que quel que soit le type de boisson considéré (vin, bière, spiritueux...) « la consommation de boissons alcoolisées augmente le risque de plusieurs cancers » et que « l'augmentation est significative dès une consommation d'un verre par jour, qu'elle soit quotidienne ou concentrée sur certains jours de la semaine. » Cette brochure, réalisée par le réseau National alimentation cancer recherche (NACRe) à la demande de la Direction générale de la santé (DGS) et coordonnée par l'Institut national du cancer (INCa) reprend les conclusions d'un rapport de cet institut publié en décembre 2007. Il est à noter que l'analyse de l'INCa est contestée par d'autres médecins et chercheurs... alimentant encore et toujours la confusion.

<sup>52</sup> Ouvrage déjà cité sur les pratiques alimentaires des Français.

- « *le patrimoine alimentaire de notre pays est encore très vivant. Il est entretenu par une tradition culturelle et culinaire qui a su, au fil des années, s'adapter tout en gardant de solides repères ;*
- « *les habitudes familiales et sociales continuent de structurer certains jugements ;*
- « *les connaissances alimentaires de base sont désormais plus répandues dans la population ;*
- « *les interdits et les règles diététiques permanents restent un déterminant des actes alimentaires ;*
- « *les notions de plaisir et d'écoute de son corps apparaissent primordiales dans les choix alimentaires ».*

Pour autant, des écarts ont été constatés entre le discours aujourd'hui dominant et les comportements de ceux à qui il est adressé ou qui, parfois, le tiennent.

#### *3.4. Les déterminants contre les représentations*

Les consommateurs sont plus que jamais convaincus de l'effet de leur alimentation sur leur état de santé. Mieux, 94 % des Franciliens déclarent tenir compte des exigences de santé dans leur alimentation<sup>53</sup>, avis partagé par 88 % des Français vivant hors de la région Île-de-France. Des doutes peuvent néanmoins être exprimés sur ce chiffre. En 2003, 82 % estimaient avoir une bonne alimentation au regard des recommandations du PNNS. Or, d'après les résultats du volet consommation de l'enquête CCAS 2004, seulement 22 % des adultes et 7 % des enfants atteignent une consommation de cinq portions de fruits et légumes par jour, la moitié des adultes et 64 % des enfants faisant partie des petits consommateurs de ces denrées selon la définition du PNNS (moins de 3,5 portions de fruits et légumes par jour)<sup>54</sup>. D'une façon générale, les apports nutritionnels ne sont pas conformes aux recommandations (AFSSA, PNNS...).

Les représentations dominantes, qui conduisent beaucoup de consommateurs à opposer dans leurs discours la santé au plaisir et les bonnes pratiques à leur transgression, se heurtent aux habitudes et au principe de réalité. Les comportements sont notamment tributaires de contraintes qui peuvent engendrer un sentiment de culpabilité lorsque les contradictions entre la norme revendiquée et les pratiques sont trop violentes.

Les déterminants des pratiques alimentaires qui viennent percuter les discours sont à la fois personnels, techniques et, bien entendu, sociaux et économiques

---

<sup>53</sup> Pourcentage tiré d'une étude réalisée en 2007 par le Centre régional de valorisation et d'innovations agricoles et alimentaires (Cervia).

<sup>54</sup> Pascale Hébel (coordonnatrice) *Comportements et consommations alimentaires en France*, CRÉDOC-CCAF 2004, Éditions Tec et Doc, Lavoisier, 2007.

Chaque individu, pour des raisons objectives ou subjectives, peut être conduit à adopter des comportements en décalage avec ses souhaits ou ses appréciations sur l'alimentation. C'est notamment le cas lorsque pour des raisons médicales ou de convenance personnelle, pour se conformer à d'autres normes sociales comme l'idéal de minceur par exemple, il suit un régime. L'écart peut également résulter de convictions personnelles fortes - un végétarien peut considérer l'alimentation carnée comme un facteur d'équilibre sans pour autant en consommer - ou de dimensions qui, comme le plaisir ou l'absence de volonté, peuvent interférer avec les représentations. Il a déjà été souligné que le plaisir demeure un critère dominant des choix alimentaires, que l'approche gustative et conviviale entre ou non en conflit avec le discours - dans le baromètre alimentaire 2008 CRÉDOC/ministère de l'Agriculture et de la pêche, l'alimentation-plaisir est revendiquée par 20 % des personnes interrogées. La détermination fait également parfois défaut pour mettre les actes en conformité avec les paroles : résister aux tentations, consacrer le temps nécessaire au choix et à la préparation des produits n'est pas toujours facile. La volonté peut également être mise à mal par la pression de publicités omniprésentes à domicile comme sur les lieux de vente.

D'autres facteurs extérieurs liés à la vie personnelle ou au travail peuvent amener le consommateur à transiger avec ses convictions et contrarier ses intentions. Ainsi l'environnement familial réduit-il la liberté de choix, au même titre que l'environnement professionnel, que ce soit par les contraintes qu'il impose (organisation du travail, horaires, déplacements...), les possibilités qu'il offre (restauration d'entreprise), ou les conditions qu'il crée (repas pris avec des collègues). D'autres contraintes matérielles ou financières peuvent peser sur les comportements. La situation de consommation, qui se caractérise aussi bien par la disponibilité des aliments à un moment donné que par l'obligation de les consommer pour ne pas les perdre, et le temps dont on dispose sont aussi de nature à infléchir notablement les choix d'alimentation.

Enfin, la contrainte financière pèse lourdement sur les pratiques. Le facteur prix est prégnant parmi ceux qui voient d'abord dans l'alimentation une nécessité (23 % selon la typologie du CRÉDOC) puisque c'est lui qui, pour l'essentiel, détermine le lieu d'approvisionnement<sup>55</sup>. Il l'est plus encore pour les 14 % des répondants qui déclarent choisir le circuit de distribution en fonction du prix et fréquentent prioritairement les maxidiscomptes. Dans ces populations, où dominent jeunes actifs, étudiants, célibataires et ménages monoparentaux, le discours sur l'alimentation équilibrée est plébiscité. Le message sur la consommation de fruits et légumes y recueille même un écho important. Pourtant, l'étude du CRÉDOC sur l'alimentation et les conditions de vie<sup>56</sup> a mis en évidence que la faiblesse des ressources pouvait entraîner des déséquilibres alimentaires quantitatifs et qualitatifs. Cette enquête portant sur les populations défavorisées relevait en particulier leur faible consommation de fruits et légumes et celle plus importante de féculents et de produits sucrés. Les repas à plat unique

<sup>55</sup> Voir baromètre alimentation 2008, op cit.

<sup>56</sup> *Attitudes et comportements alimentaires de la population à faibles revenus*, Cahiers de nutrition et de diététique, 1999.

et les sauts de repas y sont également plus fréquents que dans la population générale.

Le décalage perceptible entre discours et pratique est souvent minoré par les intéressés. Quand la gêne occasionnée par cette distorsion est trop forte, on infléchit le discours ou on lui accorde les pratiques, sauf à se réfugier sous l'aile des traditions culinaires pour la justifier.

Mais qu'en est-il du comportement alimentaire de nos contemporains ?

## B - LES PRATIQUES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS, DE LA NOURRITURE AUX REPAS

Si des évolutions du régime alimentaire se sont produites, on relève une étonnante persistance du modèle d'alimentation.

### 1. Une alimentation qui évolue

Tendances de fond ou mouvements récents, les consommations évoluent sans cesse, mais dans des durées et des rythmes variables.

#### 1.1. *La marche triomphale des produits conditionnés*

Toutes les études sur une longue période le confirment, le repas des Français se compose de moins en moins de produits frais et de plus en plus de plats préparés<sup>57</sup>, signe d'une montée en puissance de l'industrie agroalimentaire qui ne s'est pas démentie jusqu'à présent.

Dans les dépenses consacrées à l'alimentation à domicile, la moitié est constituée d'aliments que l'on peut consommer en dehors des repas (pain, fromages, fruits, desserts...); l'autre est dédié aux aliments entrant dans la composition des repas traditionnels (entrée, plat de résistance). Cette grande structuration de la dépense reste stable depuis des années soixante. En revanche, c'est dans le second sous-ensemble que des évolutions notables se sont produites. La part des produits à base de viande, de poisson et de légumes y a plus que doublé sur la période considérée. Comme en témoigne le tableau suivant, cette part a atteint, en 2006, 41 % des dépenses consacrées aux repas, hors desserts.

---

<sup>57</sup> Voir Danielle Besson, *Le repas depuis 45 ans : moins de produits frais, plus de plats préparés*, INSEE Première n° 1208, septembre 2008.



Tableau 2 : Dépenses en produits d'origine animale et végétale constituant le repas hors dessert

en %

	1960	1990	2006	Valeur 2006 (en millions d'euros)	Évolution des prix relatifs (moyenne annuelle) (*)	
					1960-1989	1990-2006
<b>Total du repas hors dessert, dont :</b>	100,0	100,0	100,0	63 299	-0,7	0,1
<b>Plats d'origine animale, dont :</b>	72,3	76,4	75,8	47 988	-0,7	0,2
<b>viandes, dont :</b>	59,1	58,9	56,8	35 962	-0,8	0,2
<i>viandes de boucherie et d'abattage</i>	36,8	29,1	24,1	15 218	-0,4	0,5
<i>préparations à base de viande</i>	11,7	18,7	23,3	14 773	-1,0	0,1
<i>viandes de volailles</i>	10,6	11,1	9,4	5 971	-2,0	-0,5
<b>poissons, dont :</b>	8,3	15,0	16,9	10 722	0,9	0,4
<i>poissons et produits de la mer préparés</i>	2,9	9,1	11,4	7 212	0,3	0,1
<i>produits de la pêche</i>	5,4	5,9	5,5	3 510	1,3	1,0
<b>œufs</b>	4,9	2,5	2,1	1 304	-2,5	-0,7
<b>Plats d'origine végétale, dont :</b>	27,7	23,6	24,2	15 311	-0,8	-0,1
<b>légumes frais</b>	15,1	12,1	11,8	7 491	-0,2	0,2
<b>préparations de conserves de légumes et de pommes de terre</b>	3,8	6,4	6,5	4 085	-1,9	-1,1
<b>féculents, dont :</b>	8,8	5,1	5,9	3 735	-0,8	0,6
<i>potatoes de terre</i>	3,5	2,0	2,9	1 788	-0,1	2,6
<i>pâtes</i>	3,0	2,0	2,0	1 269	-0,8	-0,8
<i>riz</i>	0,6	0,8	0,7	471	-1,2	-1,4
<i>légumes secs</i>	1,7	0,3	0,3	207	-1,2	0,2

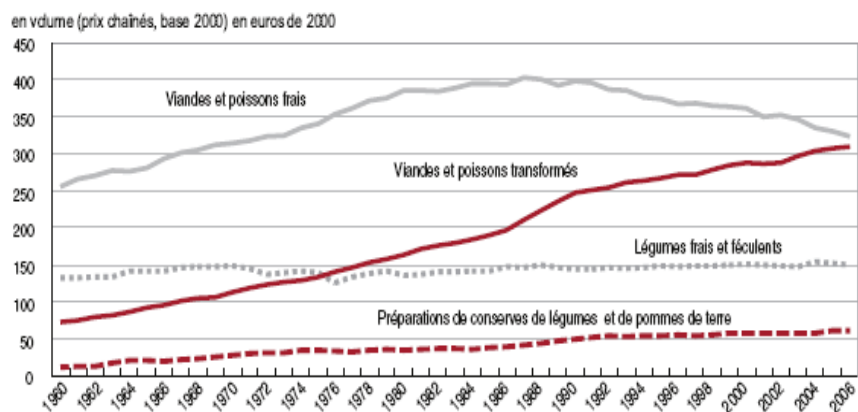
(\*) l'évolution des prix est relative à celle de l'ensemble des prix de la dépense de consommation des ménages.

Source : INSEE, comptes nationaux, base 2000.

Cette progression des produits alimentaires élaborés a principalement profité aux produits de la mer. Leur part relative a plus que doublé entre 1960-2006, passant de 8,3 % à 16,9 %. Dans le même temps, la part des dépenses en conserves et produits surgelés a été multipliée par quatre. Le poisson s'est ainsi en partie substitué à la viande et aux œufs, signe vraisemblable d'une prise de conscience des risques pour la santé d'une alimentation trop riche en viande. Les évolutions de prix des produits de la mer ne sauraient en effet rendre compte de ce rééquilibrage car ils ont augmenté plus vite que ceux des viandes.

Au total, l'évolution des dépenses de consommation s'établit comme suit :

Graphique 2 : Dépenses de consommation en repas hors dessert, par habitant



Source : INSEE, comptes nationaux, base 2000.

Cette progression des achats de plats préparés répond aux besoins d'une société qui s'est profondément transformée. Comme cela a déjà été souligné, l'augmentation du travail féminin et la diminution de la taille moyenne des ménages se sont accompagnées d'une baisse du temps passé à la préparation des repas. La réponse à cette demande a consisté dans un élargissement et un renouvellement régulier de la gamme des produits proposés par les industriels de l'alimentation et les grands distributeurs. Ce développement a lui-même été rendu possible par l'invention puis la démocratisation d'appareils électroménagers comme les congélateurs et les fours à micro-ondes, qui équipent aujourd'hui un grand nombre de foyers. Une politique de l'offre dynamique sinon agressive de l'industrie et de la distribution renforce encore ce mouvement de fond.

La question se pose toutefois de l'effet à long terme de la crise économique qui a éclaté en 2008. Une baisse des dépenses de consommation alimentaire en volume a en effet été enregistrée cette année-là, avec une diminution des achats de produits transformés prêts à consommer, plus chers que les produits frais. Si les publications et les émissions sont nombreuses qui visent à instruire les consommateurs sur les signes de qualité des produits et les pratiques alimentaires vertueuses, les informations sont peut-être encore insuffisantes sur les possibilités qui existent de composer pour un prix modique des rations alimentaires respectant les Apports nutritionnels conseillés (ANC). Un équilibre est en effet possible et doit être recherché entre habitudes alimentaires, choix et contraintes financières.

### 1.2. Des variations croisées dans la consommation des grandes catégories de produits

S'agissant des grandes catégories de produits consommés, il convient de distinguer la photographie du cinéma, c'est-à-dire la situation de consommation actuelle des évolutions alimentaires récentes.

En 2007, les viandes et les fruits et légumes représentent toujours la plus grande partie de la dépenses alimentaires des ménages à domicile (40 %). Les produits laitiers constituent 13 % de cette dépense et les produits transformés sucrés 10 %. Ils devancent les féculents (8 %) et les produits de la pêche (7 %). Dans le prolongement de ce qui précède, précisons que les poissons et produits de la mer sont aux deux tiers vendus déjà préparés, ce qui est le cas pour seulement (!) 41 % des viandes et 33 % des fruits et légumes.

Dans ce panorama, les boissons alcoolisées occupent la sixième position et les boissons non alcoolisées la dixième. En termes de quantités consommées, et non plus de valeur, la hiérarchie est évidemment toute différente, comme nous le verrons plus loin.

La consommation alimentaire en valeur en 2007 s'établit comme suit.

Tableau 3 : Structure de la consommation alimentaire<sup>1</sup> en valeur en 2007

Produits	En milliards d'euros	En pourcentage
Viandes	37,2	24,1
Fruits et légumes	24,4	15,8
Produits laitiers	19,6	12,7
Produits transformés à base de sucre	15,9	10,3
Boissons alcoolisées	14,6	9,5
Féculents	11,8	7,7
Produits de la pêche	11,2	7,3
Autres produits alimentaires <sup>2</sup>	7,8	5,0
Boissons non alcoolisées	6,1	4,0
Graisses brutes	3,3	2,1
Œufs	1,4	0,9
Sucres bruts	0,9	0,6

Source : INSEE. Comptabilité nationale, base 2000 - Bimagri HS n° 22, janvier 2009.

<sup>1</sup> Consommation à domicile.

<sup>2</sup> dont café, thés, aliments diététiques, sauces, condiments, soupes.

Au niveau européen, les Français se distinguent par une préférence pour les plats d'origine animale puisqu'ils leur consacrent 38 % de leur budget alimentaire, soit cinq points de plus que la moyenne des pays de l'Union européenne à 25. Cette préférence est toutefois à relativiser car le « *niveau des prix des viandes est relativement plus élevé (+ 22 %) que la moyenne européenne, si bien que les volumes d'achat par habitant ne sont que légèrement supérieurs à ceux de la moyenne de l'Union* »<sup>58</sup>. On peut en revanche affirmer

<sup>58</sup> INSEE Première n° 1208, septembre 2008.

que les Français sont moins consommateurs de légumes et de féculents que leurs voisins européens car la part du budget (hors dessert) qu'ils consacrent aux produits d'origine végétale (12 %) est inférieure de deux points à la moyenne européenne (14 %) pour un niveau de prix comparable. Le volume de consommation par habitant de ces produits est donc plus faible en France que dans la plupart des pays de l'Union.

Cet arrêt sur image sur la répartition des dépenses alimentaires au cours de l'année 2007 ne doit pas masquer des changements intervenus au cours de ces dernières années dans le régime alimentaire de la population. Ainsi, en dépit d'une consommation toujours élevée de viandes, celle-ci décroît régulièrement depuis quinze ans. Si la consommation de porc - viande la plus consommée - a sensiblement augmenté entre 1960 et 1990, elle reste à peu près stable depuis lors, autour de 15 kilos par personne sur une année. En revanche, celle du bœuf décline depuis les années 1980 et s'établit en 2006 à 14 kilos par personne par an. La consommation de volailles a elle aussi régressé, passant sous la part des 20 kilos par personne par an alors qu'elle était supérieure à 23 kilos en 2000.

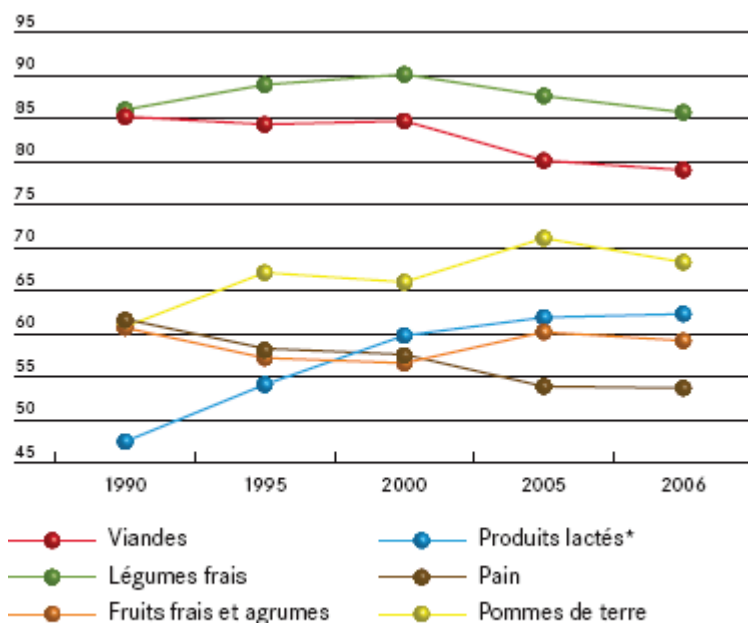
La consommation de légumes frais a également marqué le pas, retrouvant en 2006 son niveau de 1990 (près de 86 kg/pers/an) après avoir progressé dans les années 1990, puis s'être stabilisée dans les années 2000 entre 87 et 90 kilos par personne par an.

La troisième baisse, plus sensible que les deux précédentes, concerne le pain. Les Français en consommaient en moyenne 62 kilos en 1990 (80,5 kg en 1970 !). Ils n'en absorbent plus que 53,5 kilos en 2006.

Trois autres séries de produits ont progressé sur la période considérée : la pomme de terre - avec quelques fluctuations -, les agrumes et les fruits frais, qui retrouvent leur niveau de 1990 (environ 60 kg/pers/an) et, surtout, les produits lactés, qui font une véritable percée, presque intégralement due aux yaourts et desserts frais, dont la consommation est passée de 21,5 kilos par personne en 1990 à 31 kilos par personne en 2006, et accessoirement à la consommation en hausse des fromages.

Graphiquement, les évolutions des niveaux de consommation se présentent ainsi :

Graphique 3 : évolution de la consommation des aliments solides



\* Produits lactés non compris le lait et les glaces mesurés en litre.

Source : INSEE, comptabilité nationale, base 2000 - Bimagri HS n° 22, janvier 2009.

La structure de consommation des aliments liquides a elle aussi évolué. Si la part des boissons alcoolisées dans le budget alimentaire des ménages s'est nettement réduite, passant de 12,4 % à 1960 à 9,6 % en 2007, cela s'explique principalement par une baisse de la consommation des vins courants et un tassement de la consommation de bière. La consommation annuelle des premiers s'est presque réduite de moitié entre 1990 et 2006 (45 litres/personnes à 25 litres/personnes), tandis que les vins AOC et Vin de qualité supérieure (VDQS) - depuis 1983 - bénéficient d'une consommation à peu près stable. Un pic a été atteint en 2000 (26 litres/personnes) mais la consommation est retombée en deçà de 24 litres par personne en 2006. La bière, dont la consommation avait chuté du quart dans la décennie 1990, s'est stabilisée depuis entre 32 et 33 litres par personne.

Dans le même temps, alors que la consommation annuelle d'alcool pur par adulte poursuivait sa baisse (un tiers de moins entre 1960 et 2001), encouragée par la législation - la loi Évin de 1991 réglemente de façon stricte la publicité en faveur de l'alcool - et des campagnes de lutte contre l'alcoolisme, celle d'eaux en bouteille et de Boissons rafraîchissantes non alcoolisées (BNRA) commençait d'exploser. *« En 1970, les habitants de France buvaient 2,6 fois plus de boissons alcoolisées que d'eaux minérales et de source et de jus de fruits en litres. C'est au début des années 1990 que la tendance s'est inversée et confirmée. En 2002, ils ont bu presque deux fois plus d'eaux de table et de jus de fruits que de boissons alcoolisées en litres par habitant<sup>59</sup>. »* En dehors des changements de modes de vie et de consommation liés à l'évolution de la société dans son ensemble, deux facteurs plus techniques peuvent être évoqués pour expliquer cette percée remarquable. D'une part la diminution de la TVA sur les boissons non alcoolisées, intervenue en 1988. D'autre part à la méfiance à l'égard de l'eau du robinet et la promotion administrative des eaux de table, un décret de juin 1989 relatif aux eaux minérales naturelles et aux eaux potables préemballées défendant l'idée qu'*« une eau minérale naturelle est une eau possédant un ensemble de caractéristiques qui sont de nature à lui apporter ses propriétés favorables à la santé »* et qu'elle *« se distingue nettement des autres eaux destinées à la consommation humaine par sa nature (...) sa pureté originelle (...) la stabilité de ses caractéristiques essentielles »*.

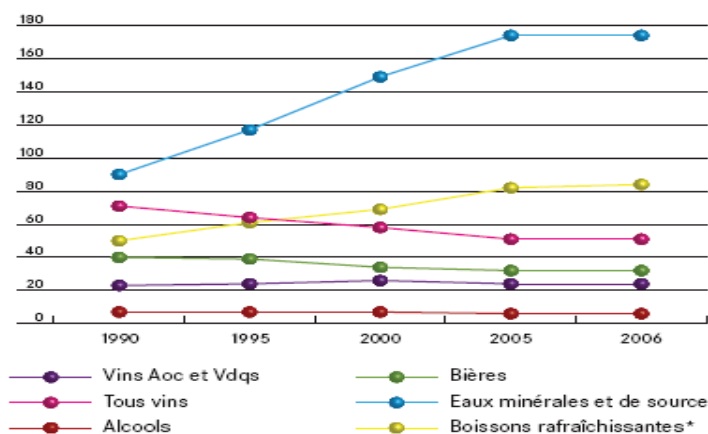
L'autre progression marquante de la période est celle des boissons rafraîchissantes non alcoolisées, des jus de fruits et des sirops, dont la consommation annuelle moyenne est passée de 50 litres par personne en 1990 à 82 litres en 2006. Dans ce sous-ensemble, les boissons sucrées, inexistantes en 1990, représentent à elles seules près de 48 litres en 2006. Des études ont d'ailleurs montré que les glucides simples présents dans l'alimentation sont de plus en plus apportés par ces aliments liquides.

Les achats de sucre en morceaux ou en poudre ayant fortement chuté, ce sont les produits transformés sucrés (confiserie, produits à base de chocolat, confitures...) qui apportent avec le lait et les produits laitiers le reste des glucides absorbés par les consommateurs. Les évolutions de la consommation d'aliments liquides sur les quinze dernières années sont représentées ci-après.

---

<sup>59</sup> Danielle Besson, *Boissons alcoolisées : 40 ans de baisse de consommation*, INSEE Première n° 966, mai 2004.

Graphique 4 : Évolution de la consommation d'aliments liquides  
Consommation par habitant (en litres)



\* y compris boissons sucrées, jus de fruits, nectars, sirops.

Source : INSEE, comptabilité nationale, base 2000 - Bimagri HS n° 22, janvier 2009.

### 1.3. Des évolutions de consommations modulées suivant l'âge, le sexe et les facteurs socioéconomiques

Les constatations précédentes sont dans leurs grandes lignes corroborées par les résultats des études individuelles nationales des consommations alimentaires (INCA) 1998-1999 et 2006-2007<sup>60</sup>. Elles peuvent toutefois être précisées grâce à décomposition de l'échantillon entre adultes (18-79 ans), enfants (3-14 ans) et adolescents (15-17 ans).

Dans la population adulte, une distinction sexuée mérite d'être opérée pour avoir une idée plus précise des évolutions récentes du régime alimentaire de nos contemporains, ainsi qu'en témoigne le tableau suivant.

<sup>60</sup> Cette enquête, qui se déroule tous les cinq ans, observe sur une année l'alimentation des Français à partir d'un échantillon représentatif de plus de 4 000 personnes, construit avec la collaboration de l'INSEE. Elle répond aux interrogations de l'AFSSA et est financée par elle.

Tableau 4 : Évolution de la consommation alimentaire des adultes par sexe  
(1998-1999/2006-2007)

*En pourcentage*

Produits	Adultes (18-79 ans)	
	Femmes	Hommes
<b>Diminution</b>		
- sucres et dérivés	- 27	- 22
- boissons alcoolisées	- 27	- 9
- viennoiseries, biscuits, barres et pâtisseries	- 17	- 10
- produits laitiers	- 16	- 6
- viandes et abats	- 16	- 3
<b>Stabilité</b>		
- féculents et produits céréaliers	- 4,5	- 4
- légumes et soupes	- 1	- 4
- produits de la mer	+ 5,5	- 6
- aliments « snacking » (pizzas, sandwiches...)	+ 3	+ 8
<b>Augmentation</b>		
- glaces et desserts glacés	+ 25,5	+ 37
- fruits frais ou transformés	+ 24	+ 10

Source : d'après l'AFSSA, colloque PNNS La situation nutritionnelle en France en 2007.

Quelques informations complémentaires doivent en outre être apportées car les grands groupes de produits masquent d'importantes disparités. Ainsi, la diminution de consommation des produits laitiers s'explique essentiellement par celle du lait lui-même (- 24 %), car la consommation des yaourts et des autres produits ultrafrais laitiers augmente. De la façon, la stabilité dans la consommation moyenne de produits céréaliers recouvre une baisse de consommation de pain (- 7 %) et une augmentation supérieure à 20 % de celle de riz. Les autres variations apparaissent plus homogènes.

Des changements sont aussi observables dans l'alimentation des plus jeunes comme les tableaux suivant en apportent la preuve.



Tableau 5 : Évolution de la consommation alimentaire des enfants  
(1998-1999/2006-2007)

<i>En pourcentage</i>	
Produits	Enfants (3-14 ans)
<b>Diminution</b>	
- sucres et dérivés	- 27
- viandes et abats	- 20
- pain	- 18
- viennoiseries, pâtisseries et biscuits sucrés	- 19
- produits laitiers	- 11
<b>Stabilité</b>	
- fruits et légumes	=
- produits de la mer	=
<b>Augmentation</b>	
- compotes et fruits cuits	+ 75

Source : idem.

Tableau 6 : Évolution de la consommation alimentaire des adolescents  
(1998-1999/2006-2007)

<i>En pourcentage</i>	
Produits	Adolescents (15-17 ans)
<b>Diminution</b>	
- sucres et dérivés	- 28
- viandes et abats	- 17
- produits de la mer	- 12
- légumes et soupes	- 11
- viennoiseries, pâtisseries et biscuits sucrés	- 9
- produits laitiers	- 8
<b>Stabilité</b>	
- aliments de snacking (pizzas, sandwiches...)	=
- féculents et produits céréaliers	=
<b>Augmentation</b>	
- fruits frais et transformés	+ 12

Source : Idem.

Comme on peut le constater à la lecture des données qui précèdent, des grandes tendances traversent l'ensemble des classes d'âge : désaffection relative des sucres et dérivés, des produits laitiers, des viandes et abats ; engouement pour les fruits frais, cuits et/ou transformés.

Parmi les jeunes générations les pratiques ne sont pas non plus tout à fait identiques. Alors que la consommation de produits laitiers a diminué de 6 % chez les garçons de trois à quatorze ans, elle a chuté de 16 % chez les jeunes filles, le lait et les fromages accusant une baisse de consommation de quinze points dans l'ensemble de cette sous-population entre la fin des années 1990 et 2007. En revanche, ce sont surtout les garçons qui mangent moins de pain que par le passé (- 22,5 % contre - 16 % pour les filles). Chez les adolescents de quinze à dix-sept ans, la baisse des quantités de viandes consommées est plus marquée chez les filles que chez les garçons, le taux de consommateurs restant stable.

Les consommations alimentaires varient également en fonction des caractéristiques socioéconomiques des ménages (revenus, taille, lieu de résidence, niveau de scolarisation...) même l'hétérogénéité des comportements individuels reste forte. L'Enquête nationale nutrition santé (ENNS) révèle par exemple que la consommation des fruits et légumes par les enfants est plus faible dans les familles dont les parents ont fait des études secondaires que dans celles où ils ont poursuivi des études supérieures. Elle est aussi plus réduite lorsqu'ils appartiennent à un foyer en situation d'insécurité alimentaire<sup>61</sup>. En France, elle résulte ordinairement d'une insuffisance de moyens financiers.

Or les aliments de forte qualité nutritionnelle sont généralement les plus onéreux. Les ménages pouvant y accéder ont donc davantage de chances de respecter les Besoins nutritionnels moyens (BNM) en modulant leur consommation habituelle. En revanche, les ménages modestes, nonobstant les contraintes financières, se trouvent dans l'obligation de modifier substantiellement leurs habitudes pour parvenir au même résultat car « *les catégories socioprofessionnelles défavorisées ont tendance à consommer moins de fruits et légumes, de viande et de poisson, mais davantage de produits sucrés ou gras*<sup>62</sup> ».

L'optimisation de la ration alimentaire passe d'ailleurs le plus souvent par l'augmentation de la part relative des végétaux, des produits laitiers et la diminution des produits gras, sucrés et salés ainsi que des plats préparés.

Dans l'étude de l'INRA à laquelle il vient d'être renvoyé, la complexité des réactions aux changements de prix est soulignée. Ainsi, pour des types de ménages très modestes n'ayant pas la même composition ni la même localisation (urbain/rural) la réaction aux changements de prix des diverses catégories de produits est-elle différente tant les habitudes réduisent l'élasticité de la demande au prix. La même enquête révèle même que « *Les actions promotionnelles augmentent relativement peu la consommation globale des fruits et légumes et cette faible augmentation concerne plus les CSP aisées que les CSP intermédiaires ou peu aisées* ».

---

<sup>61</sup> Par opposition à la sécurité alimentaire, l'insécurité alimentaire se caractérise par un accès incertain à des denrées nutritives saines en quantité suffisante. Elle peut résulter de causes multiples : pouvoir d'achat insuffisant, indisponibilité des produits... Elle peut en outre être permanente ou transitoire.

<sup>62</sup> Philippe Bontems, Vincent Réquillart, *Politiques nutritionnelles, régulation des filières et consommation alimentaire*, INRA Sciences sociales - Recherches en économie et sociologie rurales n° 2, mai 2009.

#### 1.4. L'évolution des apports nutritionnels

Dans les documents de synthèse des études sur les modifications intervenues dans l'alimentation de la population au cours de la dernière décennie, l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA) relève que les évolutions d'apports en macronutriments<sup>63</sup> ont été moins nettes en raison de phénomènes de compensation-substitution.

L'apport calorique total demeure stable dans la population adulte de 18 à 79 ans, soit 2 474 kcal/j chez les hommes et 1 923 kcal/j chez les femmes, niveaux conformes aux apports nutritionnels recommandés (2 000 à 2 700 kcal/j pour les hommes ; 1 800 à 2 200 kcal/j pour les femmes). Les apports bruts en macronutriments (lipides, glucides, protéines) restent globalement stables depuis 1998-1999. Pour les hommes comme pour les femmes l'apport calorique des lipides est supérieur de 4 points à la recommandation (35 %) et celui des glucides inférieur de 6 points à la recommandation de 50 %. L'alimentation des adultes est par ailleurs carencée en fibres par rapport aux recommandations de 25 à 30 g/j puisqu'ils se sont de 18,8 g/j pour les hommes et de 16,4 g/j pour les femmes. L'AFSSA note enfin que les apports en sel des aliments ont diminué en moyenne de 5,2 %, passant de 8,1 g/j à 7,7 g/j.

Dans la population adolescente de 15 à 17 ans, l'apport calorique total demeure également stable. Il s'établit à 1 220 kcal/j. Les apports bruts en macronutriments évoluent peu, nonobstant la diminution des apports protéiques et lipidiques enregistrée chez les filles au profit d'une augmentation des apports en glucides. Chez les plus jeunes, en revanche (enfants de 3 à 14 ans), on observe une diminution de l'apport calorique de 6 % à 10 % suivant les tranches d'âge. Il s'établit à 1 650 kcal/j pour les 3-10 ans et à un peu moins de 1 900 kcal/j pour les préadolescents de 11-14 ans. Cette diminution n'a cependant rien d'alarmant puisque les apports nutritionnels conseillés pour les moins de 18 ans se situent entre 1 500 et 2 000 kcal/j.

## 2. Le mode d'alimentation : le triomphe du paradoxe

Les habitudes se perdent ; chacun mange ce qu'il veut quand il veut ; les jeunes se servent silencieusement dans le réfrigérateur et, à l'heure des repas, ne font que croiser leurs parents... En dehors du domicile les adolescents rechignent à manger à la cantine et se nourrissent n'importe comment et n'importe où lorsqu'on leur en laisse le loisir... Les adultes qui ont un emploi profitent de la pause-déjeuner pour faire leurs achats et mangent « sur le pouce », faisant fi des règles invitant à prendre des repas équilibrés.

Ces propos reflètent-ils la réalité des choses ou bien les modifications des habitudes alimentaires sont-elles moins profondes qu'on ne le laisse entendre ? Une triple question mérite d'être posée : quand, où et avec qui mange-t-on ?

---

<sup>63</sup> Les macronutriments sont les lipides, les glucides et les protéines ; les micronutriments les vitamines, les minéraux et les oligoéléments. Ensemble, ils constituent les éléments permettant à chaque individu d'assurer la couverture de ses besoins physiologiques et de se prémunir contre les carences alimentaires.

### 2.1. *Un modèle alimentaire français ?*

Il y a une vingtaine d'années, Nicolas Herpin<sup>64</sup> a dégagé cinq critères qui caractérisent la structuration et l'organisation des journées alimentaires en France. Au risque d'opérer un regroupement quelque peu artificiel, on pourrait écrire que deux d'entre eux concernent les prises alimentaires proprement dites :

- la concentration : les trois repas principaux constituent le principal apport d'aliments solides ;
- l'implantation temporelle : les individus respectent des horaires fixes pour leurs prises alimentaires.

Les trois autres critères, plus « sociaux », renvoient à la convivialité des pratiques :

- la synchronisation : les repas sont pris en commun par l'ensemble de la famille ;
- la localisation : les repas sont pris au foyer dans la cuisine et la salle à manger ;
- la ritualisation : il existe une alternance entre les « repas ordinaires » les « repas festifs ».

Ce modèle serait-il en train de voler en éclats sous l'effet de changements intervenus dans nos rythmes de vie et l'importation de pratiques alimentaires qui nous sont longtemps restées étrangères ?

Les enquêtes conduites dans les années 2000 permettent de répondre par la négative, en dépit d'infléchissements qui pourraient s'accroître dans l'avenir.

### 2.2. *Une construction stable et bien ordonnée*

Les habitudes - devrait-on dire la culture ? - ont la vie dure : en 2007, le rythme français traditionnel des prises alimentaires persiste. Ternaire, il se compose d'un petit-déjeuner, d'un déjeuner et d'un dîner, repas auxquels s'ajoute parfois un goûter.

Les apports énergétiques quotidiens continuent d'être fournis par ces trois repas à 93 % pour les adultes et 82 % pour les enfants si l'on en croit l'enquête CCAF<sup>65</sup> 2004, confirmant en ceci l'enquête INCA de 1999. Mieux : la régularité des repas se renforce et moins nombreux sont ceux qui sautent les principaux repas. Entre les deux enquêtes, les pourcentages d'adultes déjeunant et dînant sept jours par semaine sont respectivement passés de 84,7 à 91,2 et de 85,4 à 93,6. La part des adultes prenant sept petits-déjeuners par semaine a lui aussi progressé, passant de 83,7 % à 89,4 %. En moyenne, les adultes prennent hebdomadairement peu de goûters (2 sur 7) et d'en-cas de plus de 20 kcal (3,7 sur 7), les prises alimentaires étant légèrement plus nombreuses chez les femmes.

---

<sup>64</sup> Nicolas Herpin, *Le repas comme institution, compte-rendu d'une enquête exploratoire*, Revue française de sociologie XXIX, 1998. Cité par Pascale Hébel in *Comportements et consommations alimentaires en France*, Éditions Tec et Doc, Lavoisier, 2007.

<sup>65</sup> *Comportements et consommations alimentaires en France*.

Les mêmes tendances générales s'observent chez les enfants de 3 à 14 ans : ils sont 96,1 % à prendre un déjeuner chaque jour de la semaine (87,2 % en 1999) et 95,1 % à dîner chaque soir (86,8 % en 1999). Si les prises quotidiennes de petits-déjeuners progressent elles aussi, passant de 81,9 % en 1999 à 88,9 % en 2004, elles restent légèrement inférieures à celles des adultes : plus l'enfant grandit, moins il prend de petit-déjeuner (6,6 sur 7 à 12-14 ans). Les prises alimentaires des enfants de moins de quinze ans sont toutefois plus nombreuses que celles de leurs aînés en raison de la pratique du goûter, encore largement répandue (5,6 goûters pris sur sept jours en moyenne). L'en-cas reste une pratique plus marginale chez les jeunes que chez les adultes (3 sur 7 contre 3,7 sur 7 chez les 15 ans et plus). Ainsi, les observations contredisent l'idée d'une augmentation généralisée du « grignotage ».

Non seulement les prises alimentaires demeurent jusqu'à présent calibrées, fidèles à la tradition et quasi unanimement partagées, mais encore effectuées dans les mêmes plages horaires. Cette situation continue de contraster avec celle d'autres pays comme les États-Unis, à propos desquels le sociologue Claude Fischler<sup>66</sup> relevait dès la fin des années 1970 la déstructuration des repas dans leur déroulement, leur composition et leur temporalité, avec pour conséquence la quasi-disparition du repas comme moment partagé par l'ensemble des membres d'un ménage. Cette « gastro-anomie »<sup>67</sup>, dont les tendances s'observaient en Europe, semblait condamner à terme le schéma français, fortement structuré par le synchronisme alimentaire. Il n'en a rien été jusqu'à présent. À titre d'exemple, le pic alimentaire de la journée se situe à 13 heures en Grande-Bretagne, avec 17,6 % des individus ayant une activité alimentaire (2000) ; il se situe à 12 heures 30 en France, avec 54,1 % de la population ayant cette même activité (1998-1999).

En France, le petit-déjeuner se prend principalement entre 7 heures et 9 heures ; le déjeuner entre midi 14 heures ; le dîner entre 19 heures et 21 heures. Les enquêtes soulignent combien est fort le respect de ces plages horaires, qui ne s'affaiblit pas au profit de prises alimentaires qui seraient plus uniformément réparties dans la journée. Cette rythmique se reproduit et s'étend. Il a ainsi été observé que les établissements de restauration rapide d'origine nord-américaine, qui ont vocation à délivrer leurs produits tout au long de la journée, sont, en France, fréquentés comme des restaurants, aux heures habituelles des repas. Plus paradoxal encore, les prises alimentaires hors repas semblent elles aussi obéir au principe d'implantation temporelle, puisque l'enquête CCAF 2004 révèle qu'elles se concentrent entre 10 heures 30 et 11 heures le matin et, surtout, entre 16 heures et 18 heures l'après-midi, plage horaire qui correspond plus ou moins à celles du goûter des enfants.

---

<sup>66</sup> Directeur de recherche au CNRS.

<sup>67</sup> Terme construit sur le concept d'anomie, qui caractérise l'absence de règles, de structure, d'organisation d'une société, voire la désintégration des normes assurant l'ordre social.

La seule évolution notable enregistrée ces dernières années est une moindre propension à prendre ses repas à heure fixe. Cette plus grande irrégularité est à la fois le fait de l'âge et de la génération d'appartenance. Chaque nouvelle génération étant, à âge identique, moins respectueuse que la précédente de l'horaire du dîner, une fluctuation est peut-être à attendre dans les prochaines années à cet égard.

Les repas des enfants suivent la même temporalité que ceux des adultes. Seul le petit-déjeuner se répartit sur une plage horaire plus étendue, allant de 7 heures à 9 heures 30.

### 2.3. *La fidélité à la famille et au foyer*

La persistance du schéma alimentaire qui prévaut dans notre pays ne s'exprime pas que dans la structuration des prises alimentaires et leur temporalité. Les repas restent un moment de convivialité partagée avec les membres de la famille, les amis ou les collègues.

Les membres de la famille tout d'abord car les repas restent principalement pris au domicile, le petit-déjeuner en particulier, pour 97 % des adultes et 96 % des enfants, mais aussi le dîner (89 % à 91 %). Plus étonnamment, les trois-quarts des goûters sont également consommés au domicile, pour les adultes (76 %) comme pour les enfants (75 %). Seul le déjeuner enregistre les pourcentages plus faibles en raison de la scolarisation des plus jeunes et des contraintes professionnelles de leurs aînés. Pour autant, seulement 29 % des adultes et 26 % des enfants le prennent à l'extérieur. Pascale Hébel, coordonnatrice pour le CRÉDOC de l'enquête CCAF 2004, note que ces proportions restent identiques par rapport à 1999, attestant ainsi que la stabilité de la répartition entre les repas pris chez soi ou à l'extérieur. Ces pourcentages globaux cachent évidemment des différences. En semaine, suivant que l'on est agriculteur ou cadre parisien, on va prendre son déjeuner à domicile dans 77 % ou 29 % des cas.

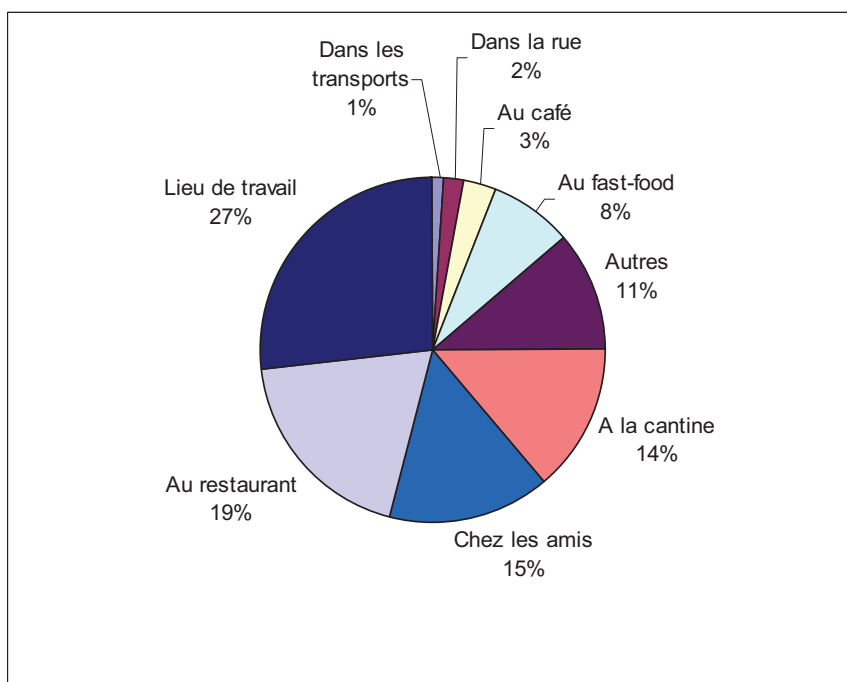
De fortes variations ont également été relevées dans la consommation hors foyer des adultes. La part des repas de midi pris sur le lieu de travail (mets préparés à domicile, achetés à l'extérieur, avec ou sans titres restaurants, livrés sur place par des prestataires...) est passée de 25 % à 27 % entre 1999 et 2004 mais, paradoxalement, les prises de repas à la cantine ou au restaurant d'entreprise sont passées sur cette même période de 21 % à 14 % (- 33 %). Cela signifie que près d'un tiers des déjeuners pris hors domicile profite - en tout cas profitait avant la crise - à la restauration commerciale ; d'abord aux restaurants (19 %, + 8 points par rapport à 1999), puis aux fast-food (8 %, + 167 points par rapport à 1999), mais beaucoup moins aux cafés (3 %, en diminution par rapport à 1999)<sup>68</sup>. Les déjeuners pris chez des amis ont aussi progressé (15 %, + 3 points par rapport à 1999).

---

<sup>68</sup> L'agrégat de 1999 (cafés, cafétérias) n'étant pas le même que celui de 2004 (cafés), la diminution de la part des déjeuners servis par ces établissements est impossible à chiffrer. En 1999 les cafés et cafétérias servaient 8 % des déjeuners.

La répartition des repas pris hors domicile le midi peut être représentée comme suit.

Graphique 5 : Répartition des déjeuners pris hors domicile par les adultes



Source : CRÉDOC, enquête CCAF 2004 - volet consommation.

Le cas des dîners pris hors domicile par les adultes est différent. Ils se déroulent très majoritairement chez des amis (46 %, + 21 % par rapport à 1999). En deuxième position arrivent les restaurants (18 %, pourcentage identique à celui de 1999). Les autres lieux identifiés, fast-food (8 %), lieu de travail (7 %)... se situent tous en deçà de 10 %. Pascale Hébel considère que « *l'augmentation de la commensalité (invitations chez soi) est en hausse depuis 2000 et confirme la prédominance des repas conviviaux qui différencie le modèle français du modèle anglo-saxon* ». On peut penser que la plupart des repas qualifiés de festifs sont pris à ces occasions.

Si la mesure des dîners pris hors foyer pour les enfants n'a guère de signification (ils ne représentent que 9 % des repas du soir), il n'en va pas de même pour les repas de la mi-journée. Lorsqu'ils déjeunent hors domicile, les enfants le font à la cantine (59 %), chez des amis (13 %) ou au fast-food (8 %). Entre 1999 et 2004, le pourcentage des déjeuners pris chez des amis a augmenté de neuf points mais, surtout, la fréquentation des cantines a diminué de plus de 6 % (63 % contre 59 %). Cette baisse alimente la crainte d'une modification des prises alimentaires hors domicile résultant d'une diminution du pouvoir d'achat de certains ménages.

Du lieu où sont pris les repas dépend pour une large part le contexte social dans lequel ils se déroulent. Nous venons de voir que l'écrasante majorité des trois repas qui composent l'essentiel des prises alimentaires de la population vivant en France, sont pris au domicile. Précisons que le temps consacré au dîner semble s'être stabilisé entre un peu plus d'une demi-heure en semaine et près de trois-quarts d'heure le week-end. La bonne nouvelle réside dans le fait que les personnes enquêtées sont plus nombreuses que par le passé à voir dans le contenu de l'assiette la composante la plus attractive du dîner (29 % en 2004 contre 19 % en 1997).

Indiquons à présent que les adultes prennent très majoritairement leurs déjeuners et leurs dîners en famille (respectivement 60 % et 73 %), les autres les prenant seuls (23 % et 19 %), en compagnie d'amis (9 % et 7 %) ou d'autres personnes (9 % et 1 %). La différence est assez nette avec le petit-déjeuner, qui est plus souvent pris seul (54 %) qu'en famille (43 %). Bien que les repas continuent de se prendre en compagnie, la proportion des petits-déjeuners et des dîners pris seul a augmenté de 5 % et celle des déjeuners de 3 %. Plus que le signe d'une modification des comportements, cette progression résulterait de l'augmentation du nombre de personnes vivant seules, du fait de l'allongement de la durée de vie et de l'augmentation du nombre des divorces et des séparations.

S'agissant du dîner, apprécié par plus d'un quart des personnes interrogées comme moment de repos, il est cependant significatif que la commensalité ne soit plus considérée comme sa composante principale que par 26 % des enquêtés en 2004 contre 30 % en 1997, soit un recul de quatre points. Dans le même temps, confirmant cet amoindrissement de la commensalité, le nombre de ménages dînant de plateaux repas au moins une fois par semaine est passé de 18 % en 1995 à 26 % en 2003. Cette tendance semble assez lourde car elle est plus fréquente chez les jeunes, dans chaque nouvelle génération par rapport à la précédente au même âge, et progresse dans toutes les générations.

La proportion d'enfants prenant leurs repas avec leur famille est, comme on s'en doute, encore plus importante. Elle atteint 74 % pour le petit-déjeuner et le déjeuner et 93 % pour le dîner. Comme pour les adultes, mais dans une bien moindre mesure, c'est le petit-déjeuner qui le plus souvent pris seul (24 %). C'est également le cas du goûter (26 %) qui reste cependant majoritairement consommé en famille (55 %).

Toutes choses égales par ailleurs, les conditions dans lesquelles se déroulent les repas varient quelque peu suivant que l'on est âgé de plus ou moins de quinze ans. Certes, l'essentiel de la population ne fait rien d'autre au moment des repas que manger, mais la télévision s'invite plus ou moins fréquemment à table. Si l'on s'en tient aux trois repas principaux, les proportions d'adultes n'ayant aucune autre occupation que consommer son repas est de 64 % petit-déjeuner, 59 % aux déjeuners et 47 % au dîner. Pour les jeunes ces proportions sont respectivement de 57 %, 60 % et 59 %.

Le pourcentage d'adultes regardant la télévision augmente au fil de la journée (21 % petit-déjeuner, 34 % au déjeuner, 49 % au dîner), tandis que celui des enfants culmine le matin et le soir (40 % au petit-déjeuner et 39 % au dîner)



mais se révèle plus faible à midi (27 % au déjeuner) en grande partie du fait de leur scolarisation.

Les autres activités concomitantes restent plus marginales pour les adultes (4 % à 15 %) et insignifiantes pour les enfants (3 % à 4 %).

Au total, en dépit de quelques infléchissements, le modèle alimentaire français, fondé sur des repas structurés, pris chez soi, à des heures régulières et en famille résiste. Les principales évolutions résident dans l'augmentation des repas pris seuls et la pratique de plus en plus fréquente des plateaux-repas. Ce double mouvement, qui résulte des évolutions démographiques et des modes de vie, pourrait à terme entraîner un renforcement de la tendance à la simplification des repas et au saut de certains d'entre eux si jamais ces pratiques devenaient générationnelles et s'ancrent durablement dans les habitudes.

### III - LA PROGRESSION CONTINUE DE LA CONSOMMATION HORS DOMICILE

Parfois appelée Restauration hors domicile (RHD) ou Restauration hors foyer (RHF), la Consommation hors domicile (CHD) comprend historiquement deux grands secteurs : la restauration commerciale et la restauration collective. Le marché a cependant beaucoup évolué ces dernières années et l'offre de restauration n'est plus cantonnée à son cadre originel et traditionnel : le restaurant. L'offre apparaît partout où existe une clientèle potentielle et, à l'instar de ce qui se produit dans d'autres secteurs, ce n'est plus la demande qui va vers l'offre mais celles-ci qui, de plus en plus, se déplace vers le consommateur. Complétant et concurrençant l'offre traditionnelle, elle se développe depuis quelques temps dans les centres commerciaux, les réseaux de transport, les lieux de loisirs, de sport, les stations-service... Elle se rencontre aussi dans la rue, avec les produits proposés par les commerces de bouche (boulangeries, traiteurs...), les stands fixes ou mobiles de vente à emporter (kebab, paninis, pizzas...), les linéaires de sandwiches des Grandes et moyennes surfaces (GMS), sans compter les établissements proposant des livraisons de repas. La complexification de l'architecture de la consommation hors domicile<sup>69</sup> a conduit certains analystes à distinguer près de quatre-vingt-dix segments de marché.

Pris dans son ensemble, le marché de la CHD se révèle actif et en croissance. Entre 1960 et 2007, le nombre de repas pris hors domicile est passé de 4 à 7,3 milliards. Ils représentaient 5 % des repas en 1960, 16 % en 2007. Dans le même temps le marché s'est structuré : inexistante en 1960 (1 %), la part des repas servis par les groupes de restauration a atteint 10 % en 1980 puis 38 % en 2007. Ce marché a également muté. Pendant longtemps, en effet, la restauration collective a servi davantage de repas que la restauration commerciale. Ce n'est plus le cas aujourd'hui puisqu'elle ne représente plus que 49 % du marché, notamment en raison de l'émergence du secteur de la restauration rapide (23 %). La part de la restauration traditionnelle est à peine supérieure (28 %).

---

<sup>69</sup> L'architecture de la CHD est présentée sous forme de schéma détaillé en annexe n° 2.

En pourcentage du chiffre d'affaires, la consommation hors domicile peut être décomposée comme suit<sup>70</sup> :

Tableau 7 : La consommation alimentaire hors domicile répartie par segments

Segments	Description	%
Cafés, Bars, Brasseries	Bistrotts, Brasseries, Bars, Cafés et restaurants	9
Restauration hôtelière	Indépendants, Groupes, Chaînes	6
Restauration commerciale	Indépendants, Sociétés structurées dont chaînes	51
Circuits alimentaires alternatifs	Métiers de bouche, Magasins, Stations-services, Cinémas	12
Restauration automatique	Usines, Hôpitaux, Armée, Campus	1
Restauration collective	Entreprises, Enseignement, Santé, Divers	21

Source : États généraux de la restauration, 28 avril 2009.

#### A - DU PALACE À LA RUE

Les modes de restauration hors foyer ne sont plus aussi stéréotypés que naguère. Les offres se sont récemment multipliées et diversifiées. Aller au devant de la demande ne dispense cependant pas de tenir compte les contraintes et des souhaits de la clientèle potentielle.

##### 1. Une offre diversifiée et évolutive

L'alimentation hors domicile, quand elle n'est pas assurée par une structure collective, ne l'est plus nécessairement par la restauration traditionnelle. En milieu urbain, les sollicitations sont partout présentes.

###### 1.1. Une restauration commerciale dynamique malgré tout

Comme on peut le constater, la restauration constitue la part la plus importante de la CHD. Elle représente les deux tiers de l'activité globale, tant en termes de chiffre d'affaires (50 milliards d'euros) que d'emplois (510 000 en 2007 pour la restauration de type traditionnel, la restauration rapide, les cafés et débits de boisson). Elle sert environ quatre milliards de repas par an (source FAFIH).

Après une forte progression au cours des années 1990, la restauration commerciale a commencé à marquer le pas à partir du début des années 2000, comme l'a montré l'INSEE, avec une diminution du nombre de touristes étrangers (climat d'insécurité et appréciation de l'euro) et une modération des dépenses des ménages résidents, le midi notamment, deux facteurs ayant puissamment contribué au développement de l'activité de restauration commerciale dans la décennie précédente. Parallèlement, l'INSEE a relevé que dans ce secteur « la modification de la réglementation sur le temps de travail a entraîné une réduction de 4,7 % de la durée hebdomadaire du travail en 2000 (...) Si l'emploi salarié a augmenté de 4,5 % en 2002 puis 3,4 % en 2003, le

<sup>70</sup> Les chiffres mentionnés dans les développements qui suivent sont ceux avancés par Gira Foodservice, spécialiste de l'analyse du marché de la restauration. Ils valent pour l'année 2007.

*volume d'heures salariées a quasiment stagné au cours de ces deux années, en lien avec la morosité de l'activité*<sup>71</sup> ». En dépit de la stagnation de l'activité la restauration en volume à partir de 2001, le chiffre d'affaires a poursuivi sa progression grâce à une hausse des prix.

La situation n'est pas pour autant homogène. Les chaînes de restauration commerciale apparaissent comme les acteurs les plus dynamiques du marché de la RHD. Leur chiffre d'affaires (20 milliards d'euros en 2008) a crû de 7 % par an en moyenne entre 2004 et 2008 en étant peu affecté par la crise (+ 5 % entre 2007 et 2008). Au cours de cette dernière année, leurs achats alimentaires se sont élevés à plus de 3,2 milliards d'euros Hors taxe (HT) . En dépit de la crise - ou dopé par elle ? - les chaînes de restauration rapide, poids lourds du marché, ont progressé davantage encore (10 % par an en moyenne entre 2004 et 2007) et représentent 37 % des achats alimentaires. Le dynamisme des chaînes de restauration commerciale, encore alimenté par le succès des franchises, s'assortit d'une puissance d'achat qui se renforce et se concentre : les quinze chaînes leaders ont réalisé en 2008 près de 70 % des achats de produits alimentaires et de boissons (et les cinq premières chaînes près de 40 %) !

Selon le Syndicat des hôteliers, restaurateurs, cafetiers et traiteurs, organisateurs de réception (Synhorcat) notamment, les perspectives du marché à court et moyen termes, dans un contexte économique particulièrement difficile et incertain, apparaissent extrêmement floues. Toutefois, la crainte d'une diminution de l'activité pour la restauration doit être tempérée par l'opportunité qu'offre la baisse du taux de TVA appliqué à ce secteur de 19,6 % à 5,5 % depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2009<sup>72</sup>. Le gain effectif de 11,8 % que l'application de ce taux réduit représente devrait dynamiser l'activité par l'amélioration de l'outil de travail, du service et la diminution partielle des prix qu'elle rend possible. Ce dernier élément, sur lequel se focalisent les médias et les consommateurs, n'est qu'un des trois volets sur lesquels il convient d'agir, avec la création d'emplois, par laquelle passera l'amélioration du service, et l'investissement. Il est encore trop tôt pour se prononcer sur l'impact de la mesure. La restauration de chaîne a commencé à répercuter la baisse sur les prix pratiqués et a déjà pu mesurer les bénéfices à attendre de cette diminution du taux ; d'autres établissements, pour des raisons comptables, n'ont pu l'évaluer qu'au début du mois d'août ou de septembre 2009 et devraient en tirer les conséquences. Enfin, 20 000 à 30 000 restaurants sont hors circuit au regard de la TVA et ne baisseront pas leurs prix. Ces entreprises n'emploient que très rarement du personnel salarié.

---

<sup>71</sup> Moustapha Okham, Philippe Varrambien, *La restauration commerciale de 2002 à 2004 : stagnation de l'activité mais hausse de l'emploi salarié*, INSEE Première n° 1047, novembre 2005.

<sup>72</sup> Cette mesure, qui ne s'applique ni au vin ni à l'alcool, s'assortit de la suppression de dispositifs de soutien, dont celui de l'aide à l'emploi spécifique aux Hôtels, cafés, restaurants (HCR), instaurée en 2004 et abrogée par la loi de développement et de modernisation des services touristiques du 22 juillet 2009 (article 22-I, II, IV, V).

### 1.2. Le cas particulier des circuits de vente alternatifs

Alternative à la restauration traditionnelle ou rapide, la consommation dans la rue ou sur le lieu de travail se développe, répondant au souhait d'une partie de la clientèle d'économiser du temps et de l'argent. Une étude conduite en 2006 a révélé que 42 % des Français avaient consommé sur leur lieu de travail un produit acheté à proximité ou apporté de leur domicile contre 27 % seulement en 1994<sup>73</sup>. Souvent constitués de salades composées ou de sandwiches, ces repas légers peuvent aussi être plus élaborés et livrés sur le travail à ceux qui souhaitent mettre à profit la pose du déjeuner pour poursuivre une activité personnelle ou organiser dans son bureau ou une salle de réunion un déjeuner entre collègues. Nonobstant ces possibilités nouvelles, la croissance des ventes de sandwiches se poursuit et s'accélère : « elle a été de 11 % en 2008 au lieu de 5 % à 8 % entre 2005 et 2007, en dépit d'une augmentation du prix unitaire d'environ 10 % sur l'année. Le chiffre d'affaires qui en est résulté s'est élevé à 6,1 milliards d'euros dont 58 % pour la restauration hors foyer, 14 % dans les métiers de bouche, 20 % dans les grandes et moyennes surfaces, 3,6 % dans les stations-service et 4,4 % en distributeurs automatiques »<sup>74</sup>. Progressent également des formules de « prêt-à-manger » et de *snacking* ultrafrais, censés satisfaire les demandes de repas équilibrés et sains à un prix abordable.

Tous ces types d'aliments se prêtent particulièrement bien à une consommation nomade qui, selon certains spécialistes du marketing, prendrait de plus en plus d'ampleur. Ainsi la rue se transforme-t-elle à certaines heures en un grand restaurant à ciel ouvert. Si dans nos sociétés il est tout aussi naturel de s'y nourrir que dans un lieu clos, cela n'a pas toujours ni partout été le cas. Il est par exemple expliqué dans le Talmud que « Celui qui mange dans la rue ressemble à un chien ; selon certains : il n'est plus digne d'être témoin », c'est-à-dire de participer à la vie de la cité, sur le plan civique. Selon cette vision, manger dans la rue exprime un manque de dignité et une mise en marge du commun de la société<sup>75</sup>. La maîtrise de soi devant la nourriture n'est plus exactement jugée à cette aune !

## 2. Une fréquentation qui ne demande qu'à être confortée

S'il est difficile de prévoir les évolutions à moyen terme du niveau de consommation hors domicile, en fréquence comme en volume, il est toutefois possible d'identifier les principaux paramètres qui déterminent le passage à l'acte.

### 2.1. Le comportement des consommateurs : une stabilité incertaine...

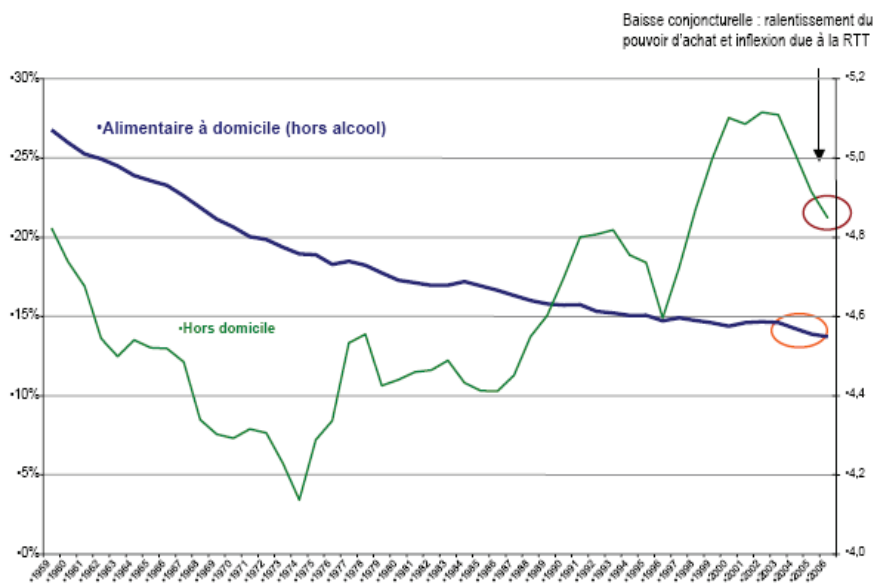
Selon l'enquête budget familles 2006 de l'INSEE, la part de la restauration hors domicile représente 22,3 % de la dépense alimentaire annuelle moyenne par ménage, soit 1 320 € sur 5 910 €. Dans la durée, la répartition des dépenses alimentaires domicile et hors domicile s'établit comme suit :

<sup>73</sup> Étude 3SC menée par Sociovision Cofremca.

<sup>74</sup> Blé Contact n° 210, avril 2009. Lettre d'information de l'AGPB.

<sup>75</sup> Hervé Élie Bokobza, *Les sept péchés capitaux, La communauté juive libérale*, www.cjl-paris.org.

Graphique 6 : Coefficients budgétaires de l'alimentation



Source : comptabilité nationale, INSEE.

Si l'arbitrage des ménages en défaveur de l'alimentation à domicile est flagrant, comme cela a déjà été souligné, il n'en va pas de même de la consommation hors domicile, dont les mouvements erratiques ne sauraient masquer la progression tendancielle de 1/6 à 1/5 environ du budget alimentaire total.

S'agissant de la restauration commerciale, l'institut TNS Sofres<sup>76</sup> a noté que depuis 2006, et malgré l'année charnière 2008 avec l'interdiction de fumer dans les lieux publics, les Français sont presque toujours aussi nombreux à fréquenter les établissements. En semaine, le nombre d'habitudes de sortie en Cafés, hôtels, restaurants, discothèques (CHRD) est passé de 2,2 moments en 2006 à 2 en 2009 et resté stable le week-end. Comme en 2006 (date de la précédente enquête) huit Français sur dix déclarent avoir des habitudes dans au moins un type d'établissements :

- les restaurants et grandes brasseries sont fréquentés par un Français sur deux - les non-fumeurs se montrent même davantage assidus pour déjeuner et dîner ;
- les cafés par quatre Français sur dix - c'est cependant dans ces établissements que les intentions de fréquentation sont le plus affectées par l'interdiction de fumer ;
- la restauration rapide par un sur trois ;
- les établissements de nuit (bars, discothèques) par 15 %.

<sup>76</sup> TNS SOFRES, étude « usages & attitudes » dressant le bilan de fréquentation des différents types de CHR, janvier-février 2009.

Les consommateurs ont néanmoins changé leurs habitudes : ils privilégient leurs lieux préférés et leurs moments de prédilection. Le plaisir, intimement liée à la convivialité entre amis ou collègues, demeure la motivation principale de fréquentation. Cette relative stabilité ne doit pas occulter que les sorties apparaissent comme un poste d'économies possibles et que près de la moitié des personnes interrogées estime que sa situation personnelle s'est dégradée par rapport à 2008.

Or, les Cafés, hôtels, restaurants (CHR) demeurent perçus comme des lieux chers. Les économies sont actuellement réalisées par l'abandon de consommations jugées plus accessoires que le déjeuner ou le dîner (café du matin ou de l'après-midi) mais aussi par le nombre de produits consommés. « Concrètement, un Français sur cinq continue à sortir en CHR mais cherche à réduire la note en supprimant un ou plusieurs items »<sup>77</sup>.

## 2.2. ... mais des critères de choix pérennes

Le choix d'un restaurant demeure prioritairement déterminé par la qualité des produits proposés, critère estimé « très importants » par 76 % des personnes interrogées, assez loin devant l'accueil (59 %) et la qualité du service (47 %), qui arrivent respectivement en deuxième et troisième positions. Si l'on y ajoute l'item « assez important », ces trois critères se situent cependant tous au-dessus de 95 %, témoignant ainsi de l'aspiration à une prestation globale de qualité. En outre, la cuisine inventive qui fait découvrir des saveurs nouvelles est préférée à la cuisine traditionnelle (54 % contre 47 %), en particulier par les jeunes (61 %).

Enfin, confirmant une donnée bien établie, la convivialité est préférée au luxe quel que soit l'âge et la profession de l'interviewé. Ainsi retrouve-t-on au travers de cette enquête d'opinion les deux piliers sur lesquels repose notre culture alimentaire et l'ouverture des jeunes aux saveurs nouvelles.

Au total, on peut considérer que les clients des restaurants recherchent de plus en plus un ensemble de services, c'est-à-dire, outre une cuisine de qualité, un accueil et un cadre chaleureux, la découverte de nouveaux mets et vins, le cas échéant locaux, servis dans une vaisselle originale, ainsi que toutes les explications et commentaires souhaitables à leur sujet.

Il appartient par conséquent aux restaurateurs de leur apporter ces différentes prestations ce qui n'est pas nécessairement chose aisée au regard de la multiplicité des compétences qu'elles requièrent.

C'est pourquoi, on constate l'émergence d'entreprises dont l'activité consiste à aider les restaurateurs à trouver les « bons créneaux » et améliorer leurs services pour répondre aux attentes de leur clientèle et à leurs évolutions. Il s'agit souvent de sociétés dédiées pour ce type de missions, mais aussi parfois de fournisseurs plus classiques. Parmi ces derniers, on peut mentionner à titre d'exemple le groupe Métro qui à l'origine ne proposait que des biens matériels (produits alimentaires, boissons, mobilier, vaisselle...) à ses clients mais qui aujourd'hui s'efforce de leur offrir des prestations complètes intégrant des conseils techniques. De même, Métro cherche à favoriser les échanges informels

<sup>77</sup> IFOP, sondage gastronomie réalisé pour la société Livre Hachette, janvier 2006.

entre les restaurateurs qui viennent s'approvisionner dans ses magasins, en y installant des espaces de convivialité, car il s'agit de professionnels indépendants qui, compte tenu de la nature même de leur métier, se trouvent peu en contact avec leurs collègues.

## B - UNE RESTAURATION COLLECTIVE QUI S'EFFORCE DE RÉPONDRE AUX ATTENTES

### 1. Un secteur disparate

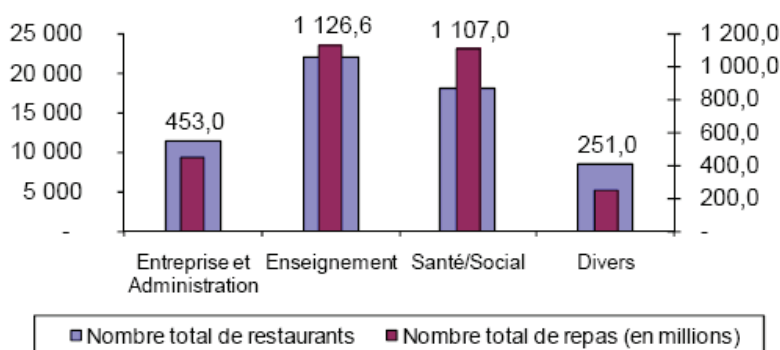
Second volet de la consommation hors domicile, la restauration collective permet aux personnels des collectivités publiques et privées de s'alimenter sur place à prix réduit. Elle comprend trois grands pôles :

- l'enseignement (de l'école maternelle à l'université) ;
- la santé et le social (hôpitaux, cliniques, maisons de retraite...);
- les entreprises et administrations.

Ainsi que des secteurs spécifiques (armée, établissements pénitentiaires, centres de vacances, de loisirs...).

En nombre de repas servis, les parts des différents secteurs s'établissaient comme suit en 2006 :

Graphique 7 : Le marché en nombre de repas



Source : GIRA Foodservice.

Selon les données 2008 de l'institut d'études GIRA Foodservice, le marché de la restauration collective génère un chiffre d'affaire annuel de 16,34 milliards d'euros soit environ 20 % du chiffre d'affaires total de la restauration hors foyer. Il représente 78 000 établissements et sert 1,2 milliard de repas chaque année pour un ticket moyen (prix payé par le consommateur) de 3,83 €.

En reprenant la classification opérée plus haut, il peut être précisé que le marché de la restauration collective se répartit comme suit :

- la restauration d'entreprises : 55 % du CA total ;
- la restauration scolaire : 23 % du CA total ;
- la restauration médico-sociale : 15 % du CA total ;
- divers (prison...) : 5 % du CA total.

Cette restauration, qui assure désormais un peu moins de la moitié des repas servis hors domicile, est assurée en gestion directe (64 %) ou concédée à une société de restauration collective (36 %) <sup>78</sup>.

Ce sont les différences des taux de délégation entre secteurs qui expliquent les dissemblances entre le graphique relatif au nombre de repas et les chiffres d'affaires réalisés par les groupes de restauration collective. Le service de restauration est en effet concédé à :

- 74 % dans les entreprises et administrations ;
- 36 % dans les établissements scolaires ;
- 27 % dans le secteur médico-social.

Ainsi les groupes qui se partagent le marché - Sodexo, Elior et Compass en sont les trois acteurs dominants - réalisent-ils la part la plus importante de leur chiffre d'affaires dans le troisième secteur en termes de repas servis, celui des entreprises et administrations.

La visibilité de ce segment de marché demeure imparfaite. Certaines entreprises assurent seules la restauration de leur personnel en gestion directe ou déléguée, d'autres se regroupent et confient collectivement la restauration des salariés à une entreprise spécialisée, d'autres encore, qui pour de multiples raisons (manque d'espace, environnement non propice, calcul financier...) n'assurent pas de restauration *in situ*, optent pour la formule du titre-restaurant. S'ajoutent à ces trois groupes les entreprises où rien n'est prévu pour la restauration du personnel : ni cantine, ni titre-restaurant, ni local dédié. La part que représentent ces établissements reste à déterminer.

Bien qu'elle ne représente qu'une partie de ce marché, une brève focale sur la restauration scolaire paraît triplement justifiée : elle constitue la part la plus importante de ce type de restauration en termes de repas servis (six millions d'enfants fréquentent les cantines de l'école maternelle au lycée, consommant chaque année plus d'un milliard de repas) ; il a été établi que les habitudes alimentaires s'acquièrent dès le plus jeune âge, au domicile d'abord, à l'école ensuite, enfin, pour beaucoup d'élèves les repas pris à la cantine constituent la source principale de nutriments nécessaires à leur développement (AFSSA).

---

<sup>78</sup> Le taux de délégation varie de 27 % (santé/social) à 74 % (travail) - Chiffres Gira Foodservice 2007.



Trois faiblesses ont été relevées par l'agence :

- une hygiène encore insuffisante (près de 20 % des établissements de l'éducation nationale ne proposent ni savon ni mode de séchage) ;
- un repas pris trop rapidement (dans plus de trois établissements sur quatre un élève passe en moyenne 16 à 30 minutes à la cantine alors que la circulaire relative à la composition des repas servis en restauration scolaire et à la sécurité des aliments, actualisée en 2001, préconise de prendre au moins 30 minutes pour déjeuner<sup>79</sup> ;
- un équilibre alimentaire imparfait (trop de plats riches en graisses, trop peu de viandes rouges et de poissons, teneur en calcium insuffisante des produits laitiers).

Les responsables de l'enquête ont toutefois souligné qu'en dépit des quelques insuffisances relevées, les repas pris à la cantine, en particulier en primaire, s'avéraient plus équilibrés que ceux pris au domicile.

Selon l'étude « restauration scolaire » conduite par l'AFSSA, 62 % des élèves des établissements publics du second degré et 85 % des élèves des lycées agricoles fréquentent la cantine chaque jour de la semaine. On doit en conclure qu'une grande majorité d'adolescents s'alimente le midi à la cantine, car à ces usagers quotidiens il faut ajouter ceux qui la fréquentent moins assidûment. Ce sont ainsi 72 % des adolescents qui déclarent déjeuner le plus souvent à la cantine en période scolaire<sup>80</sup>. 83 % estiment disposer de suffisamment de temps, signe d'un manque de connaissance de la durée souhaitable d'un repas, comme nous le verrons, mais 70 % d'entre eux préféreraient « déjeuner à la maison » s'ils avaient la possibilité de choisir le lieu de leur repas. Néanmoins, seulement 7 % de ceux qui déjeunent souvent à la cantine se déclarent personnellement « pas du tout satisfaits » et 33 % « plutôt pas satisfaits ». En d'autres termes, 60 % d'entre eux portent un jugement favorable sur les repas servis. Les pourcentages sont identiques sur l'ambiance et la qualité du « moment passé à la cantine ». L'évaluation générale portée par les collégiens sous forme de note se traduit par une moyenne de 12,1.

Cette appréciation mitigée corrobore en partie celle de l'AFSSA, pour des raisons qui ne sont pas nécessairement identiques.

## 2. Le rôle éminent de l'AFSSA

À l'occasion de cette même enquête, l'agence s'était en outre aperçue d'une plus forte fréquentation de la cantine chez les enfants de familles aisées. Des recommandations ont donc été émises à l'époque pour encourager l'accès à la restauration scolaire des enfants de milieux défavorisés. Les préconisations visaient également à améliorer la composition nutritionnelle des repas et éclairer les enfants sur l'importance de l'alimentation et de l'équilibre nutritionnel.

<sup>79</sup> Selon la diététicienne conseil Solenne Demanche un repas doit au moins durer 20 minutes pour satisfaire sa faim car « *il s'agit (...) du temps qu'il faut au cerveau pour comprendre que le corps s'alimente (...) si l'on mange en moins de 20 minutes on peut être sûr d'avoir faim pour le reste de la journée* », 20 Minutes, 11 juin 2009.

<sup>80</sup> Les collégiens et la cantine, sondage IFOP-Okapi, janvier 2008.

En 2004, l'AFSSA s'est ensuite prononcée en défaveur de la collation matinale systématique et indifférenciée à l'école, considérant qu'elle reposait sur des présupposés peu fiables, qu'elle était à l'origine d'un excès calorique qui ne peut que favoriser l'augmentation de la prévalence du surpoids et de l'obésité constatée depuis trente ans chez les enfants d'âge scolaire - estimée à 16 % en 2003, année de réalisation l'étude publiée en 2004 - et qu'elle pouvait entraîner des troubles du comportement alimentaire comme le grignotage en raison de l'influence majeure qu'exercent les habitudes alimentaires acquises au cours de l'enfance et de l'adolescence sur les comportements ultérieurs.

L'attention était en outre appelée sur le risque de voir certains parents ou enfants supprimer le petit-déjeuner si jamais la collation s'institutionnalisait. En revanche, l'adaptation à la diversité des situations locales et l'association ponctuelle d'activités pédagogiques à des repas structurés mobilisant à la fois les enfants et leurs familles étaient encouragées.

En 2005-2006 l'agence a entrepris d'évaluer la connaissance et l'application dans les établissements publics du second degré de la circulaire du 25 juin 2001 déjà mentionnée, qui comporte deux objectifs principaux, fixés après la révélation des déséquilibres constatés dans les années 1990 :

- améliorer l'équilibre alimentaire et la qualité nutritionnelle des repas servis ;
- assurer leur sécurité sanitaire.

Au-delà de l'organisation des restaurants scolaires, l'étude a notamment porté sur l'élaboration et le contrôle des menus, le choix des matières premières, la formation du personnel affecté à la restauration, l'éducation nutritionnelle et au goût des élèves ainsi que sur les questions d'hygiène et de sécurité.

Parmi les conclusions de l'étude, on relèvera que quasiment tous les établissements connaissent cette circulaire mais qu'une partie d'entre eux seulement, majoritaire toutefois, déclarent avoir pris des mesures pour son application. Si les contraintes de sécurité sanitaire mobilisent largement les établissements (procédures spécifiques, traçabilité des denrées, suivi médical du personnel, cahier des charges pour l'achat des matières premières...), il n'en va pas de même concernant l'équilibre alimentaire des repas servis (35 % l'ont intégré dans leur projet d'établissement, 25 % à 30 % font appel à une commission des menus, la même proportion a mis en place un plan de formation globale du personnel, le prix demeure le premier critère de choix des matières premières...), l'éducation nutritionnelle des élèves (20 % affichent des informations nutritionnelles à leur destination...) et l'accueil de ceux d'entre eux nécessitant des régimes particuliers (45 % ont mis en place au moins un Projet d'accueil individualisé (PAI)).

En conséquence, l'AFSSA a formulé plusieurs recommandations qui toutes sont susceptibles d'avoir un effet immédiat ou différé sur les pratiques des établissements et, plus tard, sur les comportements des collégiens et lycéens :

- mutualiser les moyens financiers et humains pour renforcer les compétences diététiques et/ou créer des groupements d'achats de matières premières ;

- améliorer la formation des personnels sur les questions de nutrition et d'équilibre alimentaire et placer les recommandations d'ordre nutritionnel sur le même plan que celles portant sur les aspects sanitaires ;
- créer et développer des outils d'aide à la constitution de menus et à la mise en place d'animations pédagogiques - dans ce cadre, les lycées agricoles privilégient déjà la cuisine régionale (80 %) et commencent à aborder le thème de l'agriculture biologique (57 %).

La sensibilité au bio et aux circuits courts progresse et ne touche pas que les établissements d'enseignement agricole. Depuis longtemps déjà certains maires, tel André Trigano à Pamiers, se sont engagés dans cette voie. Le premier repas entièrement bio a été servi dans la cantine scolaire de cette ville moyenne en janvier 2000. L'approvisionnement respecte une charte qualité « produits bio, frais et terroir ». En 2009, la ville de Saint-Étienne a mis à profit le renouvellement de la délégation de service public relatif à l'approvisionnement de quarante-sept cantines (2 500 repas servis par jour dans 95 écoles) pour introduire de façon progressive des produits bio locaux. Représentant 50 % de l'alimentation dès la première année, ils devraient en constituer la totalité dans sept ans. Ne voulant pas importer de produits bios par souci de cohérence, la municipalité a en effet préféré donner du temps aux filières locales pour se structurer. Cette modification de l'approvisionnement, préparée en amont par des études auxquelles ont été associées des associations de producteurs locaux et l'établissement d'un cahier des charges adapté, a nécessité des négociations contractuelles serrées car la proximité d'approvisionnement n'est pas un critère recevable dans un appel d'offres public. Le passage au bio ne se traduit pas nécessairement par une augmentation du prix des repas : l'expérience stéphanoise s'est accompagnée d'une baisse de 10 % en moyenne (25 % pour les revenus les plus modestes) en jouant sur plusieurs paramètres entrant en ligne de compte dans la formation du prix (fin de l'amortissement de la cuisine centrale, mise en concurrence des fournisseurs et prestataires...).

\*

\*

\*

Considéré dans son ensemble, le secteur de la consommation hors domicile est appelé à prendre davantage de poids si l'évolution qu'il a connu sur le long terme se poursuit. Au regard du Produit intérieur brut (PIB), tandis que les dépenses alimentaires des ménages à domicile passaient de 15 % à 9 % entre 1960 et 2007, celles de restauration doubleraient, passant de 2 % à 4 %, pour représenter en 2007 un marché de plus de 25,2 milliards d'euros d'achats alimentaires (70 % pour les aliments consistants, 30 % pour les boissons). Puisque la restauration hors foyer constitue un débouché stratégique pour les industries agroalimentaires (17 % des ventes en 2006) en raison de l'augmentation du nombre de repas pris hors domicile d'une part, des difficultés de la grande distribution d'autre part, lesdites industries vont devoir ajuster leur stratégie. De leur côté, les acheteurs de la CHD disposent d'un réel potentiel pour exiger de leurs fournisseurs (grossistes, producteurs...) <sup>81</sup> des réponses adaptées aux demandes des consommateurs en termes de qualité, de diversité et de goût. De la capacité de répondre ou de devancer les attentes nouvelles de clients de mieux en mieux informés et soucieux de l'hygiène comme de la qualité des produits qui consomment dépendra en grande partie le développement ou la stagnation du marché.

---

<sup>81</sup> La répartition des fournisseurs de la RHD en 2004 figure en annexe n° 4.

## CHAPITRE V

### LE CONSOMMATEUR CONFRONTÉ AU MARCHÉ DE L'ALIMENTATION ET SA MONDIALISATION

En quelques décennies, la France est passée de la juxtaposition de marchés alimentaires locaux, presque autarciques dans certains territoires, à un marché uniformisé. Aux produits du terroir se sont ajoutés et quelquefois substitués des aliments venant de toutes les parties du monde, entraînant des modifications dans la consommation courante. Les techniques de production et l'organisation de la filière ayant parallèlement progressé au point de pouvoir offrir toute l'année des denrées qui n'étaient jadis disponibles qu'à certaines saisons, le changement des habitudes alimentaires s'en est trouvé encore renforcé. En raison de son ampleur et de sa rapidité, du manque de visibilité des modes de production et de distribution qui ont rendu possible l'émergence de ce nouveau modèle, des crises alimentaires qui l'ont ponctuellement accompagné et de la montée en puissance des enjeux environnementaux, ce double mouvement commence aujourd'hui à être sérieusement remis en question.

#### I - UN MARCHÉ ALIMENTAIRE EN EXPANSION : LA POLITIQUE DE L'OFFRE COMME MOTEUR DE LA CONSOMMATION

L'explosion du marché alimentaire, pour récente qu'elle soit, plonge ses racines loin dans le passé. Nous ne remonterons certes pas au commerce des marchands phéniciens ni à l'épopée de la route de la soie, mais aux événements qui ont créé les conditions des échanges modernes. En aval, les circuits d'approvisionnement ont dû progressivement s'adapter et susciter la demande autant que se mettre en capacité d'y répondre.

##### A - LA GLOBALISATION DU MARCHÉ ALIMENTAIRE : UNE ACCÉLÉRATION PRODIGIEUSE

La mondialisation des échanges est consubstantielle de l'histoire des hommes, à leurs visions économiques et leurs choix politiques. C'est cependant les découvertes des scientifiques et les inventions des ingénieurs qui en ont bouleversé le rythme et la nature.

#### 1. Une mondialisation permanente

Le commerce entre voisins, l'importation de marchandises, de pratiques, de techniques, de coutumes, se perd dans la nuit des temps. Le néolithique est l'époque des premiers transferts et acclimatations d'espèces. Les systèmes alimentaires ont évolué au fil de ces transactions qui ont accompagné les progrès de l'agriculture et de l'élevage.

Celui de la zone méditerranéo-européenne va être profondément modifié avec la découverte de l'Amérique à la fin du XV<sup>e</sup> siècle. D'importants transferts d'espèces végétales et animales vont se produire d'Ouest en Est (pommes de terre, maïs, tomates, haricots ; dindon...) mais aussi, et même davantage, d'est en ouest (blé, canne à sucre, agrumes, bananiers ; cheval, bœuf, mouton...). La structuration et le développement de la traite atlantique entre l'Europe, l'Afrique et les Amériques va progressivement bouleverser la géographie alimentaire. Pour autant, les modèles de consommation vont se modifier avec lenteur, les doutes, les inquiétudes et les résistances culturelles des producteurs comme des consommateurs ne s'atténuant qu'avec la prise de conscience des avantages relatifs de ces produits nouveaux et exotiques. Autre facteur de la lente diffusion des produits ne pouvant être acclimatés : le coût et les difficultés de transport des denrées périssables sur de longues distances. C'est pourquoi ces nouveaux échanges alimentaires ont d'abord porté sur des produits rares comme les épices, le sucre, le café, le cacao... donnant ainsi naissance un commerce de luxe à destination d'une élite. Progressivement néanmoins, s'est constitué en Europe un système de consommation fondé pour l'essentiel sur des aliments venus d'ailleurs.

Un nouveau saut qualitatif va se produire au XIX<sup>e</sup> siècle, avec pour toile de fond la participation croissante de l'industrie aux activités agricoles et alimentaires, l'expansion européenne, avec pour expression emblématique la création et le développement des empires coloniaux, et le triomphe du modèle occidental de l'économie marchande, dont l'économie alimentaire n'est qu'une des composantes. Cette nouvelle configuration a débouché sur une seconde révolution alimentaire mondiale en raison de bouleversements concomitants dans le domaine des transports et de la conservation des aliments. La période agro-industrielle marque, pour les pays européens, la transition d'une économie de subsistance à une société de consommation de masse et à la mondialisation de l'économie alimentaire.

## **2. Un changement d'échelle apporté par la technologie**

L'application des découvertes scientifiques et industrielles à la production, aux transports et à la distribution a eu des conséquences incalculables.

Au niveau de la production agricole, grâce à la mécanisation toujours plus poussée et l'utilisation croissante d'intrants (engrais organiques puis chimiques, produits phytosanitaires), elle s'est traduite par une augmentation considérable des rendements et de la production. Dans un second temps, l'industrialisation des systèmes alimentaires a conduit au remplacement des produits fermiers par les produits industriels, puis à la multiplication des produits élaborés et prêts à consommer, censés répondre aux besoins de la société contemporaine. La part de l'industrie a alors peu à peu supplanté celle de l'agriculture dans les dépenses alimentaires.

Dans les transports, les innovations ont rendu possible un essor sans précédent du commerce des produits agricoles. La découverte et la mise en pratique de nouvelles sources d'énergie (vapeur, pétrole, électricité) et de nouveaux modes de propulsion (moteur à combustion interne) vont en effet démultiplier les possibilités d'acheminement des marchandises par voie terrestre, maritime, puis aérienne, dans de bonnes conditions et à un coût modéré. Se trouve ainsi aboli l'obstacle jusque-là dirimant de la distance pour le transport des produits frais. Cette barrière technique levée, les productions agricoles et alimentaires des pays jeunes et/ou éloignés des grandes zones de chalandise ont pu se développer dès le XIX<sup>e</sup> siècle, créant les conditions propices à l'émergence de marchés internationaux et à la poursuite de la diversification de la consommation alimentaire, du moins dans les pays à fort pouvoir d'achat. Cette globalisation du commerce agricole et alimentaire s'est en effet opérée sous le signe de la spécialisation régionale et de la division internationale de la production. Dans certains pays où les cultures vivrières ont été abandonnées et où les populations n'ont pas les ressources financières suffisantes pour accéder aux denrées disponibles sur le marché international, la diversité de l'alimentation a plutôt tendance à régresser, d'autant que la part des produits transformés progresse au détriment de celle des produits agricoles de base.

Les transports au long cours et le stockage de longue durée de denrées alimentaires réclament en outre des techniques de conservation qui n'ont cessé de se perfectionner depuis deux siècles<sup>82</sup>. L'appertisation<sup>83</sup> - puis la pasteurisation - c'est-à-dire la stérilisation par la chaleur des aliments placés dans des récipients hermétiquement clos (bocaux de verre ou des boîtes en fer blanc) a permis le développement de l'industrie de la conserve. L'invention de multiples procédés de réfrigération à partir des années 1830, puis la constitution de « chaînes du froid » grâce aux transports frigorifiques vont quant à elles rendre possible le transport à grande échelle de produits frais. Ces techniques seront complétées par le procédé de congélation rapide, c'est-à-dire la surgélation.

La chaîne du froid s'est progressivement étendue aux commerces et aux habitations par la généralisation des réfrigérateurs puis des congélateurs, bouleversant ainsi durablement les conditions de distribution et de consommation alimentaires.

Au total, il apparaît que la mondialisation du marché alimentaire est une histoire de long terme. La nouveauté réside essentiellement dans son accélération et l'ampleur prise par le phénomène, qui touche aujourd'hui tous les territoires. Cette mondialisation crée cependant de nouvelles complexités et de nouveaux déséquilibres dans les circuits de production et d'échange, tous les pays ne retirant pas des opportunités créées par le développement technique les bénéfiques qu'ils seraient en droit d'en attendre.

---

<sup>82</sup> Les techniques mises en œuvre depuis l'Antiquité (salaison, fumage, séchage, fermentation...), en dépit de leur efficacité, modifient les aliments et n'auraient pas permis le développement d'un marché mondial dans des conditions satisfaisantes en dépit du progrès des transports.

<sup>83</sup> Substantif construit à partir du nom de l'industriel français Nicolas Appert (1749-1841).

## B - LA RÉVOLUTION DES MODES D'APPROVISIONNEMENT DES CONSOMMATEURS

C'est dans la dernière décennie des Trente glorieuses, développement du parc automobile aidant, que le marché de l'alimentation s'est déplacé du centre vers la périphérie et que les magasins généralistes de grande puis de très grande taille ont supplanté les petits magasins spécialisés. Dominant encore le marché, les grandes enseignes doivent cependant faire face à l'émergence de nouveaux concurrents et l'évolution des comportements des consommateurs.

**1. Du petit commerce à l'hypermarché**

Le commerce de l'alimentation en France a connu de profondes évolutions structurelles depuis un demi-siècle. En 2003, « *les supérettes, petits magasins et commerces artisanaux (boulangeries, boucheries...), sont passées (...) en dessous de la barre des 10 %* »<sup>84</sup>. La même année, le sénateur Gérard Le Cam relevait que « *En 1980, 76 % des communes disposaient d'au moins un petit commerce, qu'il s'agisse d'un tabac (70 %), d'une épicerie ou d'une supérette (58 %), d'une boulangerie (42 %), d'une boucherie (39 %) ou encore d'un point de distribution de carburant (44 %). Aujourd'hui, près d'une commune sur deux (18 000) se trouve sans aucun commerce de proximité* ».

« *Naturellement, cette réalité a particulièrement affecté le commerce dans les zones rurales, qui a subi une véritable hémorragie. Plus de la moitié des communes comptant moins de 250 habitants et près du tiers de celle de 250 à 500 habitants ont perdu un commerce entre 1980 et 1998. Et si on tient compte des fermetures simultanées de plusieurs magasins, les plus petites communes ont ainsi vu disparaître les deux tiers de leurs commerces de proximité sur la période, et les communes de 250 à 500 habitants environ la moitié.* »<sup>85</sup> Si l'on observe l'évolution depuis 1963, date d'ouverture du premier hypermarché français à Sainte-Geneviève-des-Bois - le terme ne fut créé qu'en 1966 -, la diminution du nombre de commerces comptant moins de trois salariés est encore plus saisissante : 84 % des épiceries, 76 % des crémeries et 70 % des boucheries ont disparu entre 1966 et 1988. Selon les chiffres de l'INSEE, au cours de la période 1999-2007 la part de marché des commerces alimentaires spécialisés a encore reculé de plus d'un point, s'établissant à 9,3 % de la valeur de l'ensemble des produits commercialisables. Les grandes surfaces d'alimentation générale affichent une part de marché de 32,2 %, enregistrant elles aussi un léger fléchissement sur la période<sup>86</sup>. Le même institut note qu'en 2006 70 % des dépenses alimentaires ont été effectuées dans les grandes surfaces. En quelques décennies, la grande distribution a ainsi supplanté les commerces de bouche. Pourtant, paradoxalement, une enquête de l'Institut français d'opinion publique (IFOP) réalisé en 2008 révèle que la densité du commerce indépendant est jugée

<sup>84</sup> Michel Godet et Marc Mousli, *Vieillesse, activités et territoires à l'horizon 2030*, Conseil d'analyse économique, rapport n° 63, octobre 2006.

<sup>85</sup> Gérard Le Cam, exposé des motifs d'une proposition de loi tendant à préserver les services de proximité en zone rurale, annexe au procès-verbal de la séance du 15 janvier 2003.

<sup>86</sup> Voir INSEE Première n° 1198, juin 2008.



satisfaisante par 59 % des personnes (71 % auprès des 15-24 ans) et insuffisante par 41 % (48 % auprès des 50-64 ans).

## 2. Vers un nouveau nomadisme

La fréquentation massive des établissements de la grande distribution a-t-elle un caractère moutonnier ? Un simple regard sur les études de marchés permet de répondre par la négative à cette question. D'une part parce qu'environ la moitié des consommateurs déclare désormais fréquenter des enseignes proposant des produits à petits prix et que « *Là nous sommes en présence d'une mutation majeure ! Ce type de magasins existe depuis plus de vingt ans (...) Mais ces magasins spartiates semblaient voués aux foyers les plus démunis. Aujourd'hui, la grande nouveauté est que tout le monde y va ! Le renchérissement des prix (...) l'amélioration de la qualité des produits, l'accoutumance des clients y sont évidemment pour quelque chose. C'est aussi la traduction de la montée du phénomène du bas coût, ou low cost<sup>87</sup>* ». D'autre part, la diversification des modes d'approvisionnement est devenue un fait. Le nombre moyen de circuits de distribution fréquentés augmente avec l'âge et la taille du ménage, mais aussi avec les nouvelles générations, qui recherchent notamment la qualité en s'approvisionnant dans les commerces alimentaires spécialisés. Les achats effectués chez les maxidiscompteurs sont d'ailleurs très sélectifs car ils concernent essentiellement sinon uniquement des produits de base pour lesquels le prix modique et l'absence de marque ne sont pas perçus comme gênants. Les aliments pour lesquels le prix ou la marque apparaissent comme un signe ou une garantie de qualité sont préférentiellement achetés dans les grandes et moyennes surfaces.

Les analystes pensent qu'à l'avenir cette tendance à fréquenter plusieurs circuits de distribution, qui s'applique surtout actuellement aux générations nées entre 1977 et 1996, va se renforcer à l'horizon 2020 compte tenu de la puissance de l'effet générationnel. En dépit des tendances de fond évoquées initialement, tout se passe comme si les consommateurs faisaient preuve d'un comportement plus sélectif que routinier, fondé sur un arbitrage intégrant trois paramètres : la nature du produit, son prix et la qualité souhaitée.

Sur le plus long terme, on notera toutefois qu'à la montée en puissance des supermarchés a correspondu la diminution de la durée de préparation des repas. Or, c'est essentiellement dans ces magasins qu'ont été commercialisés les produits de l'industrie agroalimentaire « prêts-à-manger ». Bien qu'il ait été prétendu que l'émergence de ces produits répondait à de nouveaux besoins engendrés par les changements intervenus dans les modes de vie, il serait bien hardi d'affirmer qu'ils n'avaient pour objectif que de satisfaire une demande. La production alimentaire industrielle et le réseau de distribution qui l'a servie ont aussi mis en œuvre une politique de l'offre soutenue par le marketing et la publicité, qui n'a probablement pas été sans effet sur les modes de consommation. La structuration du réseau commercial a lui aussi influé sur l'alimentation et, partant, sur la production en amont.

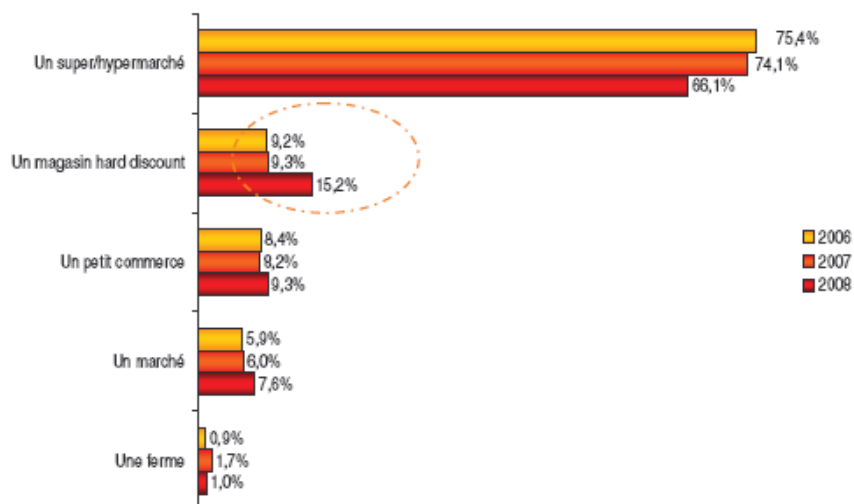
---

<sup>87</sup> Léon Salto, *Consommation, commerce et mutations de la société*, avis et rapport du Conseil économique et social, février 2007.

Cette évolution structurelle n'efface pas pour autant des tendances conjoncturelles peut-être appelées à se renforcer. Il serait audacieux de pronostiquer la mort prochaine des super et hypermarchés, mais ces surfaces de vente ont probablement vécu leur âge d'or. D'aucuns leur prédisent le sort des dirigeables, d'autres envisagent qu'ils seront les friches industrielles du XXI<sup>e</sup> siècle. Il est vrai qu'avec les difficultés économiques, les consommateurs ont tendance à les délaisser - ils exercent toujours une domination écrasante néanmoins - au profit des magasins de maxidiscount, voire des marchés de quartier, comme l'indique le graphique suivant, signe d'une demande de proximité et de qualité.

Graphique 8 : Évolution de la fréquentation des magasins d'alimentation

Chez qui vous approvisionnez-vous le plus souvent pour vos achats alimentaires en premier ?



Source : Baromètre alimentation 2006, 2007, 2008, ministère de l'Agriculture et de la pêche, CRÉDOC.

Comme cela a été souligné d'emblée, l'évolution la plus marquante de ces dernières années est l'augmentation sensible de la part des achats réalisés dans les magasins de maxidiscount, qui a plus que doublé entre 2001 (7 %) et 2008 (15 %), preuve tangible de l'importance croissante du facteur prix dans les décisions d'achat<sup>88</sup>. Les comportements dépendent aussi beaucoup du niveau de vie et du lieu de résidence des ménages. Alors que les plus modestes d'entre eux se tournent de plus en plus vers le maxidiscount (18 % en 2006, soit 4 points de plus qu'en 2001), les plus aisés n'y réalisent que 5 % de leurs achats alimentaires<sup>89</sup>. Les Parisiens plébiscitent les petits commerces de détail, dit « de proximité », dans lesquels ils réalisent près du quart de leurs dépenses alimentaires. Entre 2001 et 2006 la part des dépenses opérées dans les commerces de détail a d'ailleurs progressé dans la capitale alors qu'elle se

<sup>88</sup> Notons que les enseignes maxidiscount jouent aussi sur la proximité géographique.

<sup>89</sup> Vanessa Bellamy, Lèveillé, *Consommation des ménages, quels lieux d'achat pour quels produits ?*, INSEE Première n° 1165, novembre 2007.

réduisait partout ailleurs<sup>90</sup>. Cette différence de pratique résulte à la fois de la nature du tissu commercial parisien - en matière d'alimentation les ménages s'adaptent plus que pour tout autre achat à la nature de l'offre dont ils disposent localement - et du niveau de vie des ménages qui vivent à Paris, sensiblement plus élevé qu'ailleurs.

Enfin, alors que le taux de pénétration de l'Internet dans les foyers se poursuit, les achats de produits alimentaires effectués par ce moyen demeurent extrêmement marginaux.

#### C - L'IMPACT DE LA MONDIALISATION DES MARCHÉS SUR LES HABITUDES ALIMENTAIRES

Compte tenu de la charge symbolique qui affecte la nourriture et la gastronomie dans un pays comme la France, la crainte est forte d'une mise à mal des traditions culinaires qui porterait atteinte à l'identité culturelle. Plus que l'augmentation du nombre de restaurants exotiques, c'est bien la crainte d'un impérialisme culinaire nord-américain qui se manifeste et domine les débats, comme en ont témoigné, voici quelques années, les polémiques enflammées accompagnant la multiplication des établissements de restauration rapide sous l'effet de leur succès, alors que les premières implantations avaient plutôt été accueillies par un scepticisme amusé. La focalisation sur un aspect de la culture alimentaire américaine ne doit pas obérer une réalité beaucoup plus riche et complexe. Les cuisines, comme les produits, voyagent, s'implantent, se transforment, connaissent le succès ou l'échec. Ces mouvements doivent-ils faire craindre une uniformisation des denrées, des plats et des goûts ? Sont-ils un risque ou une chance ?

##### 1. La *world food* comme facteur d'uniformité et d'appauvrissement

Avec les mouvements de population, la baisse des coûts de production et de transport des aliments bruts ou préparés et les politiques conquérantes de certains industriels et commerçants comptent parmi les facteurs à l'origine de la mondialisation de l'alimentation et de la cuisine.

Elle n'est certes pas nouvelle. Voilà bien des années que le thé, le café, la bière ou le vin sont devenus les boissons « mondialisées ». La singularité du phénomène réside dans sa massification. Jadis réservés à une élite, les produits du monde sont aujourd'hui accessibles au plus grand nombre et les importations ne concernent plus exclusivement les produits exotiques. Abolissant le temps et l'espace, c'est-à-dire les saisons et les distances, elles permettent de disposer à tout moment de l'année, où que l'on se trouve, de denrées naguère disponibles uniquement dans certains territoires à certaines périodes. La division internationale de la production agricole a par ailleurs fait disparaître certaines cultures de pays ou de régions où elles étaient pratiquées, rendant ainsi obligatoires des importations qui auraient été dénuées de toute utilité voici quelques années. Ce découplage de la nourriture et du territoire où elle est produite a eu pour double conséquence une tendance à l'uniformisation des

---

<sup>90</sup> Ibidem.

modes alimentaires et une perte de repères signifiants, ceux par exemple des rituels liés à la saisonnalité. Cette perte de sens a été renforcée par d'improbables rapprochements gastronomiques et l'utilisation désinvolte de produits qui, par manque de discernement ou de réflexion, ont brouillé les repères sans véritablement engendrer ni donner sens à une nouvelle cuisine. À l'image de ce qui a été évoqué à propos des prises alimentaires, on peut, après d'autres, avancer l'idée que la mondialisation est facteur d'anomie. Ce n'est pas sa seule conséquence.

Avec l'industrialisation de la filière, les contraintes liées au conditionnement et au transport, le souci de ne pas heurter le goût des consommateurs étrangers et la volonté de présenter des produits esthétiquement séduisants, la mise à disposition planétaire des aliments s'assortit d'une standardisation et d'une homogénéisation des produits. Les légumes et les fruits, souvent cueillis avant d'arriver à maturité, sont calibrés, les préparations et les présentations normalisées.

Progressivement, les goûts des produits alimentaires transformés se sont homogénéisés eux aussi. Dans un second temps, par une exposition habituelle et prolongée aux mêmes produits, ceux des consommateurs ont suivi, quel que soit leur pays de résidence. Soucieux d'augmenter leurs parts de marchés ou d'en conquérir de nouveaux, les industriels de l'alimentation ont cependant pris soin, tout en élevant les seuils gustatifs de l'ensemble de leurs produits, de moduler les saveurs<sup>91</sup> en fonction des habitudes culinaires des clientèles visées.

Grâce à ces ajustements, les produits stéréotypés connaissent un grand succès, y compris en France, notamment auprès des jeunes générations. Symbole de l'industrialisation de la cuisine et repoussoir pour les pourfendeurs de la malbouffe<sup>92</sup> et de certains défenseurs de l'identité et des traditions culinaires, les chaînes de fast-food ont rencontré un public et un vrai succès commercial, sinon d'estime, dans notre pays.

---

<sup>91</sup> Suivant la classification traditionnelle, il existe quatre saveurs dites primaires, captées par les papilles gustatives de la langue et reconnues par le cerveau : sucré, salé, acide, amer. D'autres saveurs existent cependant (piquant, astringent...).

<sup>92</sup> Tiré du titre d'un ouvrage de Stella et Joël de Rosnay - *La Malbouffe : comment se nourrir pour mieux vivre*, Seuil, Paris 1981 - ce terme désignant des aliments pauvres en nutriments et déséquilibrés (trop fortes teneurs en graisses ou en sucres) a fait florès. Il est aujourd'hui communément employé pour désigner toute nourriture jugée mauvaise sur le plan diététique. Par extension, il a progressivement été utilisé pour qualifier les productions issues du modèle productiviste.

L'internationalisation de la nourriture a eu pour autre grand effet un appauvrissement des cuisines par des phénomènes d'abandon et de substitution. Ainsi la standardisation des produits et l'industrialisation de la production ont-elles contribué à éliminer du marché nombre de variétés de fruits et légumes ou de races animales répondant moins que d'autres aux souhaits ou aux exigences des acteurs de la filière.

À cet appauvrissement de la diversité s'ajoute l'émergence de nouvelles formes alimentaires qui, en s'imposant, se substituent aux précédentes pourtant plus diverses. La force du modèle international de ces cuisines sans frontières réside d'ailleurs dans le calibrage assez rigide d'un nombre limité de plats de conception relativement simple. Omniprésents, ils tendent à occulter une grande partie de l'offre alimentaire. L'habitude aidant, les consommateurs réduisent d'eux-mêmes, presque inconsciemment, le spectre des possibles. Ils varient leur menu dans un champ restreint et répétitif. Conformistes dans leurs goûts et leurs usages, ils hésitent à prendre des chemins de traverse ou à emprunter les routes d'antan, confortablement installés dans des pratiques d'autant plus rassurantes qu'elles sont uniformes et partagées par le plus grand nombre. On pourrait presque prétendre que ces comportements alimentaires standardisés procèdent d'une sorte de nouvelle identité planétaire.

## **2. La *world food* comme ouverture sur le monde**

Si les saveurs et les goûts ont des origines culturelles, rien n'interdit d'en proposer le partage ou de partir à leur découverte. Rien n'interdit non plus de s'abandonner aux plaisirs de la mode lorsqu'un plat ou une cuisine qui nous est étrangère se trouve pour une raison quelconque placé sous les feux des projecteurs.

Paradoxe parmi d'autres : alors que la cuisine française jouit d'une réputation qui a depuis longtemps franchi ses frontières, elle ne dispose d'aucun plat véritablement emblématique qui l'incarnerait et serait susceptible de la représenter. Le steak frites, par exemple, est autant belge que français. Or la cuisine mondialisée repose sur un petit nombre de plats qui ouvrent sur la cuisine de leur pays d'origine. La pizza napolitaine ou la paella valencienne invitent à goûter les cuisines italienne ou espagnole. Plus à l'est, le kebab<sup>93</sup>, devenu populaire dans un grand nombre de villes européennes, particulièrement en Allemagne en raison de la présence d'une importante communauté originaire de Turquie, est l'étendard de la si riche cuisine turque. En Extrême-Orient, les produits-vedettes que sont les rouleaux de printemps de Chine ou du Vietnam et les sushis japonais ont à leur tour traversé les continents et franchi les océans. Bien des années auparavant, le sandwich anglais, puis son avatar américain le hamburger, symbole absolu avec la pizza de la mondialisation alimentaire, s'étaient déjà répandus loin de leurs bases dans de nombreux pays. Le succès de tous ces plats ne peut pas s'expliquer par le seul génie du commerce et de la

---

<sup>93</sup> Signifiant en turc « viande grillée », le kebab désigne dans les pays de l'ancien empire ottoman et dans les pays musulmans d'Asie des plats à base de viande grillée. En France et dans d'autres pays d'Europe occidentale, il désigne surtout une sorte de sandwich garni de viande grillée à la broche (döner kebab).

communication. Il sanctionne aussi l'attrait de la nouveauté et le goût de la découverte présents en chacun de nous. Un marché puis une demande se créent à partir de cet enrichissement de la palette des saveurs.

Au plan industriel, la globalisation du marché alimentaire a débouché sur un accroissement considérable des références, donc une augmentation de la variété des goûts. Elle s'est en outre accompagnée d'une différenciation des produits suivant les pays de leur commercialisation. Selon Franck Lehuédé, économiste au CRÉDOC, « *Les géants de l'agroalimentaire finissent par mener de véritables politiques de segmentation pour des niches de consommateurs* »<sup>94</sup>. Cette recherche de la meilleure adéquation possible aux particularités locales, également pratiquée par la grande distribution, profite aussi aux produits régionaux, les références locales étant environ deux fois plus nombreuses dans les rayons que celles des grands groupes.

L'évolution de la stratégie mise en œuvre par les producteurs pour séduire un maximum de clientèles tempère ainsi l'accusation d'uniformisation des produits et des goûts développée dans un premier temps. Pour reprendre en partie la conclusion de Franck Dedieu : « *En fait, la globalisation standardise le processus de production, le conditionnement, la mise sur le marché* ». Selon cette vision cependant, le consommateur est réputé échapper à tout formatage, ce qui nie implicitement la réalité des modèles alimentaires et apparaît du même coup réducteur : les décisions des consommateurs ne sont jamais individuelles.

L'internationalisation des marchés alimentaires n'apporte pas que la variété. Elle s'accompagne aussi d'intégration et de métissages croisés.

Bien que l'exemple soit déjà ancien, il mérite d'être rappelé : les cuisines régionales qui se sont élaborées au fil des derniers siècles, en particulier du XIX<sup>e</sup>, et qui nous apparaissent comme la quintessence de la tradition, ont accouché de plats dans la composition desquels entrent presque toujours des produits importés du continent américain : pommes de terre, tomates, haricots... ceux-là mêmes qui servent à confectionner le cassoulet toulousain par exemple. Le foie gras n'est plus issu de volailles engraisées avec des figues, mais avec du maïs, venu lui aussi d'outre-Atlantique. C'est bien en s'appropriant ces produits venus d'ailleurs, en les intégrant à des recettes anciennes et en les travaillant suivant des techniques propres à chaque région que ce sont modifiées et enrichies les cuisines des différents terroirs français. Les produits plus récemment importés et utilisés par les cuisiniers professionnels comme par les particuliers continuent de servir l'invention et le renouvellement culinaires.

L'appropriation s'exerce aussi aux dépens - ou au bénéfice - des plats les plus standardisés de la *world food* pour répondre à des demandes locales. Les icônes de ce modèle que sont les pizzas et les hamburgers sont ainsi métissés à l'infini et, par cette élasticité, deviennent les plus parfaits exemples de plats transculturels. Ce sont aussi des supports potentiels, donc des débouchés, pour des productions locales.

---

<sup>94</sup> Cité par Franck Dedieu, in *La mondialisation uniformise les produits*, L'Expansion, 1<sup>er</sup> septembre 2004.

Les métissages peuvent également porter sur les modèles alimentaires. L'exemple le plus fréquemment cité est celui du repas chinois ou vietnamien, que les restaurateurs ont dû adapter à des normes qui leur sont étrangères (entrée-plat-dessert ; service à la portion...) pour les rendre acceptables aux clientèles européennes.

Les recompositions permanentes des cultures alimentaires vont donc de pair avec leur mondialisation. Elles sont autant créatrices que destructrices, répondent à une demande où la génèrent et peuvent redonner vigueur à des traditions agricoles et culinaires en perte de vitesse, voire en grande difficulté, par la stimulation qu'elles apportent.

### **3. Des découvertes exotiques à la redécouverte du terroir**

Peut-être par lassitude de la cuisine bourgeoise, plus sûrement par la volonté de se singulariser et de développer des pratiques communes qui sont autant de signes de ralliement, ce sont surtout les jeunes qui semblent disposés à s'ouvrir aux cuisines et aux cultures du monde, en particulier asiatiques. Eux aussi qui se montrent les plus sensibles aux produits transculturels, américains pour la plupart, qui permettent tout ensemble d'échapper à sa culture alimentaire d'origine et de se fondre dans une autre, qui appartient à tous et à personne, mais reste lui aussi un moyen de reconnaissance générationnelle.

On peut néanmoins penser que l'on a affaire à un simple décalage temporel, à un effet d'âge ou de génération. Les cuisines d'Afrique du Nord et d'Afrique noire, d'Amérique du Sud des Caraïbes sont consommées par tous les curieux, tous ceux qui veulent pimenter leur quotidien, quel que soit l'âge de leurs artères, par des saveurs inhabituelles qui invitent au voyage. Il est à cet égard significatif qu'année après année, le couscous se retrouve aux toutes premières places du hit-parade des plats préférés des Français dans les enquêtes d'opinion. Belle preuve de pluralisme culturel pour un pays si fier de sa gastronomie et revendiquant si volontiers ses traditions culinaires, au risque de paraître cocardier.

Pour autant, le grand vent de la mondialisation qui souffle de tous les horizons, promeut une cuisine universelle et bouscule les repères les mieux établis. Il incite en réaction à un retour vers ses racines. L'ouverture au monde a ainsi pour pendant une réaction de repli nourrie par la crainte d'une dissolution des schémas alimentaires familiaux. Dans ce contexte d'acculturation et d'uniformisation du mode d'alimentation, ce sont les terroirs, avec leurs particularismes, qui apparaissent comme les plus à même de parer à une crise identitaire : on voyage à l'étranger, on se ressource à la campagne.

En même temps qu'on découvre de nouvelles saveurs exotiques et que l'on consomme toujours davantage de produits pré-cuisinés et emballés, on redécouvre les produits du terroir, voire fermiers, qui, loin des logiques industrielles faisant fi de l'espace, réconcilient productions et territoires. Le lien quasi ontologique qui unit soudain ces deux dimensions renvoie au combat de la « nouvelle cuisine » porté par Henri Gault et Christian Millau dans les années quatre-vingt, et confère aux produits du terroir toutes les vertus : simples, sains, authentiques, naturels, vecteurs d'un art culinaire dénué d'artifices. Le

consommateur accorde dès lors une grande importance aux productions localisées. Fondées sur des circuits courts, faisant intervenir des acteurs identifiés et relativement peu nombreux, elles sont pour lui synonymes de qualité et de sécurité alimentaire. Proposant des produits identitaires, ancrés dans un territoire, une tradition, une culture, elles apportent en miroir une réponse au « prêt-à-manger » international.

La mondialisation des échanges et le modèle bâti autour des industries agroalimentaires et de la grande distribution profitent aussi de manière inattendue à ces productions locales. D'une part les savoir-faire locaux peuvent s'exercer sur des matières premières exotiques et donner ainsi naissance à de nouveaux produits régionaux ; d'autre part les PME, TPE et entreprises artisanales peuvent tirer bénéfice des infrastructures existantes.

Quels que soient leurs statuts, en effet, des marchés existent pour ces produits régionaux de fabrication domestique, artisanale ou industrielle : des diversifications s'opèrent, des gammes de produits se constituent et leur distribution est davantage assurée aujourd'hui par les grandes surfaces que par les magasins spécialisés. Comme ces productions connaissent un réel succès commercial, y compris à l'exportation, des distributeurs ont même décidé de créer leurs propres lignes de produits du terroir.

Tous étant distribués par de grandes enseignes, force est de constater que le quadrillage commercial mis en place pour distribuer les produits transformés de l'agro-industrie a en définitive permis aux productions locales de s'exporter et, ainsi, de mieux résister à la pression qu'exercent les grands groupes dans une économie de marché de taille mondiale.

## **II - UN PROCHAIN RETOUR DE BALANCIER ?**

Le métissage des cuisines et le retour en grâce des productions affirmant une forte identité régionale constituent déjà une première réponse à la globalisation du marché alimentaire, en grande partie fondée sur la transformation des produits à l'échelle industrielle. En réaction aux évolutions récentes, le comportement des consommateurs est également susceptible de s'infléchir par la peur et le plaisir.

### **A - LA PEUR EST-ELLE BONNE CONSEILLÈRE ?**

Deux types de craintes ont marqué les esprits ces dernières années : les crises alimentaires (Encéphalite spongiforme bovine (ESB), fièvre aphteuse, grippe aviaire) et, plus structurelles, les menaces avérées qui pèsent sur l'avenir de la planète. Les angoisses que suscitent ces événements et ces révélations ont au moins pour effet positif de réveiller l'intérêt des citoyens-consommateurs pour des sujets qui concernent leur avenir et celui de leurs enfants et d'affermir de légitimes exigences et attentes en termes d'information et d'action. Aident à cette prise de conscience les progrès de la science en général et de la médecine en particulier, qui au fil des publications et des congrès apportent des éléments d'information nouveaux sur les liens existant entre santé et alimentation.

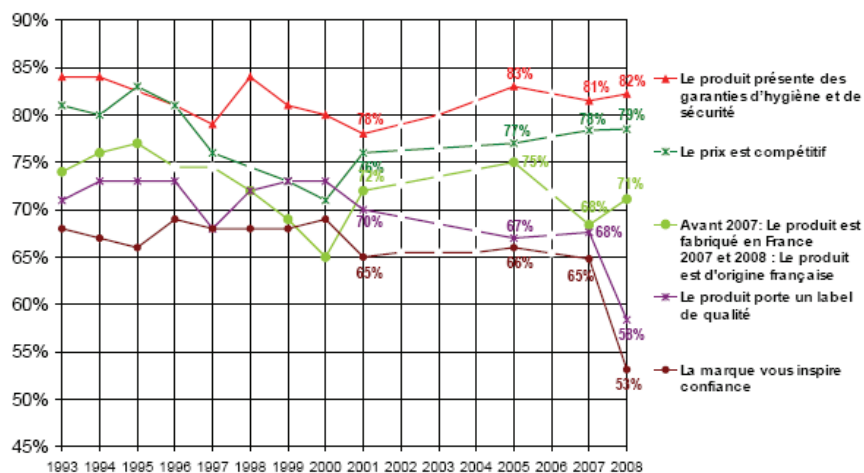


Les préoccupations se concentrent aujourd'hui sur la santé et l'environnement. Sans s'exclure l'une l'autre, ces préoccupations relèvent néanmoins de démarches singulières.

### 1. Des produits qui inquiètent et une alimentation qui se médicalise

Depuis 1993 et tout particulièrement en 2000, la hiérarchie des critères d'achat a beaucoup évolué suite aux crises alimentaires. Dans la synthèse d'une étude publiée en 2008, il est précisé que « seules les garanties d'hygiène et de sécurité reste invariablement le premier critère devant le prix »<sup>95</sup> ainsi qu'en témoigne le graphique suivant.

Graphique 9 : Raisons d'acheter un produit



Source : Marché de Rungis - CRÉDOC, enquête consommation juin 2008.

Il n'est dès lors pas étonnant de constater dans le baromètre alimentation 2008, réalisé par ce même centre de recherche pour le compte du ministère de l'Agriculture et de la pêche, que la part de l'échantillon représentant les « confiants », selon la classification opérée par le CRÉDOC, ne représente que 8 %. Dans une enquête réalisée deux ans auparavant par l'IFOP, 50 % des Français considéraient pourtant que la qualité des produits alimentaires avait évolué positivement depuis dix ans, soit dix points de plus qu'en 2000 ; 37 % partageant à l'inverse le sentiment d'une dégradation de la situation<sup>96</sup>. Ainsi, le sentiment majoritaire d'une amélioration qualitative de la production alimentaire ne se traduit-il pas par une augmentation concomitante de la confiance.

<sup>95</sup> Pascale Hébel, *Alimentation, entre tensions économiques et exigences des consommateurs*, CRÉDOC, troisième édition des entretiens de Rungis - 23 septembre 2008.

<sup>96</sup> *Les Français et les risques alimentaires*, IFOP pour *Dimanche Ouest-France*, octobre 2006.

Il est vrai que les crises alimentaires précédemment mentionnées ont engendré de fortes inquiétudes en matière de sécurité alimentaire. En 2007, une étude concernant les craintes des Français sur les risques alimentaires<sup>97</sup> faisait apparaître que plus d'un Français sur deux était très ou plutôt inquiet (respectivement 12 % et 40 %) des effets de l'alimentation sur sa santé. Ce pourcentage révèle une crainte pour partie irrationnelle car elle s'avère bien supérieure à celle d'un accident de la route (34 %) alors que ceux-ci sont encore responsables de plusieurs milliers de morts par an. Il reste que seulement un cinquième de la population (21 %) déclare n'éprouver aucune inquiétude à l'égard des aliments qu'elle consomme.

L'un des statisticiens responsables de l'étude note que « *les Français appréhendent en premier lieu ce qu'ils ne voient pas, à savoir les pesticides, les substances chimiques et toxiques*<sup>98</sup> », ce qui explique que l'on retrouve en tête des inquiétudes les risques liés à la pollution de l'air et de l'eau (57 %). L'enquête témoigne également de l'attachement croissant de la population pour la traçabilité du produit du champ à l'assiette (43 % des plus de 35 ans citent cet élément comme premier critère), son origine (40 %), le respect de l'environnement par l'agriculteur (32 %).

C'est de ce dernier, qui se trouve au plus près des produits, que le consommateur attend les informations. 52 % des personnes interrogées estiment en effet que les agriculteurs sont les plus légitimes dans ce rôle, au même titre que les scientifiques (50 %), qui bénéficient pour leur part d'une autorité que leur confèrent la rigueur et l'objectivité dont on les crédite. L'État souffre pour sa part d'un déficit de crédibilité puisque seulement 28 % des Français l'estiment capable de répondre à leurs interrogations.

En revanche, si l'on quitte le terrain de l'information pour celui de la confiance faite aux acteurs de la sécurité alimentaire, les réponses diffèrent. La plus grande confiance pour garantir la sécurité des produits alimentaires est en effet accordée aux associations de consommateurs (89 %), devant les agriculteurs et les éleveurs (80 %) et les pouvoirs publics (65 %). Le plus mauvais résultat est obtenu par l'Union européenne (54 %)<sup>99</sup>, ce qui donne à penser qu'aucune crise de confiance profonde sur la capacité d'agir des différents acteurs de la filière ne fait écho aux inquiétudes exprimées par ailleurs par la population.

---

<sup>97</sup> Enquête réalisée par l'IPSOS pour le compte de l'Agri Confiance (association de coopératives agricoles réunissant plus de 31 000 producteurs), publiée en septembre 2007.

<sup>98</sup> Cette observation recoupe l'enquête IFOP de 2006 qui relevait que les nitrates et pesticides contenus dans l'eau représentent le premier des risques perçus en matière de santé alimentaires, 51 % des personnes interrogées plaçant ce risque au premier rang de leurs inquiétudes, loin devant les OGM (37 %), la rupture de la chaîne du froid (25 %) et la contamination des animaux à la base de la chaîne alimentaire (moins de 20 %). Depuis lors, le CRÉDOC a relevé une forte montée de l'inquiétude sur les traitements des cultures et une baisse sur les OGM.

<sup>99</sup> Voir annexe n° 7.

S'agissant des produits, la confiance des consommateurs s'exprime pour ceux bénéficiant de l'appellation « bio ». Cette confiance a augmenté de dix points entre 1998 2008, passant de 60 % à 70 %. Elle n'est inférieure à 50 % qu'auprès de ceux qui n'en « consomment jamais », alors que ceux qui en « consomment rarement » leur accordent leur confiance à 64 %. Le principal reproche adressé à ces produits est leur cherté : même si certains sont disposés à passer outre, 94 % les estiment trop chers, soit une progression de quinze points par rapport à 1998.

À l'attention portée à la sécurité alimentaire s'ajoute le souci chaque jour plus pressant d'une alimentation contribuant à notre bonne santé.

Dans le baromètre alimentation 2008 déjà cité, 20 % de la population, soit la part la plus importante de l'échantillon, juste derrière les 23 % qui s'en tiennent à une vision résolument utilitariste - « *il faut manger pour vivre* » -, considèrent que l'alimentation doit avant tout être un moyen de prévenir les problèmes de santé. Le résultat est encore plus significatif lorsqu'on aborde la question sous l'autre angle possible. À la question « *Pouvez vous me dire parmi les comportements suivants ceux qui, selon vous, sont les plus importants pour préserver sa santé ?* » 76 % des personnes interrogées répondent « *une alimentation variée, saine et équilibrée* », signe que les consommateurs sont de plus en plus conscients d'être leur premier médecin en veillant à la composition de leur alimentation. La deuxième réponse la plus citée (la pratique régulière d'un sport) arrive loin derrière, ne recueillant que 51 % des suffrages. Très étonnamment, le suivi régulier par son médecin n'obtient que 27 % de réponses, preuve supplémentaire s'il en était besoin, du rôle éminent que l'on accorde désormais à l'alimentation dans la préservation de sa santé<sup>100</sup> (cette question fait l'objet dans le premier paragraphe du chapitre VI, consacré au lien alimentation/santé).

Si l'on peut raisonnablement penser que les crises alimentaires ont puissamment contribué à renforcer cette attitude, la forte croissance des cas d'obésité d'une part, l'idéal de minceur comme norme sociale d'autre part ont aussi concouru à sensibiliser les consommateurs au lien entre alimentation et santé.

Toutefois, la réduction de l'alimentation et/ou de la prise de produits diététiques ne répond pas qu'à des impératifs de santé. Dans la publication déjà citée, Thibaut de Saint Pol observe que « *Ce ne sont pas les individus qui sont le plus en surcharge pondérale qui suivent le plus de régimes amaigrissant* », preuve que les pratiques alimentaires, en dépit des discours convenus sur la santé, obéissent aussi à des objectifs autres que sanitaires : la présentation de soi, par exemple, en accord avec un modèle d'esthétique corporelle socialement valorisé.

---

<sup>100</sup> *Les Français et l'alimentation*, Enquêtes TNS SOFRES réalisée pour l'ANIA, février 2008. Dans le questionnaire auquel il est fait référence ici, les personnes interrogées avaient la possibilité de donner trois réponses.

Dans l'ensemble de la population, le « bien-consommer » est volontiers assimilé à l'observation des règles édictées par le PNNS, à la consommation des produits bio et à l'application de critères conformes au développement durable dans le choix des produits. Bien que les consommateurs soient globalement favorables à ces orientations, ils peinent cependant à passer à l'acte, nombreux étant ceux pour qui le prix reste le critère de choix primordial. Pour autant, 75 % des Français déclarent être personnellement « tout à fait » ou « plutôt » incités à choisir un produit alimentaire plus cher que ses concurrents si celui-ci a une influence bénéfique sur leur santé. Il s'agit même du premier des critères incitatifs. C'est malgré tout parmi ceux qui affichent nettement ce souci d'alimentation-santé que l'on trouve les consommateurs les plus attentifs à la composition des produits, sa traçabilité, l'existence d'une garantie de respect du bien-être animal, et qui sont prêts à payer plus pour l'environnement (CRÉDOC).

L'utilisation de l'alimentation comme moyen de prévention de la morbidité n'est pas seulement encouragée par les médecins et les pouvoirs publics. Les industriels de l'agroalimentaire ont compris tout l'avantage qu'ils peuvent tirer de l'argument santé et mettent sur le marché des produits comportant quelques particularités attractives de ce point de vue (oligoéléments, vitamines, oméga 3...), que le consommateur est prêt à payer plus cher compte tenu du bénéfice qu'il espère en retirer pour son bien-être et sa santé. À ce titre, l'industrie alimentaire, en s'inscrivant dans le processus global de promotion de la santé, participe activement à la médicalisation de l'alimentation sinon de la société.

Cette convergence des discours a alerté un certain nombre de médecins et de sociologues qui ont attiré l'attention sur les dangers d'une médicalisation excessive de nos comportements alimentaires, en soulignant notamment le risque de préconisations de santé publique prématurées car fondées sur des connaissances insuffisamment établies et celui d'un renforcement du contrôle social. Sous l'angle sociologique, les contestations s'inscrivent « *toutes de façon plus ou moins explicite (...) dans le prolongement des analyses de Michel Foucault qui voyait dans la médicalisation un processus par lequel "le pouvoir médical se mettait au service du contrôle de la société"* ». Petr Skrabanek (1995), l'un des plus virulents critiques de ces tendances de la médecine moderne écrit : « *les chemins qui mènent à la perte des libertés sont innombrables. L'un d'eux porte l'indication - santé pour tous -<sup>101</sup>.* ». Appliquée à l'alimentation, cette tendance à la médicalisation porte en elle le danger d'une occultation de deux dimensions majeures également liées à l'acte de se nourrir : le plaisir du goût et celui de la sociabilité, toutes deux participant du modèle traditionnel français, composante non négligeable de notre identité culturelle. Les inquiétudes doivent à cet égard rester mesurées car partout les habitudes alimentaires changent avec lenteur. Or, comme nous l'avons déjà signalé, la dimension nutritionnelle de l'alimentation, dominante dans les pays

---

<sup>101</sup> Jean-Pierre Poulain, *Manger aujourd'hui. Attitudes, normes et pratiques*, Éditions Privat, Paris 2000. lemangeur-ochoa.com.

anglo-saxons, se trouve reléguée au second plan dans le modèle français, essentiellement fondé sur les plaisirs du goût et de la convivialité.

## 2. L'émergence de préoccupations environnementales

Malgré un militantisme de longue haleine de la part d'associations et de personnalités convaincues depuis des années de la nécessité de changer notre mode de production et de consommation, ce n'est que depuis peu qu'émergent avec force des préoccupations nées de la dégradation parfois irréversible de notre environnement. Cette sensibilisation globale (réchauffement de la planète, épuisement des ressources naturelles, appauvrissement de la biodiversité...) touche aussi l'alimentation par une perception du développement durable qui se renforce : 77 % des Français considèrent que c'est une « *idée qui a de l'avenir* » alors que 22 % d'entre eux estiment qu'il s'agit d'une « *idée à la mode* »<sup>102</sup>. Le taux de non-réponse particulièrement bas (1 %) mérite d'être souligné s'agissant d'un concept complexe qui, il y a quelques années encore, suscitait au mieux une grande perplexité. Les plus enthousiastes à son égard sont les 15-24 ans (81 %) ; les plus sceptiques les artisans, commerçants et chef d'entreprise d'une part, les agriculteurs d'autre part, (respectivement 32 % et 30 % d'entre eux continuent de considérer qu'il s'agit plutôt d'une idée à la mode). Le questionnaire complémentaire sur le niveau d'engagement personnel dans la protection de l'environnement a conduit l'institut de sondage à considérer que 36 % des Français sont impliqués dans la protection de l'environnement et que 52 % d'entre eux sont sensibilisés à la question.

L'éveil à ces problématiques apporte un élément de compréhension de plus sur l'augmentation de la consommation de produits bio : près d'un tiers de la population consomme déjà ces produits mêmes s'ils coûtent plus cher, plus de 40 % le font déjà, même rarement, ou se déclarent prêts à le faire quand ils ne sont pas encore passés à l'acte ; un quart déclare ne pas le faire et n'être « *probablement pas prêt(e) à le faire* ». Le souci croissant des équilibres environnementaux, le respect du bien-être animal ou encore la recherche d'une alimentation moins grasse conduisent aussi davantage de personnes à réduire leur consommation de produits carnés.

En réponse aux enjeux environnementaux, il est encore trop tôt pour mesurer l'impulsion donnée par le Grenelle de l'environnement en faveur de nouveaux modes de production et de consommation. Sans être exagérément optimiste on peut cependant gager que les engagements pris par l'ensemble des acteurs du système et les incitations plus ou moins fortes décidées en faveur de produits et des filières satisfaisant les attentes d'un nombre croissant de consommateurs soucieux de la qualité de leur alimentation seront suivis d'effets.

À l'interface de la production et de la consommation se trouve, via la distribution notamment, l'information délivrée au consommateur. En prenant exemple sur l'électroménager, les partenaires se sont engagés à donner au consommateur une information sur la fabrication des produits qu'ils achètent au regard de l'environnement, en s'appuyant sur un dispositif de notation ou de

---

<sup>102</sup> TNS SOFRES, 2008, op cit.

certification environnementale. La généralisation des informations de ce type sur l'ensemble produits et services est susceptible d'emporter, à terme, des conséquences considérables sur les pratiques d'achat. En perspective se trouve la généralisation du « prix carbone » ou du « prix écologique » destiné à informer le consommateur de l'empreinte environnementale des biens qu'il achète et, dans un deuxième temps, une éco-contribution concertée.

Les travaux du comité opérationnel n° 23, dit « consommation », se sont précisément concentrés sur cet étiquetage écologique et cet éco-sensibilisation, considérés comme les éléments les plus novateurs, les plus emblématiques et les plus structurants pour l'avenir. Cet avenir est en réalité très proche car il est prévu que les informations essentielles relatives à l'environnement soient délivrées par l'étiquetage avant la fin de l'année 2010. Ces éléments de connaissance devraient concerner le contenu en équivalent carbone du produit et de son emballage, mais aussi les ressources consommées et l'impact sur les milieux résultant de sa production et de sa commercialisation. Le 4 décembre 2008, dans le cadre de la présidence française de l'Union européenne, le Conseil de l'Union a adopté les conclusions du paquet « consommation et production durable », dans lesquelles il a reconnu l'intérêt de cette démarche d'affichage du contenu en carbone des produits. Il est par ailleurs indiqué que, dans ce cadre, il appartiendra à la Commission d'organiser « *le plus rapidement possible* » l'échange d'expériences entre États-membres en vue de définir des méthodologies communes. La France, qui fait partie des pays en pointe dans l'expérimentation de l'étiquetage carbone des produits, ainsi que l'a rappelé le comité opérationnel, à vocation à y contribuer activement.

Sensibilisés à l'ensemble de ces données, les consommateurs vont plus que jamais jouer un rôle de prescripteurs et influencer sur la partie amont de la chaîne, à savoir le transport - dont il sera question plus loin - et la production. L'agriculture locale de qualité, dont les référentiels restent toutefois à préciser, pourrait bénéficier de ce mouvement car des débouchés existent, en particulier dans la restauration collective, comme cela a été mentionné dans le chapitre précédent.

Parfaitement consciente des enjeux environnementaux d'une part, de l'évolution de la demande d'autre part, la profession agricole, à l'occasion du Grenelle de l'environnement, s'est notamment engagée à satisfaire les attentes environnementales de la société. C'est pourquoi le groupe IV du Grenelle, chargé de réfléchir à des modes de production et de consommation durables, s'est accordé sur la nécessité de mettre en place de manière concertée au niveau local une démarche de certification/notation environnementale s'intégrant dans le cadre des objectifs nationaux de protection de l'environnement et de la santé. Les référentiels établis sur cette base devront définir des dispositions techniques concernant les intrants, la biodiversité, les paysages, les sols, l'énergie et les déchets. Il est prévu que les grilles distinguent au moins un niveau minimal ayant vocation à s'appliquer à la plus large majorité possible des agriculteurs et un niveau dit de « Haute valeur environnementale » (HVE) avec des exigences renforcées. Le but visé est d'intégrer 50 % des exploitations dans cette démarche d'ici à 2012.

La filière bio a quant à elle été l'objet d'un travail spécifique conduit par le comité opérationnel « Agriculture et alimentation biologique ». Convaincu de la nécessité de développer la filière, celui-ci a attiré l'attention des pouvoirs publics sur les risques d'un décalage trop important entre la progression de la demande de produits issus de l'agriculture biologique et une offre nationale qui, en raison notamment d'inerties structurelles, n'est pas actuellement en mesure d'y répondre. D'un renforcement de ce déséquilibre résulterait deux effets pervers : un recours croissant aux importations et une augmentation durable des prix. Par ailleurs, l'analyse du cycle de vie des produits révèle que les émissions de gaz à effet de serre liées à la production d'un kilo de nourriture varient suivant le mode de production. Dans des travaux publiés en 2004, l'Institut français de l'environnement (IFEN) a ainsi indiqué qu'en système bio « *les émissions de CO<sub>2</sub> et de N<sub>2</sub>O baissent et [que] les émissions globales par kilo sont diminuées de 30 % environ* » par rapport à un système conventionnel.

À la fin de l'année 2006, seulement 2 % de la surface agricole utilisée (SAU) nationale étaient consacrés aux cultures biologiques. C'est pourquoi le Grenelle a fixé comme objectifs le triplement des surfaces en agriculture biologique à l'horizon 2012 et l'intégration de 15 % de produits d'agriculture biologique en 2010 puis de 20 % en 2012 dans la restauration collective publique. Les propositions du comité opérationnel dédiées à cette question, presque toutes assorties de dispositions financières, s'ordonnent autour des six axes suivant :

- conversion et pérennité des exploitations ;
- structuration des filières ;
- restauration collective ;
- formation ;
- recherche-développement ;
- adaptation de la réglementation.

Au regard de la problématique de la présente étude, la disposition relative à l'augmentation de la part de produits bio dans la restauration collective publique apparaît particulièrement importante en raison de la part de marché qu'elle représente et de l'impulsion qu'elle est capable de donner à des filières de production et de transformation de qualité. Les cuisines scolaires recèlent en outre un potentiel pédagogique qui mériterait d'être davantage exploité et pourrait commencer de l'être à cette occasion.

Le 2 mai 2008 une circulaire a été publiée sur le sujet qui demande chacun des ministres et des préfets d'inciter les services de restauration des administrations de l'État, des services déconcentrés, des établissements publics placés sous tutelle et des centres hospitaliers universitaires à « *utiliser régulièrement des denrées issues de l'agriculture biologique, que ce soit pour la restauration collective ou pour les besoins des réceptions officielles* ». Cette même circulaire rappelle les objectifs de pourcentage minimum à atteindre à l'horizon 2010 et 2012. À cette fin, la circulaire a été assortie d'une annexe

précisant les moyens à mettre en œuvre au travers du code des marchés publics et des conventions de délégation de service public.

On peut espérer que la dynamique d'ensemble qui vient d'être brièvement évoquée contribuera dans la durée à réduire les additifs chimiques, pesticides et nitrates qui inquiètent si fort les consommateurs et le gaspillage énergétique qui résulte de certaines organisations irrationnelles en termes de transport. De la prise de conscience toujours plus largement partagée des enjeux environnementaux et des démarches concrètes qui l'accompagnent devraient également résulter un meilleur respect des saisons, une priorité accordée aux produits frais peu transformés et le retour à une plus grande proximité se traduisant par une plus grande consommation d'aliments produits près de chez soi avec, entre autres effets positifs, la diminution de la pollution due au transport et le maintien d'une économie localisée plus riche en emplois.

#### B - UN PLAISIR À NOUVEAU REVENDIQUÉ

Toujours extrêmement présent dans la culture alimentaire française, le plaisir de la table fédère 20 % de la population française suivant le Baromètre alimentation 2008 CRÉDOC-ministère de l'Agriculture de la pêche, soit autant que ceux qui privilégient le lien alimentation-santé. Ceux pour qui l'alimentation est avant tout un plaisir et qui se réjouissent lorsque l'éducation à l'alimentation consiste à initier au goût sont par exemple prêts à payer un peu plus cher leurs produits si leur saveur en a été appréciée lors d'un achat antérieur. Ils sont plus que d'autres sensibles au label comme critère permettant d'estimer la qualité d'un produit et estiment que la politique alimentaire doit servir à maintenir l'activité agricole et l'emploi et assurer une offre variée et diversifiée des produits. Signe que le plaisir n'est pas immanquablement puni, les personnes qui composent ce sous-échantillon ne pratiquent généralement pas de régime et appartiennent à la catégorie plutôt mince et normopondérale de la population.

Les individus qui composent ce groupe sont finalement assez représentatifs d'une attitude largement partagée. Dans notre pays, en effet, « *Après la réponse à un besoin physiologique, le plaisir est la vertu attendue de l'aliment. "Le goût" est le premier critère pour lequel on est prêt à payer plus cher un produit alimentaire, mais c'est aussi la première définition donnée à la qualité. Le goût est le premier mot cité en réponse à la question : "Si je vous dis qualité, quelles sont les cinq premiers mots qui vous viennent à l'esprit", que ce soit dans l'enquête consommation de 2001 ou dans celle de 2007. Après le goût, les évocations de la qualité évoluent vers l'apparence (...). Cette recherche esthétique est une tendance qui se développe dans l'ensemble des secteurs de la consommation* »<sup>103</sup>.

---

<sup>103</sup> Pascale Hébel, *Se nourrir d'abord, se faire du bien ensuite*, CRÉDOC, Consommations et modes de vie n° 209 février 2008.



La réaffirmation de la valeur plaisir, ancrée dans nos représentations collectives de l'alimentation, s'exprime à la fois dans la volonté de perpétuer un savoir et une pratique.

### 1. Un attachement à la connaissance et à l'expertise

La crainte que l'acculturation - elle est pourtant une richesse - et la standardisation de l'alimentation industrielle ne se traduisent à la fois par une perte d'identité culturelle et une quasi agueusie collective ont remis les saveurs et le patrimoine agricole et culinaire sur le devant de la scène. On leur accorde à nouveau de l'importance aussi bien dans une institution comme l'école qu'au sein du foyer.

#### 1.1. Le goût sous le feu des projecteurs

Bien qu'il ait toujours fait l'objet d'études sous les angles les plus divers, le goût est aujourd'hui valorisé comme jamais en réaction à l'alimentation supposée homogénéisée qui nous est proposée par la grande distribution. Que l'argument soit justifié ou non importe peu. Tout ce qui peut accroître les connaissances sur le sujet et assurer leur diffusion doit être loué.

Rappelons que le goût satisfait une fonction cognitive par la confrontation des propriétés des aliments aux connaissances sensorielles mémorisées et accessibles à la conscience, mais qu'il remplit aussi une fonction affective, induisant une acceptation ou un rejet des aliments ingérés, que ce soit par décision ou par réflexe. Si l'origine de nos préférences demeure encore obscure, celle de la valeur affective relève, soit d'une familiarisation, soit d'un apprentissage qui conduit à une valorisation ou à une aversion des aliments : « *Le rôle du goût est ainsi de déterminer quelles nourritures conviennent le mieux à un individu pour le rassasier et pour le protéger* »<sup>104</sup>.

Au-delà des progrès enregistrés pour comprendre la complexité de l'acte alimentaire, on doit aussi se réjouir que certaines études récentes, à partir de dégustations et des termes employés pour en rendre compte « *démontrent que la recherche de la diversité et du plaisir l'emportent sur la satisfaction d'un simple "besoin naturel" et que les humains, loin de se nourrir pour survivre, s'alimentent de produits qu'ils cultivent, cuisent, cuisinent* »<sup>105</sup>. C'est donc tout un ensemble d'expériences, de valeurs, de représentations, mais aussi d'acteurs qui sont convoqués au rendez-vous du goût.

La grande force de la « Semaine du goût » créée il y a près de vingt ans, réside dans son fondement : l'association à un même événement d'une multitude d'acteurs qui contribuent tous chaque jour à la perpétuation et au renouvellement du modèle alimentaire qui nous est familier mais souvent mal connu. Initiée en 1990 par Jean-Luc Petitrenaud et la Collective du sucre, la première « Journée du goût » devient « Semaine du goût » en 1992. Elle est progressivement devenue un événement qui fédère des initiatives locales, régionales et nationales destinées

<sup>104</sup> Virginie Lanouguère-Bruneau, anthropologue, *À quoi sert le goût ?* Compte rendu des quatrième rencontres du groupe de réflexion sur l'obésité et le surpoids, Paris, 30 novembre, 1<sup>er</sup> décembre 2006. Évocation des travaux d'André Holley, [www.lemangeur-ocha.com](http://www.lemangeur-ocha.com).

<sup>105</sup> Ibidem.

au grand public autour du goût, du patrimoine culinaire et des métiers de bouche. Elle repose sur trois piliers :

- les tables du goût, qui invitent plusieurs centaines de chefs à travers la France à concocter des menus spéciaux en travaillant tout particulièrement les saveurs et l'association des plats et des vins ;
- les ateliers du goût, qui consistent en manifestations (plus de 700 en 2008) organisées dans toute la France par des acteurs publics et privés (collectivités locales, établissements scolaires, producteurs agricoles, restauration collective...) visant par des initiatives à valeur pédagogique (marchés éphémères, journées portes ouvertes, animations commerçantes, colloques...) à défendre le goût et le patrimoine culinaire français et européen en réunissant un grand nombre de personnes autour d'une même passion ;
- les leçons de goût, enfin, qui ont été à l'origine de la démarche et qui mobilisent chaque année un grand nombre de chefs de cuisine et artisans des métiers de bouche, auprès d'écopiliers de toutes les académies.

C'est probablement cette opération fondatrice de la « Semaine du goût » qui est la plus emblématique, d'une part parce qu'environ 3 000 professionnels (agriculteurs, cuisiniers, artisans, commerçants) s'efforcent chaque année de transmettre le temps d'une leçon (6 000 en 2008) leur passion et leur savoir-faire à des élèves de CM1 et CM2, d'autre part parce que ces enfants sont les consommateurs de demain. Dans cette opération d'éveil exemplaire, l'Éducation nationale et les professionnels collaborent pour inventer des exercices à la fois récréatifs et instructifs, des fiches et des kits pédagogiques établis en collaboration avec le Centre national de documentation pédagogique (CNDP) servant de support à ces leçons qui se déroulent sur une demi-journée. La plupart des leçons tournent autour des saveurs, leur connaissance et leur reconnaissance, mais aussi des senteurs et des produits. L'expérience rencontre un tel succès que l'éducation à l'alimentation est maintenant pratiquée dans des centres de vacances et de loisirs et intégrée dans les démarches de prévention d'acteurs sanitaires et sociaux, comme les mutuelles. Les opérations, conduites dans le cadre d'ateliers du goût par les mutuelles-santé au bénéfice des adhérents et de leurs enfants influent d'autant plus fortement sur l'alimentation des familles que tous ses membres se sentent concernés, en particulier les pères.

Le grand intérêt de la « Semaine du goût » est de contribuer à faire émerger des générations de consommateurs avertis, maîtres de leur choix et capables d'intervenir à titre individuel ou au travers d'association dans le débat public. Dans cette perspective, la découverte des goûts, des saveurs et des plaisirs multiples qu'ils procurent, constitue une base. Le plaisir ne s'oppose pas à un comportement alimentaire équilibré ; il ne néglige pas l'importance qu'il y a à produire et élaborer des aliments sûrs ni à pouvoir bénéficier d'une information transparente sur leur modes de production. Il est au contraire la condition *sine qua non* d'un intérêt éclairé porté à l'ensemble de la filière alimentaire et d'une consommation maîtrisée. En matière d'alimentation, le savoir et le plaisir sont en quelque sorte la matrice du citoyen.

### 1.2. *La tradition vivace de la transmission familiale*

La transmission est la clé de voûte de la culture et, s'agissant des savoir-faire culinaires, elle s'opère essentiellement entre les mères et les filles. Alors que beaucoup croient pouvoir déceler dans la société contemporaine des signes de déliquescence affectant la transmission des valeurs, des repères et des savoir-faire, une étude récente sur la transmission et l'apprentissage des savoir-faire culinaires<sup>106</sup> nous apprend que les discours des « filles » s'inscrivent dans la continuité de celui de leurs mères et qu'elles souhaitent majoritairement transmettre à leurs propres enfants ce que leurs mère leur ont transmis. Dans le cadre de cette filiation « *elles évoquent les valeurs attachées à l'alimentation, le goût des bonnes choses, l'équilibre alimentaire, la nutrition, mais aussi l'ouverture sur le monde, la convivialité et le partage* ». Tous les éléments de notre culture alimentaire sont là ! Les « filles » interrogées souhaiteraient en outre que leurs enfants disposent des connaissances techniques de base leur permettant d'être autonomes en cuisine et de s'affranchir ainsi de l'obligation de consommer les plats préparés industriels.

Concernant la transmission culinaire proprement dite, les chercheurs ont relevé que ni les mères ni les filles n'envisagent cette transmission dans le cadre d'une démarche rationnelle et volontaire d'apprentissage et d'enseignement, mais dans celui de processus beaucoup plus informels, comme si l'on transmettait un peu son savoir et ses pratiques sans le vouloir, malgré soi. Ils ont en outre constaté que cette transmission portait beaucoup plus sur des valeurs et des représentations que sur des savoir-faire techniques, ce qui rend les contours de la transmission beaucoup plus flous, les représentations attachées à la cuisine renvoyant à l'univers plus large des valeurs et opinions liées à l'alimentation. Quant aux représentations du « savoir culinaire », si elles comportent une dimension de savoir-faire et d'expertise, « *ce sont avant tout les dimensions sensuelle, intuitive, conviviale, voire "magique" et "alchimique", de la cuisine qui sont évoquées* ».

Les modalités de la reproduction ne sont toutefois pas figées et ne se répètent pas de manière identique d'une génération à l'autre. D'une part les « filles » ayant eu le choix de s'intéresser ou non à la cuisine, contrairement à leurs mères qui, elles, ont reçu des leurs ou de l'institution scolaire un enseignement formalisé ; elles ont évolué dans un schéma beaucoup plus ouvert et moins normé socialement. D'autre part la pratique culinaire évolue tout au long d'un processus d'apprentissage et d'expérience.

---

<sup>106</sup> Jean-Pierre Loisel, Agathe Couvreur, avec la collaboration de Anne-Delphine Brousseau, Catherine Giagnier et Franck Lehuédé, *De la transmission à l'apprentissage des savoir-faire culinaire : regards croisés de filles et de mères*, Cahiers de recherche n° 198, CRÉDOC, mars 2004.

Les développements qui suivent s'appuient sur les conclusions de cette étude d'où les citations sont issues.

Pour les mères ce sont les préoccupations nutritionnelles qui ont constitué l'élément novateur de leur parcours, car loin de la culture culinaire de leurs mères et des habitudes familiales qui avaient pu leur être transmises. Pour les « filles », qui ont grandi dans une tradition culinaire où cette préoccupation était déjà inscrite, c'est le bénéfice d'une diversification toujours plus grande des sources d'information ou d'inspiration, qui les ont conduites à une « *ouverture sur de nouveaux univers culinaires, de nouveaux goûts, les cuisines venues d'ailleurs. Pour les mères, c'est un élément nouveau dans le paysage alimentaire culinaire, que certaines ont effectivement intégré à la pratique, tandis que pour les filles, cette composante "exotique" fait souvent partie de leurs habitudes de consommation bien qu'elle ait rarement fait l'objet d'une transmission familiale* ».

L'ensemble des changements intervenus ces dernières années a entraîné une diversification des pratiques culinaires, essentiellement sous l'effet de la recherche d'une maîtrise temporelle (consacrer moins de temps aux activités ménagères, se simplifier la tâche, cuisiner lorsqu'on en a envie...). On peut penser que dans l'avenir ces nouvelles pratiques feront évoluer les modalités de transmission et d'apprentissage culinaires en réduisant la part de la transmission familiale puisqu'elle se fait ordinairement par observation et participation progressive des enfants à la préparation des repas<sup>107</sup>. Par ailleurs, cette transmission pourrait être moins exclusivement féminine à l'avenir si jamais se réalisait un nivellement des rôles entre hommes et femmes au sein de l'univers domestique.

## **2. Un regain de la pratique culinaire ?**

La mondialisation de l'alimentation, la tendance à la standardisation des repas et la montée en puissance des préoccupations environnementales ont, par contrecoup, entraîné une réaction en faveur d'une alimentation accordant davantage de place à la variété des goûts et à la convivialité d'une part, à la qualité sanitaire et gustative des produits d'autre part. Cela s'est traduit par des mouvements s'exprimant collectivement ou individuellement.

### *2.1. Une action collective et militante : l'exemple du mouvement Slow Food*

Par opposition au fast-food, qui symbolise l'industrialisation et la déstructuration du repas, un mouvement international s'est créé à Paris en 1989 et qui a son siège à Bra, dans le nord de l'Italie : *Slow Food International*. Ce mouvement, reposant sur des associations nationales établies dans les pays d'Europe et aux États-Unis, compterait aujourd'hui environ 80 000 adhérents répartis dans plus d'une cinquantaine de pays. Prenant le contre-pied de la culture du fast-food réputée promouvoir la standardisation des goûts, ce

---

<sup>107</sup> Une enquête Ocha/SOFRES de 2002 indique que la participation des enfants à la préparation des repas consiste essentiellement à mettre les débarrasser la table (75 %) puis, loin derrière, à faire le service (37 % en moyenne, 54 % pour les enfants de 13 à 16 ans), et la cuisine (30 % en moyenne, 45 % pour les enfants de 13 à 16 ans). L'enquête précise que, dans la pratique, les filles participent toujours plus que les garçons et les aînés toujours plus que les jeunes.

mouvement encourage la consommation de « nourritures indigènes », milite pour la réactivation des traditions culinaires et organise des programmes d'éducation du goût pour les adultes et les enfants.

Ce sont les « conviviums »<sup>108</sup>, véritables chevilles ouvrières du mouvement au niveau local, qui établissent des relations avec les producteurs et mettent en œuvre les actions concrètes : dégustations et ateliers, développement de l'éducation au goût dans des écoles élémentaires, des lycées ou des restaurants scolaires, mais aussi incitation des chefs à utiliser des produits locaux, sélection des producteurs appelés à participer à des événements internationaux... Partout, le but revendiqué du mouvement est de cultiver « *l'appréciation du plaisir et de la qualité dans la vie de tous les jours* », s'opposant en cela à une approche exclusivement hygiénique, diététique ou scientifique de l'alimentation ou s'attachant uniquement aux techniques de production économique. Pour autant, *Slow Food* s'assigne aussi pour tâche d'aider les producteurs-artisans de l'agroalimentaire qui, selon leurs critères, élaborent et commercialisent des produits de qualité. À partir d'un catalogue des aliments traditionnels en danger de disparition, qui a commencé d'être établi en 1996, des actions ont été engagées reposant sur la stabilisation des techniques de production, l'établissement de standards de production en lien avec des producteurs artisanaux reconnus. Le mouvement s'attache également à promouvoir le produit sur des marchés potentiels (300 produits bénéficieraient actuellement de ces actions de soutien : céréales, charcuteries, biscuits...).

Cette association milite aussi, en France par exemple, pour améliorer la qualité alimentaire en restauration collective, considérant que l'alimentation doit y être fondée sur l'utilisation de produits de saison issus de productions locales et respectueuses de l'environnement d'une part, que des informations concernant l'origine des produits qui entrent dans la composition des repas devraient être diffusées d'autre part. Les restaurants collectifs sont ainsi identifiés comme des lieux « *à privilégier pour transformer les consommateurs en coproducteurs, et orienter le marché vers des comportements durables* ».

Quelles que soient les retombées réelles des actions entreprises, elles n'en sont pas moins significatives de l'attachement des populations à la singularité et la qualité de leur mode d'alimentation et de leurs modèles alimentaires. Ce type d'organisation apporte en outre la preuve que les consommateurs ne sont pas des spectateurs passifs des évolutions qui se produisent sous leurs yeux.

## 2.2. Un regain d'intérêt pour la cuisine

Depuis quelques années on enregistre un engouement pour la pratique de la cuisine. Elle est envisagée sous l'angle du loisir mais aussi sous celui de la qualité alimentaire de la convivialité. C'est ce second point qui paraît le plus important car il est directement en lien avec l'actualisation du modèle alimentaire. Dans l'esprit de près de la moitié des Français<sup>109</sup>, le savoir-faire alimentaire est lié à la capacité de préparer des repas variés et équilibrés. Cet

<sup>108</sup> Mot emprunté au latin, qui signifie festin, réception, banquet.

<sup>109</sup> Voir Pascale Hébel, *Le retour du plaisir de cuisiner*, Consommations et modes de vie n° 217, décembre 2008.

intérêt renouvelé pour la cuisine est d'ailleurs corroboré par le désir d'acheter davantage de produits frais, qui n'est contraint que par des raisons budgétaires. Sans cette contrainte, les personnes interrogées le privilégieraient même sur une plus forte fréquentation des restaurants (33 % contre 21 %).

L'acquisition de compétences culinaires<sup>110</sup> apparaît également essentielle pour accéder au plaisir de la dégustation et renforcer la convivialité, non seulement grâce au plaisir du goût mais, plus prosaïquement, par la capacité qu'elle confère de pouvoir recevoir ses proches dans les meilleures conditions. Or la tendance à lancer des invitations chez soi progresse : « *Cette attitude par rapport à la cuisine et à l'alimentation se retrouve dans le mouvement du Fooding, lancé il y a dix ans. Tiré de la contraction de food (nourriture) et de feeling (émotion), il recherche une manière plus libre d'appréhender la cuisine et une façon de manger allant vers le goût, le ludique et la nouveauté*<sup>111</sup> ».

Un des points les plus significatifs de l'étude du CRÉDOC est peut-être le pourcentage insignifiant des personnes considérant que cela ne sert à rien de savoir cuisiner (1 % !) puisque l'on trouve des plats surgelés partout. Apprendre à cuisiner apparaît à ce point important que plus de la moitié des Français considèrent désormais que cela devrait être un des éléments de l'éducation alimentaire<sup>112</sup>.

La cuisine est par ailleurs de plus en plus vécue comme un loisir, voire une passion, si l'on se réfère au succès des cours privés des cuisines, à celui des émissions de télévision présentant des recettes ou mettant en scène des particuliers se recevant à tour de rôle, à la vente des ouvrages spécialisés ou encore à la fréquentation des sites Internet qui lui sont dédiés.

En dépit de la tendance qui vient d'être décrite, s'observe aussi une double fracture que l'on peut espérer conjoncturelle : les catégories aisées de la population (chefs d'entreprise, les artisans-commerçants, les cadres et les professions libérales) sont de plus en plus attirées par la dimension plaisir de la cuisine alors que les catégories modestes la vivent plutôt comme une corvée, y associant un certain nombre de contraintes telles que les courses ou la vaisselle. Un autre groupe la vit comme astreinte, celui des personnes vivant seules, qui éprouvent moins de plaisir que les autres lors des repas, précisément en raison de leur solitude.

Par ailleurs, alors que dans les catégories aisées de la population la demande de savoir culinaire relève de la volonté d'acquérir une ressource au service du plaisir et du bien-être social, dans les catégories modestes elle est liée à la volonté de réduire ses dépenses : on supprime le superflu, le nombre de produits à forte valeur ajoutée et l'on retourne aux fondamentaux de la cuisine familiale, moins onéreuse. Cette dernière tendance se révélera peut-être

<sup>110</sup> Au quotidien : 61 % des femmes se jugent de bon niveau et 36 % se débrouillent. Lemangeur-ocha.com. Dossier d'information du colloque « Faire la cuisine. Analyse pluridisciplinaire d'un nouvel espace de modernité ». Mise en ligne décembre 2005.

<sup>111</sup> Ibidem.

<sup>112</sup> Si ce paramètre enregistre la plus forte progression entre 2007 et 2008, il reste néanmoins loin derrière deux autres items : apprendre à manger équilibré (85 %) et apprendre les règles d'hygiène (73 %).

passagère car elle est fortement liée aux effets de la crise économique que traverse le monde.

\*  
\*                    \*

Le retour de balancier par rapport à l'industrialisation de l'alimentation et les tendances à la standardisation des produits pourrait d'abord consister dans un retour en force de la diversité des produits, des menus et des savoir-faire, donc des saveurs. Cette diversité de consommation irait de pair avec le maintien d'une biodiversité à la base de la production agricole. Il pourrait ensuite se concrétiser dans la réaffirmation de la nécessité du plaisir gustatif, culturel et social du repas. Les connaissances fondamentales apportées par la diététique ayant trop souvent servi de base à un discours médical ou médicalisé devenu progressivement dominant, les repères essentiels de l'acte de manger à la fois physiologiques (sentiment de faim, de satiété...) et sociaux (convivialité, plaisir du partage...) ont été quelque peu perdus de vue. On peut espérer qu'ils ont été durablement retrouvés. On peut aussi souhaiter que le plaisir retrouve toute sa place dans l'alimentation car *« même si l'usage vicié du plaisir peut conduire à des situations pathologiques, le plaisir est d'abord, fondamentalement et universellement, l'ami de notre alimentation<sup>113</sup> »*.

---

<sup>113</sup> Jean-Paul Laplace, cité par Laetitia Baïchi, in *Le plaisir : ami ou ennemi de notre alimentation ?*, compte-rendu de publication des actes du colloque de l'IFN (12 décembre 2006), Lemangeur-ocha.com - mise en ligne : 10 septembre 2008.





## CHAPITRE VI

### GRANDES TENDANCES ET QUESTIONS ACTUELLES

#### I - LE LIEN ALIMENTATION SANTÉ

L'alimentation est un déterminant reconnu de la santé. On entend souvent dire que la nutrition est un facteur essentiel de développement, étant donné qu'une population saine, bien nourrie et instruite est le meilleur des facteurs pour promouvoir la croissance économique d'une nation et le bien-être de ses habitants.

On s'accorde à penser que les bonnes pratiques alimentaires s'inculquent dès l'enfance : l'effet protecteur d'une bonne alimentation se fait sur le long terme.

Pour ce faire, il est essentiel de diversifier notre alimentation. S'il n'existe pas d'aliment miracle, certains peuvent nous aider à nous protéger contre l'apparition des maladies, tandis que d'autres semblent favoriser leur développement.

#### A - GÉNÉRALITÉS

Les fruits et légumes, riches en vitamine B, C et E, en bêta-carotène et en fibres, aident à lutter de manière efficace contre de nombreux cancers (colon, estomac, poumons). Leur consommation pourrait même faire diminuer les cancers de 30 à 40 % par an... Pour cela, les spécialistes recommandent de prévoir au moins 400 grammes de fruits et légumes par jour : deux assiettes de légumes (exemple : crudités le midi, plat de légumes le soir) et deux ou trois fruits.

Pour les agréments, les condiments et aromates (ail, oignon, romarin...) sont à privilégier : eux aussi pourraient agir sur les phases précoces de cancer. Les fruits et légumes nous aident à combattre les maladies infectieuses comme la grippe ou le rhume, grâce à leur richesse en vitamine C notamment.

À l'inverse, certains aliments d'origine animale, en particulier riches en matières grasses et en sel, semblent favoriser le développement de certaines pathologies. Ces arguments expliquent la réduction volontaire de la fréquence de consommation de produits carnés.

Depuis le début des années quatre-vingt-dix, l'obésité croît rapidement en France, mais surtout elle apparaît de manière de plus en plus précoce (16 % des enfants sont en surpoids contre 5 % en 1980) et frappe en premier lieu les populations défavorisées, par exemple chez 25 % des enfants issus de familles considérées comme pauvres. Les pathologies associées à une mauvaise nutrition (maladie cardiovasculaires, le diabète, certains cancers, l'ostéoporose, l'anorexie...) pèsent très lourd dans les dépenses de l'assurance maladie.

Les pouvoirs publics conscients des liens existant entre la santé et l'alimentation cherchent à améliorer les modes alimentaires des Français. Dans cet objectif, le PNNS a été élaboré en 2001. Il recommande notamment de consommer :

- au moins cinq fruits et légumes chaque jour ;
- des féculents (pains, céréales, pommes de terre et légumes secs) à chaque repas et selon l'appétit ;
- trois parts de lait et produits laitiers (yaourts, fromages) ;
- une à deux fois par semaine de la viande, volaille, poisson, œuf... ;
- de l'eau à volonté.

Ce programme préconise aussi de limiter la consommation de matières grasses, de produits sucrés et de sel. L'enquête menée en 2006-2007 par l'AFSSA indique que l'assiette des français évolue positivement vers moins de produits sucrés et de sel qu'il y a dix ans, ce qui témoigne de tout l'intérêt des campagnes d'éducation à la nutrition des enfants, des jeunes et des familles.

Le PNNS rappelle aussi les vertus de l'exercice : au moins l'équivalent de trente minutes de marche rapide chaque jour (trois fois dix minutes : prendre l'escalier, sortir le chien, jardiner, aller à l'école ou au travail à pieds ou à vélo...). Même pratiquée tardivement, l'activité physique réduit les risques de maladies cardio-vasculaires, de cancer et de diabète.

#### B - LES RISQUES INFECTIEUX INHÉRENTS À L'ALIMENTATION

Les infections alimentaires, dues à des bactéries, des virus ou des parasites, sont responsables d'environ 250 000 maladies chaque année en France, d'après une étude menée par l'Institut de veille sanitaire (INVS) et l'AFSSA. Ces infections débouchent sur 10 000 à 17 700 hospitalisations ; elles sont à l'origine de 200 à 700 décès par an. Les bactéries sont les principaux agents infectieux responsables de ces infections contractées dans l'assiette qui sont dues :

1. aux salmonelles (plus de 30 000 cas par an) ;
2. aux *Campylobacter*, première cause de pathologie entérique d'origine bactérienne dans les pays industrialisés ;
3. aux listérias ;
4. aux brucellas.

Heureusement, les mesures de contrôle prises pour l'ensemble de la chaîne alimentaire ont réduit de manière significative le nombre de cas d'infections.

## C - L'OBÉSITÉ

L'obésité, reconnue comme une maladie en 1997 par l'Organisation mondiale de la santé (OMS), constitue sans doute le principal exemple de Maladies non transmissibles liées à l'alimentation (MNTA). Celle-ci est en croissance rapide dans les sociétés en développement. Trois cent millions d'adultes sont d'ores et déjà obèses et près d'un milliard seraient en surcharge pondérale. L'obésité infantile est en progression dans de nombreux pays.

Un Français sur cinq est aujourd'hui confronté personnellement à ces difficultés. La corpulence moyenne des Françaises et des Français a fortement progressé depuis 1981 et augmente de plus en plus vite sur l'ensemble du territoire et dans toutes les classes d'âge<sup>114</sup>. En 2003, la population masculine en situation de surpoids ou d'obésité atteignait 45 % contre 31 % de la population féminine. Dans les deux sexes la part des obèses se situe autour de 10 %.

Sur les vingt dernières années les disparités entre catégories socioprofessionnelles se sont creusées et une surreprésentation des obèses chez les ménages les plus pauvres a été observée, l'écart ayant même légèrement augmenté par rapport aux plus aisés. Les disparités entre catégories socioprofessionnelles se sont elles aussi accrues : il y a toujours moins d'obèses chez les cadres et les professions intellectuelles supérieures que chez les agriculteurs et les ouvriers. Les différences se sont accrues : « *La prévalence de l'obésité chez les agriculteurs a en effet augmenté de plus de sept points entre 1992 et 2003, alors qu'elle n'a crû que deux points chez les cadres*<sup>115</sup> ».

La progression de l'obésité chez les enfants est essentiellement expliquée par leur alimentation déséquilibrée et leur tendance au grignotage.

L'émergence et la croissance rapide de cette maladie sont largement liées à l'urbanisation et aux changements dans les modes de vie donc d'alimentation. Dans certains pays émergents, à revenus intermédiaires, l'obésité est déjà devenue plus répandue que les maladies infectieuses et les malnutritions carencielles, sans que celles-ci aient pour autant disparu. Dans les pays industrialisés, mais surtout dans les pays de l'Europe de l'Est et Centrale, ce sont les maladies de carences qui font leur réapparition. De plus, le fossé entre riches et pauvres se creuse globalement. On a aussi observé que paradoxalement surpoids et insuffisance pondérale coexistent au sein des mêmes familles : au Brésil, en Chine et en Russie, environ 10 % des familles sont concernées, notamment en milieu urbain.

L'enjeu est donc de réduire les maladies par carences tout en limitant l'émergence des MNTA, notamment dans les contextes où les ressources sont limitées.

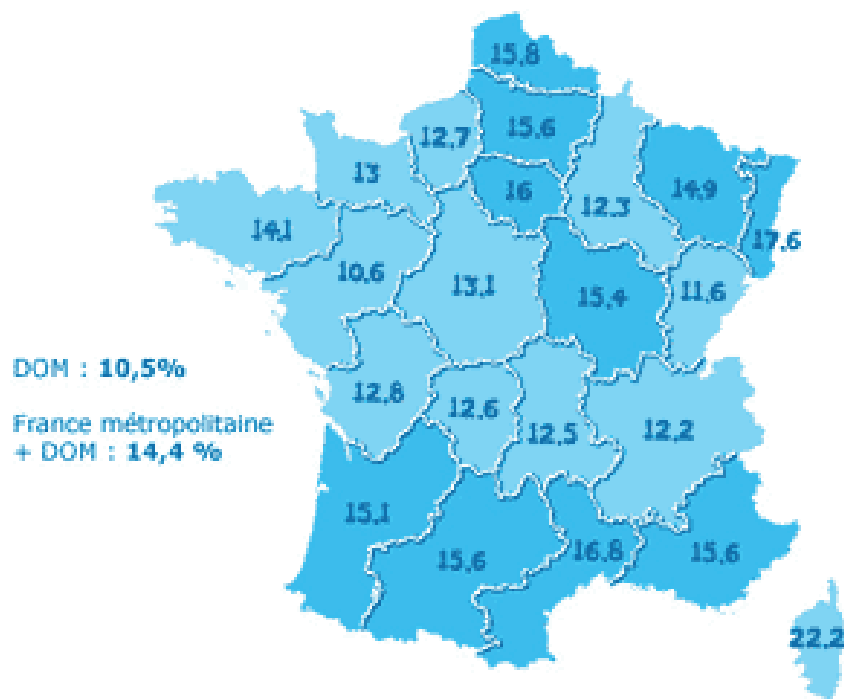
---

<sup>114</sup> Voir Thibaut de Saint Pol, *L'obésité en France : les écarts entre catégories sociales s'accroissent*, INSEE Première n° 1123, février 2007.

<sup>115</sup> Ibidem.

En mai 2008, le congrès européen sur l'obésité (ECO) a réuni les meilleurs spécialistes du domaine considéré. Il a notamment mis en évidence que la France serait le premier pays européen à connaître une stabilisation du surpoids infantile entre 1999 et 2007. Bien qu'encourageants, ces résultats doivent encore être confirmés dans la durée et nuancés par les prévalences observées dans les catégories sociales défavorisées.

Carte 1 : Taux d'obésité infantile en France (par région)



Source : Congrès européen sur l'obésité.

L'obésité aujourd'hui n'est plus seulement une question de santé, mais un véritable enjeu de société, souvent facteur d'exclusion et de discrimination.

En effet, il est à noter que l'obésité a un coût économique, provenant notamment de l'accroissement des dépenses médicales induites. De plus, selon un rapport de l'Organisation internationale du travail, le risque d'absentéisme est deux fois plus élevé chez les travailleurs obèses. L'obésité représente 2 à 7 % des dépenses totales de santé dans les pays industrialisés. Aux États-Unis, on estime le coût occasionné par l'obésité à 99,2 milliards de dollars.

Toujours aux États-Unis, les dépenses médicales d'une personne obèse sont supérieures de 36 % à celle des personnes ayant un poids normal.

## D - LES ALLÉGATIONS SANTÉ

**1. Généralités**

La tendance actuelle des consommateurs est de rechercher les aliments qui pourront améliorer leur santé. Ainsi apparaissent chez les commerçants des denrées alimentaires qui se prévalent de bienfaits pour la santé. Ces allégations devraient être loyales, claires et scientifiquement prouvées, pour ne pas induire le consommateur en erreur. L'étiquetage nutritionnel obligatoire prendrait ainsi son sens dans le cadre plus large de l'éducation du consommateur afin que les informations le guident dans ses choix alimentaires.

Selon le codex *alimentarius*, l'allégation se définit comme « *toute mention qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée possède des caractéristiques particulières liées à son origine, ses propriétés nutritives, sa nature, sa production, sa composition ou toute autre qualité* ».

Au regard de cette définition, l'allégation santé, que ce soit sur l'étiquetage ou dans la publicité faite pour les denrées alimentaires, permet à l'agro-industriel de faire un lien entre les propriétés nutritives de l'aliment (par exemple, « riche en fibres ») et les bienfaits au consommateur, pour sa santé (« facilite le transit intestinal »).

Trop souvent, ces allégations, simples arguments publicitaires, prennent la forme de vérités objectives et indiscutables qui influencent fortement les choix des consommateurs soucieux de préserver leur santé.

**2. La réglementation des allégations santé**

Les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires sont encadrées par le règlement européen (CE) n° 1924/2006, applicable depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2007. Ce règlement définit trois types d'allégations santé :

- les allégations fonctionnelles basées sur des données généralement acceptées (par exemple, « le calcium est nécessaire à la santé des os ») sont gérées par l'article 13-1 du règlement ;
- les allégations fonctionnelles basées sur des données scientifiques récemment développées ou sur des données exclusives, (par exemple, « le calcium présent dans le produit X de la société Y est particulièrement bio-disponible et favorable à la santé des os »), dépendent de l'article 13-5 du règlement ;
- les allégations de réduction de facteur de risque de maladie et les allégations portant sur les enfants (par exemple, « le calcium diminue le risque d'ostéoporose en favorisant une bonne densité minérale osseuse ») sont gérées par l'article 14 du règlement.

Dans le cadre des articles 13-5 et 14 du règlement européen (CE) n° 1924/2006, cinquante-six opinions scientifiques ont été rendues par l'Autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA) au 10 avril 2009, sept pour l'article 13-5 et (quarante-neuf pour l'article 14). À cette date, seules douze opinions positives ont été émises. L'EFSA est donc très critique vis-à-vis des dossiers

déposés. Même les grands groupes alimentaires sont concernés : par exemple, Unilever et son thé pour la concentration, Ferrero et son chocolat Kinder pour la croissance ou encore Ocean Spray et sa « cranberry » (en français canneberge) contre les infections urinaires.

La société de conseil Alcimed, qui travaille notamment sur le montage de dossiers d'allégations, a fait un point sur les raisons de ces nombreux refus. Parmi les dossiers refusés elle distingue quatre causes principales :

- *« L'aliment, qui va porter l'allégation, n'est pas suffisamment caractérisé en termes de procédé de production, d'origine et de composition des ingrédients utilisés, de variabilité des lots de production, de stabilité et de biodisponibilité ;*
- *La définition du bénéfice santé est trop floue. Par exemple, un dossier proposait " l'amélioration de l'immunité générale via le maintien d'une bonne balance microbologique ". Le mécanisme biologique n'a pas été suffisamment caractérisé dans le dossier et donc le bénéfice et son impact sur la santé ne pouvaient pas être évalués correctement ;*
- *Les marqueurs à étudier pour valider le bénéfice santé ou les facteurs de risque étudiés ne sont pas assez forts pour soutenir l'allégation. Ainsi, l'EFSA a refusé le dossier sur l'ingrédient Femarelle. Selon le demandeur, l'ingrédient favorise la formation osseuse et augmente la densité minérale osseuse, réduisant ainsi le risque d'ostéoporose chez la femme post-ménopausée. Le panel d'experts de l'EFSA a considéré que l'ostéoporose post-ménopause était principalement due à une résorption osseuse et non à une réduction de la formation osseuse. Il n'y a donc aucun bénéfice avéré à accroître seulement la formation osseuse chez la femme après la ménopause ;*
- *Le lien de cause à effet n'est pas suffisamment solide pour soutenir l'allégation. L'EFSA attend en effet des études cliniques fortes pour valider un dossier. Ces études doivent prendre en compte la bonne population cible (âge, sexe, état de santé, etc.), avec un échantillonnage suffisant (puissance statistique nécessaire à évaluer pour chaque étude) et des résultats statistiquement significatifs ».*

Pour Thomas Pascal, responsable de l'équipe agroalimentaire d'Alcimed :  
*« L'EFSA est très exigeante aujourd'hui dans l'évaluation des dossiers d'allégation et les industriels ont probablement manqué d'expérience et de temps dans la rédaction de cette première vague de dossiers ».*

La Commission européenne souhaiterait éviter que des produits avec un profil nutritionnel défavorable (trop riche en sucre, trop gras et/ou trop salé) utilisent des allégations santé pouvant induire le consommateur en erreur sur le bénéfice santé réel du produit.

## II - LES CIRCUITS COURTS

Un circuit court est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur (vente à la ferme, sur les marchés, par correspondance ou via les Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP)...), soit par la vente indirecte avec un seul intermédiaire comme dans le cas de la restauration (traditionnelle, collective...) ou d'un commerçant-détaillant (boucher, épicier de quartier...).

La vente directe concerne toutes les filières, surtout celles des fruits et légumes, de l'horticulture, de la viticulture et des filières animales. 4 % des fruits et légumes achetés le sont en vente directe, 7 % si on élargit à l'ensemble des circuits courts.

Ce mode de commercialisation est assez largement répandu en France, notamment dans le Sud-Est et dans le Nord du pays. Ainsi, 88 600 exploitations agricoles réalisaient de la vente directe en 2005, soit 16,3 % des exploitations, dont 47 % qui transforment les produits. Ces exploitations représentent une part importante de l'emploi agricole avec 26,1 % du total des Unités de travail agricole (UTA). Les chambres d'agriculture organisent plus de 1 300 Marchés des producteurs de pays et accompagnent notamment plus de 5 800 agriculteurs dont 3 200 producteurs fermiers engagés dans la démarche « Bienvenue à la ferme ».

La France n'est pas isolée sur le sujet du développement des circuits courts. Dans de nombreux pays, ils se développent et font l'objet d'un grand intérêt.

Les circuits courts doivent permettre aux consommateurs d'acheter à un « prix juste » des produits de qualité, en en connaissant l'origine et les modes d'élaboration, et de contribuer au développement de l'activité agricole locale. Ce mode de consommation correspond aussi à un acte citoyen visant à soutenir des pratiques de productions agricoles et de commercialisation durables permettant la réduction des emballages, des transports, donc une limitation d'émission de CO<sub>2</sub>.

Pour les agriculteurs, les circuits courts permettent d'améliorer leur revenu, de valoriser leur production, de diversifier leur activité et d'avoir des contacts directs avec les consommateurs.

Les circuits courts ont fait l'objet d'un récent rapport du ministère de l'Agriculture, au printemps 2009, dont l'élaboration a associé l'ensemble des acteurs concernés. Il s'articule autour de quatre axes et comprend quatorze mesures destinées à améliorer et diffuser les connaissances sur les circuits courts, à adapter la formation des agriculteurs à la vente directe de leur production mais aussi favoriser leur installation, et à une meilleure organisation des réseaux en mettant en place une charte adaptée. Un espace dédié aux circuits courts va par ailleurs être créé sur le site internet du ministère.

### III - LA QUESTION DU POUVOIR D'ACHAT : DÉPENSER MIEUX POUR MIEUX VIVRE

Les Français ne consacrent plus aujourd'hui que 14 % de leur budget à l'alimentation contre plus du tiers en 1960. Il convient de lire les paragraphes qui suivent, consacrés au(x) prix, en gardant à l'esprit que cette évolution a été souhaitée, accompagnée et a permis de lever bien des contraintes qui pesaient sur les ménages.

#### A - LA PLACE DU PRIX DANS LA THÉORISATION DE L'ACTE D'ACHAT PAR LE CONSOMMATEUR

##### 1. Le prix, un indice de qualité ?

L'enquête consommation réalisée par le CRÉDOC en 2005 avait montré que les consommateurs regardent surtout les prix de l'alimentation lorsqu'ils effectuent des courses que l'on qualifiera de « courantes ». 69 % des personnes interrogées déclaraient alors regarder systématiquement, parmi une liste de familles de produits alimentaires et non alimentaires, ceux des fruits et légumes frais, et à 64,6 % ceux de la viande et de la charcuterie. Ces deux mêmes questions posées en 2007 recevaient respectivement 72,7 % et 68,4 % de réponses positives. La première famille de produits non alimentaires venait, en 2005 comme en 2007, en troisième position : il s'agissait de la droguerie.

Depuis 2006, le CRÉDOC réalise à la demande du ministère de l'Agriculture et de la pêche un baromètre des perceptions alimentaires et de la politique alimentaire. Le CRÉDOC en effectue chaque année une synthèse qui permet de réaliser les principaux changements. La synthèse publiée en 2008<sup>116</sup> permet ainsi de se faire une idée sur trois ans de la place qu'occupe la question du prix dans les critères retenus par les consommateurs lorsqu'ils se constituent une opinion sur la qualité de tel ou tel produit alimentaire, les choix s'effectuant au sein d'une liste établie par le CRÉDOC.

En tête des critères qui comptent « beaucoup » et « plutôt » vient le « goût » pour 94 % des Français interrogés. Le prix est juste derrière pour 89 % d'entre eux. Puis vient l'apparence de l'aliment. L'existence de garanties sur le respect de l'environnement et l'information sur la traçabilité du produit tiennent respectivement les cinquième et septième rangs, sur un total de quinze critères. Le type de distributeur occupe neuvième place, l'existence d'un label de qualité la dixième, la production à proximité la onzième...

Conditionnement, marque, médailles et publicité ne recueillent pas une majorité des suffrages, c'est-à-dire qu'ils ne comptent « pas vraiment » ou « pas du tout », ce qui les exclut en tant que critères de choix qualitatif.

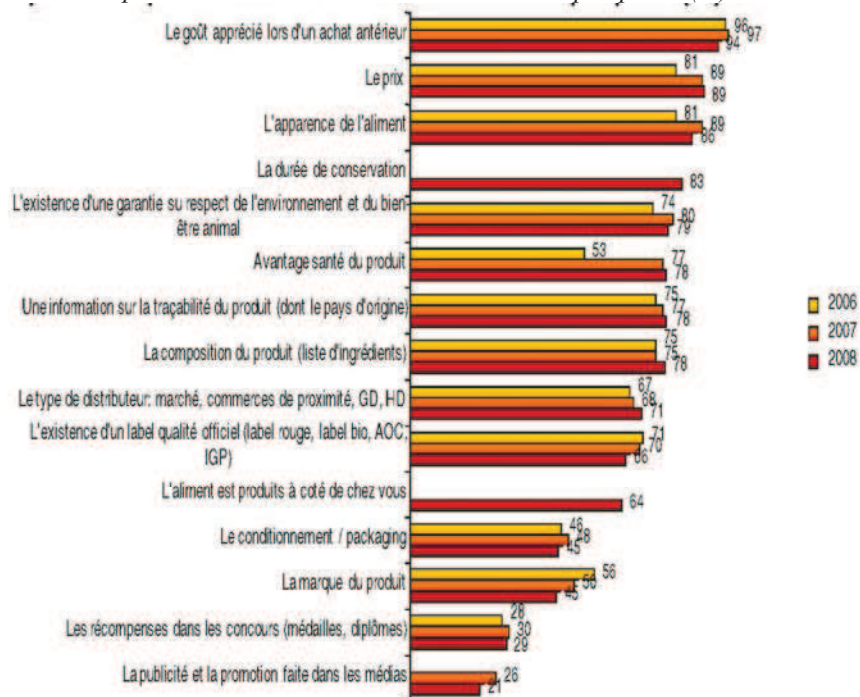
Le graphique ci-après reproduit les résultats de l'enquête depuis la création du baromètre, pour chacun des quinze critères.

<sup>116</sup> Pascale Hebel ; *Synthèse des baromètres sur l'alimentation* ; CREDOC, décembre 2008.



Graphique 10 : Perception des critères de qualité

« Pour vous personnellement, chacun des critères suivants compte-t-il beaucoup, plutôt, pas vraiment ou pas du tout pour vous faire une idée sur la qualité d'un produit alimentaire ? Somme des beaucoup et plutôt (%). »



Source : Baromètre alimentation 2006, 2007 et 2008, ministère de l'Agriculture et de la pêche, CRÉDOC.

Il reste que le prix, comme critère de qualité, est ambigu. En effet, le prix est retenu à ce titre par 81 % des personnes interrogées en 2006, 89 % en 2007 et 2008. Le consommateur entend-il prix bas ou prix élevé, en général ou par rapport à la gamme de produits ? Selon un sondage réalisé par IFOP<sup>117</sup> pour *Ouest France* en février 2008, c'est bien de prix élevés qu'il s'agit, puisque 63 % des personnes interrogées estiment qu'un prix plus élevé que la moyenne est « la plupart du temps » ou « assez souvent » synonyme d'une meilleure qualité. 75 % d'entre elles se disent prêtes à dépenser plus d'argent pour obtenir des produits alimentaires de meilleure qualité. Par âge, sur ces deux thèmes, la proportion de réponses dans le même sens est nettement plus forte chez les seniors de plus de 65 ans. Elle est également plus forte chez les cadres et les professions intermédiaires que chez les employés et ouvriers. Selon un autre sondage réalisé par TNS-SOFRES pour les professionnels de la distribution de la revue *Libre services actualités (LSA)*<sup>118</sup>, la proportion de consommateurs, lors de l'achat de

<sup>117</sup> IFOP ; *Les Français et le prix des produits alimentaires* ; Ouest France, février 2008.

<sup>118</sup> TNS ; *Sixième baromètre de la grande consommation* ; SOFRES pour LSA, janvier 2008.

produits alimentaires, qui se déclarent le plus attentifs au prix, est en hausse avec 41 % des réponses, attentifs à la qualité, en baisse (mais majoritaire) à 55 % de réponses, à l'innovation, stable à 13 %.

## 2. Prix bas et qualité nutritionnelle : cas concrets

On voit donc que dans l'esprit des consommateurs, le problème du prix et celui de la qualité sont bien liés, mais entretiennent des relations complexes, variables en fonction de la situation économique des ménages et de la perception que les consommateurs ont de l'évolution du coût de leurs achats. Dans tous les cas, les consommateurs sont attentifs au prix et en tirent des conclusions sur la qualité.

Ont-ils toujours raison ? Il est possible d'en douter, dans la mesure où il semble que pour un certain nombre d'aliments au moins le prix ne soit pas corrélé à la qualité alimentaire. Des tests menés par *Que-Choisir* et des études conduites par l'Observatoire de la qualité alimentaire (OQALI) convergent sur ce point. Ainsi L'OQALI a-t-il étudié trois secteurs de l'agro-alimentaire (céréales du petit-déjeuner, biscuits et gâteaux industriels, produits laitiers ultra-frais). Il en tire la conclusion que la composition nutritionnelle d'un produit dépend surtout de la famille à laquelle il est rattaché et que l'appartenance à tel ou tel type de marque ne permet pas de dégager ni de formuler de remarques générales liées à la gamme des prix pratiqués.

Une intéressante et très récente enquête de la Confédération logement et cadre de vie (CLCV)<sup>119</sup> sur les produits à bas prix ou *low cost*, par référence aux compagnies aériennes, aboutit à des conclusions assez similaires :

- les fabricants des produits les moins chers jouent plutôt sur les quantités ou sur les ingrédients pour réduire les coûts (raviolis, confitures...);
- les produits à bas prix ne paraissent pas plus gras ou caloriques que ceux des marques, et leur qualité nutritionnelle est comparable, sauf pour quelques catégories de produits ;
- certains produits contiennent plus d'additifs ou d'exhausteurs de goût.

La CLCV conclut en écrivant : « *au final, les différences que nous avons pu constater entre certains produits "discount" et leurs concurrents restent limitées en nombre. Affirmer que les produits moins chers sont forcément de moindre qualité ne nous paraît donc pas fondé... Savoir comparer s'avère d'autant plus utile que les écarts de prix sont très importants. Du moins cher au plus cher, il y a fréquemment un rapport de 1 à 3 voire de 1 à 7 !* ».

---

<sup>119</sup> Confédération logement et cadre de vie (CLCV) ; *Produits à « prix cassés » : quelle qualité ?* ; Enquête mai 2009.

Ces comparaisons, qui concernent des produits issus de l'industrie agroalimentaire, peuvent être facilitées par les associations de consommateurs elles-mêmes, notamment grâce à internet. C'est ainsi que le site « Le point sur la table »<sup>120</sup> délivre un certain nombre d'informations et prodigue des conseils en la matière. Par exemple, il illustre son propos en comparant un plat de poisson réalisé à domicile à celui d'un plat préparé identique : à quantités égales, le coût du premier est inférieur de 60 % à celui du second.

## B - PRIX ALIMENTAIRES ET COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

### 1. L'alimentation dans le budget des ménages dans un contexte de hausse des prix

Le Conseil économique, social et environnemental a rappelé, dans un avis adopté en avril 2009 sur le rapport de Mme Christiane Lambert, intitulé *Les modalités de formation des prix alimentaires : du producteur au consommateur*, que l'évolution des prix agricoles vers une volatilité de plus en plus forte a des répercussions, le plus souvent à la hausse, sur ceux des produits alimentaires, qui toutes catégories confondues, y compris les dépenses de restauration, ont augmenté en moyenne de 1,2 % par an entre 1997 et 2007. Toutefois, l'avis de notre assemblée souligne que le poids relatif des prix agricoles dans la chaîne de valeur des produits transformés va en décroissant, et que cette question, complexe, doit être examinée par filière. Face à ce constat, conclut Mme Lambert, « *il n'est pas surprenant que les consommateurs, confrontés à un contexte économique difficile, se posent des questions quant à l'origine des hausses de prix qu'ils constatent et dont, selon eux, les indices officiels ne rendent que partiellement compte. Pour répondre à leurs interrogations, des efforts en vue de renforcer la transparence des circuits et de développer l'information objective du public, apparaissent indispensables* ».

Cet aspect important de la question ayant été approfondi dans le rapport et avis cité ci-dessus, il ne sera pas développé de nouveau dans les paragraphes qui suivent, consacrés aux comportements des consommateurs. En effet, quelle que soit leur origine, les hausses ont évidemment un impact sur la motivation et finalement la décision d'achat. Il convient de souligner cependant que pour les denrées ou produits alimentaires de base, les augmentations n'affectent que de manière très limitée la consommation, comme c'est le cas par exemple pour le pain.

L'enquête du CRÉDOC publiée en 2009 sur la consommation alimentaire<sup>121</sup> a fait apparaître que dans un contexte dominé en 2008 par une hausse de 6,7 % sur un an (de juillet 2007 à juillet 2008) des prix de l'alimentation, inédite depuis 1984, les Français ont été plus enclins à privilégier les prix bas par rapport aux marques et aux labels de qualité. Dans le même temps, ils ont déclaré très majoritairement restreindre leurs dépenses

<sup>120</sup> *Le point sur la table, les consommateurs qui s'informent et agissent sur l'alimentation*, [www.lepointurlatable.fr](http://www.lepointurlatable.fr).

<sup>121</sup> *Pouvoir d'achat, crise économique et hausse des prix : incidence sur les comportements de consommation alimentaires*, CREDOC 2009.

alimentaires, alors même la baisse du coefficient budgétaire de l'alimentation marque une pause, en développant des stratégies alternatives (achats dans des gammes moins chères, diminution des quantités consommées, renoncement à certains types d'achats...), 26,9 % d'entre eux seulement déclarant dépenser autant pour leur alimentation, mais réaliser des économies sur d'autres postes de dépenses. Selon la même étude, « *s'ils avaient plus de moyens, un tiers des consommateurs consommeraient plus de produits frais et seulement 0,9 % achèteraient plus de plats préparés* ».

Paradoxalement, dans un sondage TNS Sofres déjà cité, l'alimentation n'arrive qu'au huitième rang des domaines dans lesquels les Français envisagent de réduire leurs dépenses (12 %), loin derrière l'énergie (31 %), l'essence (28 %) ou encore les loisirs et les sorties (27 %). Enfin, dans des enquêtes plus récente encore<sup>122</sup>, les répondants indiquent avoir ou vouloir modifier leurs dépenses alimentaires en achetant moins cher ou en moins grande quantité, voire en repoussant des dépenses (53 %). Seuls les vêtements, l'aménagement du domicile, les sorties et les loisirs font l'objet d'intentions d'économies légèrement ou sensiblement plus fortes.

Le tableau ci-dessous fait apparaître une stabilité relative des dépenses alimentaires hebdomadaires (sur une base déclarative et hors restauration) de chaque catégorie de ménages sur une période de trois ans à l'exception des tranches 50/99 € et 100/149 €. Pour ces deux tranches, le nombre de ménages déclarant passe de 28 à 34 % et de 25 à 33 %. 2 % du total des foyers sollicités se situent dans la catégorie pour laquelle la dépense est la plus faible, soit moins de 150 € d'alimentation par mois.

Tableau 8 : Montant déclaré des dépenses alimentaires par semaine par ménage (2006, 2007, 2008)

*En pourcentage*

	2006	2007	2008
Moins de 30 €	2	1	2
De 30 à 49 €	7	7	8
De 50 à 99 €	28	35	34
De 100 à 149 €	25	24	33
De 150 à 199 €	16	14	14
De 200 à 249 €	6	5	6
250 € et plus	3	2	3
Ne sait pas	13	12	0
Moyenne (Euros par semaine)	111	105	104

Source : Baromètre alimentation 2006, 2007 et 2008, ministère de l'Agriculture et de la pêche, CRÉDOC.

<sup>122</sup> Enquête TNS-SOFRES ; *Crise financière : quelles conséquences sur la consommation des Français ?* ; Logica pour France 2 et la SPQR, novembre 2008.

Enfin, ces restrictions de dépenses semblent n'avoir eu qu'un impact limité en termes de part du budget des ménages consacré à l'alimentation. Selon l'étude réalisée par l'INSEE sur la totalité de l'année 2008, les prix alimentaires ont augmenté « seulement » de 4,9 %, après 1,3 % d'augmentation en 2007<sup>123</sup>. Or, comme la consommation en produits alimentaires a progressé de 0,1 % pour la même année 2008, l'INSEE indique que l'on peut y voir une rupture, à confirmer bien évidemment, par rapport à la diminution régulière de la part de ces produits dans le budget des ménages depuis dix ans<sup>124</sup> (environ - 0,15 point par an). C'est ce que montre le tableau ci-dessous :

Tableau 9 : Évolution de la consommation des ménages par fonction, en pourcentage

	Poids dans la valeur de la dépense de consommation		Evolution en volume			Evolution en prix			Valeur 2008 (en milliards d'euros)
	1998	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	
Alimentation et boissons non alcoolisées	14,7	13,5	0,6	1,5	0,1	1,8	1,3	4,9	146,9
Produits alimentaires, dont :	13,7	12,4	0,5	1,4	0,0	1,8	1,2	5	135,1
. pains et céréales	2,1	1,8	1,0	1,2	0,0	0,7	0,9	5,7	20,1
. viandes	4,1	3,5	-0,2	0,6	-2,3	2,0	2,0	4,4	37,6
. poissons et crustacés	1,1	1,1	0,3	3,0	2,5	3,3	1,2	2,5	11,7
. lait, fromages et œufs	2,1	2,0	1,7	3,0	1,2	-0,1	0,4	9,7	21,6
. fruits et légumes	2,4	2,2	-0,6	0,5	-0,5	3,8	2,1	2,3	24,1
Boissons non alcoolisées	1,1	1,1	2,2	2,9	1,2	2,0	1,9	3,6	11,8

Source : INSEE Première n° 1241, juin 2009.

On remarque également dans ce tableau que la consommation en produits alimentaires, hors boissons et tabac, avait progressé de 0,6 % en volume en 2006 et de 1,5 % en 2007. Le ralentissement des achats en volume en 2008 s'explique surtout par la baisse de la consommation de viande (- 2,3 %).

Quoiqu'il en soit, ce sont bien les produits alimentaires et en particulier les produits laitiers, le pain, les céréales et les viandes qui ont le plus contribué à la hausse des prix en 2008.

Parallèlement, la croissance du marché de l'alimentation en France s'est poursuivie sur un rythme ralenti de progression annuelle moyenne, restauration comprise, de 1,5 % entre 1996 et 2007. Le *Baromètre 2008* du CRÉDOC qui fait état de cette progression rappelle par ailleurs que « *les consommateurs français font... toujours partie des plus grands dépensiers européens en termes de dépenses alimentaires : ils dépensent 2 200 € par an, comme les Italiens et les Grecs mais sont derrière les Suisses qui dépensent 2 500 € par habitant et par an*<sup>125</sup> ».

<sup>123</sup> L'indice des prix à la consommation de mai 2009 fait état d'une baisse de 0,3 % sur un an, de mai 2008 à mai 2009. Pour l'alimentation seule, il fait état d'une hausse de 0,4 % (source INSEE).

<sup>124</sup> Georges Consalès ; *En 2008, la consommation des ménages s'infléchit, mais résiste* ; INSEE Première, n° 1241, juin 2009.

<sup>125</sup> Pascale Hebel ; *Synthèse des baromètres sur l'alimentation* ; CREDOC, décembre 2008.

Enfin, concernant la restauration, on mentionnera qu'elle prenait en 2006 une part dans le budget alimentaire annuel moyen des ménages de 22,3 %, avec une différence marquée entre les communes jusqu'à 100 000 habitants d'une part (moins de 20 %) et les grandes agglomérations (23,7 % et plus, 28,6 % à Paris) d'autre part<sup>126</sup>.

## 2. Comportement des consommateurs et « prix élevés » : les cas des produits frais et des produits biologiques

En 1970, la consommation de légumes et de fruits frais s'élevait en moyenne nationale à 70,44 kg par personne. Elle a ensuite augmenté régulièrement. De 89,83 kg en 2003 elle est redescendue à 85,92 kg en 2007<sup>127</sup>. Celle de poissons, coquillages et crustacés est passée de 9,93 kg en 1970 à 12,81 kg en 2003 puis 11,82 kg en 2007 (la consommation de bœuf a quant à elle diminué de 15,62 à 13,76 kg sur la même période). Après avoir culminé dans les années 1999-2000, la consommation de produits frais diminue donc lentement.

Cette diminution est-elle due à des hausses de prix ? Le prix des produits frais (fruits et légumes, poissons et coquillages) fait l'objet de controverses depuis de nombreuses années. Comme cela a été dit plus haut, en 2007, 72,7 % des Français déclaraient regarder systématiquement le prix des fruits et légumes. Les raisons principales, selon le CRÉDOC, « *d'une attention portée sur les prix des produits frais ne tient pas tant à l'augmentation réelle des prix des produits frais qu'à la spécificité des produits "vivants" qui ont de fortes variations saisonnières, qui ont été très autoconsommés dans le passé et gardent une image de produit "gratuit" »*<sup>128</sup>.

Les chiffres de l'INSEE confirment que l'évolution des prix de ces produits au cours de l'année est réelle et plus que significative : en mai 2009, les prix des produits frais ont augmenté de 2,3 %, moins cependant qu'en mai 2008 (5,9 %), alors que les prix de l'alimentation ne sont en hausse que de 0,3 %. Dans le détail, ces variations s'établissent de la manière suivante :

- les prix des fruits frais ont augmenté de 9,5 % en mai 2008, de 7,7 % en mai 2009 mais la variation sur un an est négative (- 4,1 %) ;
- les prix des légumes frais ont augmenté de 5,5 % en mai 2008, ont baissé de - 1,7 % en mai 2009, la variation sur un an est négative (- 3 %) ;
- les prix des poissons et crustacés frais ont baissé de - 2,2 % en mai 2008, de - 1,1 % en mai 2009, la variation sur un an est négative de 3,6 % ;
- au total, le prix des produits frais est en baisse de 4,1 % sur un an.

<sup>126</sup> INSEE, enquête *Budget des familles 2006*.

<sup>127</sup> INSEE, comptes nationaux, *Consommation moyenne de quelques produits alimentaires*.

<sup>128</sup> CREDOC, synthèse de l'étude sur *La perception par les consommateurs des prix des produits frais*, enquête commandée par la SEMMARIS au CREDOC, juin 2007.

En 2007, le CRÉDOC notait que si « *le décalage entre prix réels et perçus est aujourd'hui trop élevé pour l'inflation globale... en ce qui concerne les prix des fruits, légumes, poissons et coquillages, les Français sont proches de la réalité* ». Il sera intéressant de ce point de vue d'examiner si le comportement des consommateurs s'est modifié avec des baisses de prix qui peuvent être insuffisantes pour des produits perçus comme coûteux : la première des raisons de non achat des produits frais citée par les personnes interrogées par cet organisme est la cherté des produits or, comme le CRÉDOC le souligne, « *la notion de cherté d'un produit est relative et très souvent mal appréciée... près de la moitié des Français (47 %) pensent qu'une pomme de 125 grammes est plus chère qu'un yaourt blanc, alors que la réalité est que la pomme est moins chère. Le manque de repères est important pour les produits dont les prix ne sont affichés qu'au kilogramme* ».

L'étude de l'INRA de mai 2009, déjà citée, rappelle que les fruits et les légumes font partie des aliments qui ont la meilleure qualité nutritionnelle, mais appartiennent aux « *sources d'énergie les plus chères* ». Tout en affirmant qu'il est possible de définir une alimentation optimale sur le plan nutritionnel pour un très faible coût, cette étude souligne qu'une action sur les prix aurait un impact important en termes de santé publique, les consommateurs adaptant assez fortement leurs comportements aux changements de prix, en particulier en ce qui concerne les fruits et les légumes. « *En situation expérimentale* », des travaux ont été conduits sur des politiques de type bonus/malus - bonus sur les fruits et les légumes, malus sur des produits sucrés, salés ou gras - agissant soit de manière non ciblée (comme une baisse de TVA) soit ciblée sur les plus pauvres (bons d'achats par exemple). Bien qu'inégalitaires, les premières agissent de manière plus large et il semble de ce fait « *qu'à coût budgétaire équivalent, le nombre de morts évitées serait plus élevé* ». Au total, Philippe Bontems et Vincent Requillart soulignent « *qu'il serait opportun de rendre financièrement plus accessibles les fruits, les légumes, les poissons, ainsi que les céréales complètes* ». « *Le recours à des politiques de type bonus malus pourrait s'avérer nécessaire* ».

La problématique des « produits bio » est bien évidemment différente. L'agence d'information « Graines de changement » a réalisé avec le soutien de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) une brochure intitulée « *Les chiffres de la consommation responsable* »<sup>129</sup> dont l'éditorial indique « *que si les intentions d'achats affichées par les consommateurs sont supérieures à 40 %, les parts de marché effectives des offres alternatives*<sup>130</sup> *ne dépassent pas 4 %. Mais le potentiel est important...* ». Un directeur d'hypermarché interrogé par la presse indique par exemple que les produits bios représentent 14 % de ses ventes de produits frais<sup>131</sup>. Selon une enquête de la revue *60 millions de consommateurs* auprès de ses lecteurs,

<sup>129</sup> Les chiffres de la Consommation responsable 2008, [www.mescoursespourlaplanete.com](http://www.mescoursespourlaplanete.com).

<sup>130</sup> Produits issus de l'agriculture biologiques et produits du commerce équitable « labellisés » essentiellement.

<sup>131</sup> Dominique Peltier ; *Les gens font des arbitrages*, dans *Le Monde Consommation durable* ; Cahier du « Monde » du 2 avril 2009.

réalisée en 2008, 95 % d'entre eux estiment qu'ils sont prêts à adopter des habitudes d'achat durable.

D'après le *Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France* (octobre 2008) réalisé par Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) pour l'agence Bio, 44 % des Français ont consommé au moins un produit biologique en 2008, 39 % en avaient acheté au cours des quatre dernières semaines. À la question « trouvez-vous normal de payer un produit biologique plus cher que le même produit non biologique ? », 39 % de l'ensemble des interrogés répondent par l'affirmative, et 48 % de ceux qui se déclarent consommateurs et acheteurs de bio. En moyenne, tous les sondés (acheteurs et non acheteurs confondus) seraient prêts à payer 12 % de plus pour les produits biologiques. Les comparaisons de prix sont de plus en plus fréquentes : 57 % les pratiquent.

Les achats des consommateurs déclarés de produits bios portent d'abord sur les fruits et légumes (77 %), ensuite sur les produits laitiers (70 %), puis les œufs (64 %). L'ancienneté moyenne de ces acheteurs est de neuf ans, le nombre de nouveaux consommateurs de moins de deux ans ayant évolué à la hausse de 14 % en 2007 à 21 % en 2008.

Ces acheteurs semblent plutôt fidèles y compris dans un contexte de pression sur le pouvoir d'achat : à une question sur ce thème ils répondent à 71 % qu'ils maintiendront leur consommation, à 11 % qu'ils achèteront encore plus de produits bio, et à 16 % qu'ils restreindront leurs achats. Les deux derniers pourcentages sont attentistes. À un horizon de six mois, 22 % d'entre eux pensent augmenter leur consommation et 74 % la maintenir. Leur sensibilité au prix rejoint celle de la population en général puisque 96 % d'entre eux indiquent qu'ils consommeraient plus de produits biologiques si les prix étaient moins élevés. Dans un article de presse récent<sup>132</sup>, Martine Picouët écrit que « selon une étude du site Conso Globe, la différence de prix entre un panier de produits bio achetés en ligne sur le site d'un grand distributeur et ceux de la marque distributeur est de l'ordre de 35 %... Par contre, la différence entre le panier de produits bio et celui de produits issus de grandes marques est quasi nulle ».

---

<sup>132</sup> Martine Picouët ; *Consommer durable est-il à la portée de tous ?* ; Article déjà cité dans Le Monde Consommation durable.



## CONCLUSION

L'homme a mis des siècles à se libérer de l'angoisse de la faim, angoisse profonde, angoisse des origines. Cet affranchissement, encore inachevé, toujours inéquitable - le sommet mondial sur la sécurité alimentaire de novembre 2009 l'a rappelé -, n'a pu s'étendre à de vastes populations qu'au moyen d'innovations scientifiques et techniques qui ont permis d'énormes gains de productivité, bouleversant l'agriculture en à peine plus de cent années.

C'est au XIX<sup>e</sup> siècle que s'épanouit en France la gastronomie, grâce à la Révolution de 1789 qui a facilité le développement de la restauration et démocratisé les arts de la table. Attaché à son modèle alimentaire, le Français n'y déroge que pour mieux y revenir. S'il choisit de se nourrir de plats préparés par d'autres, s'il mange quand il veut et où il veut, sur le pouce et dans la rue, ses incartades ne sont pas durables, et le besoin de synchronisation le ramène au foyer et à la table identifiés comme des espaces de temps de convivialité. La tradition culinaire française est d'abord un repère, même si elle est aussi un soutien de notre économie.

Désormais, dans les pays développés, en dépit de certaines inquiétudes de santé publique, l'abondance alimentaire rassure. Même si la question du prix reste centrale, la consommation peut se déplacer sur le terrain de l'immatériel. La part de l'alimentaire dans le budget des ménages diminue. Pourtant, l'angoisse sanitaire chasse celle de manquer, les interrogations sur l'origine, la qualité, les conditions de la production des denrées conduisent le consommateur à jeter sur son assiette trop abondamment garnie un regard d'autant plus suspicieux que son contenu le mènera à satiété.

Conscient de l'impact de l'alimentation sur la santé, le citoyen a compris qu'il y a dans nos manières de produire les denrées alimentaires des enjeux environnementaux, comme il y en a dans toute activité humaine. Il en résulte une forte demande d'information, d'identification des produits, où le désir de naturel accompagne le besoin de sécurisation, mouvements ou humeurs parfois contradictoires.

Dans la durée, la fidélité des consommateurs aux marchés locaux a résisté plus qu'il n'y paraît à la mondialisation et au bouleversement des modes d'approvisionnement. Nomades, les Français savent choisir et où aller, certes en fonction de leur pouvoir d'achat, mais aussi de critères de goûts, de qualité. Les marchés, le petit commerce en ville retrouvent un peu de vigueur. L'attrance pour les produits venus d'ailleurs enrichit les livres de recette sans perte de saveurs. Le métissage n'est pas incompatible avec l'amour du terroir : tout est question de savoir-faire, de respect du produit et de l'homme.

Dans notre pays, sa culture le porte toujours vers la recherche du plaisir à table, la satisfaction par le goût du palais et de la langue. À la transmission culinaire familiale, toujours vivace, s'ajoutent désormais des modes informels, un regain du « savoir-cuisiner » auquel participent l'édition et la télévision, qui poussent en ce domaine de talentueux autodidactes à l'émulation.

Il a été rappelé qu'un prix élevé n'est pas une preuve de qualité. Tout au plus en est-il considéré, par les consommateurs, comme l'un des indices pertinents. Les associations de consommateurs ont même démontré que qualité et prix bas pouvaient aller de pair.

Afin de bénéficier de produits frais ou biologiques, un certain nombre de ménages n'hésitent cependant pas à arbitrer en faveur de ces derniers même lorsqu'ils sont plus coûteux, ce qui est encore souvent le cas. L'accès du plus grand nombre à ce type de produits passe par des actions qui peuvent concerner aussi bien les prix que le développement de l'offre et de l'information la concernant.

## ANNEXES



Annexe 1 : Évolution des écarts de structure de consommation entre groupes sociaux de 1979 à 2006 (en pourcentage)

	Écart entre le 5 <sup>ème</sup> quintile (ménages aisés) et le 1 <sup>er</sup> quintile (ménages modestes) de niveau de vie		Écart entre les cadres, professions intellectuelles supérieures, professions libérales et les ouvriers	
	1979	2006	1979	2006
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	- 16,9	- 4,5	- 11,1	- 4,0
Santé	-2,8	1,0	- 1,4	0,8
Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles (hors loyers fictifs)	- 1,5	- 13,5	0,2	- 7,4
Éducation	0,0	- 0,1	0,8	0,5
Communications	0,3	- 1,5	0,8	- 0,8
Articles d'habillement et chaussures	1,5	0,8	1,2	1,0
Autres biens et services	2,1	0,9	1,3	0,7
Loisirs et culture	3,0	6,4	2,3	5,2
Meubles, articles de ménage et entretien courant de l'habitation	3,2	3,1	1,3	2,7
Hôtels, cafés et restaurants	5,2	3,2	3,5	2,7
Transports	6,3	5,0	2,3	- 0,2

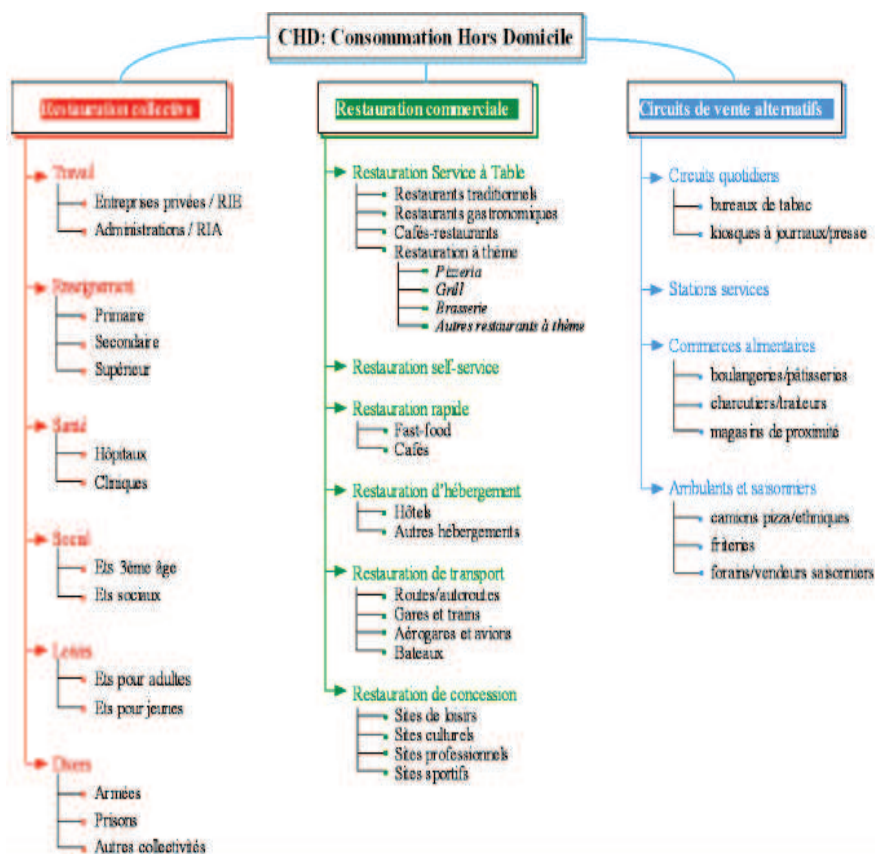
Source : INSEE, Enquête Budget de famille 2006.

Lecture : en 2006, la part moyenne des produits alimentaires et des boissons non alcoolisées dans la consommation des cadres, des professions intellectuelles supérieures et des professions libérales est inférieure de 4,0 points à celle des ouvriers.

Champ : France métropolitaine.



Annexe 2 : Architecture du marché de la restauration en France

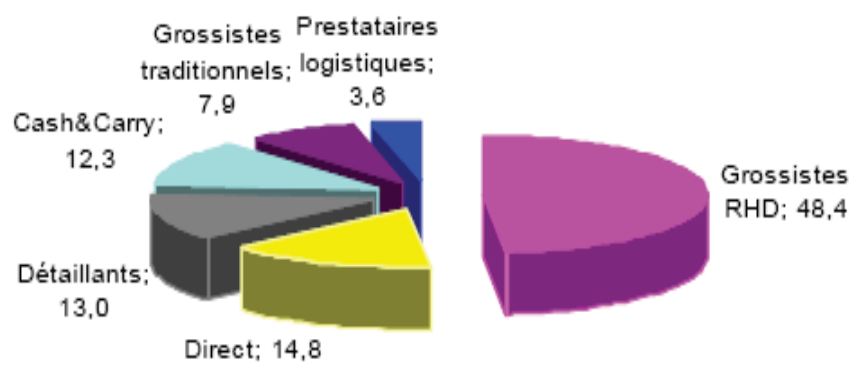


Source : GIRA Foodservice.





Annexe 3 : Répartition des fournisseurs de la restauration hors domicile



Source : GIRA Foodservice.



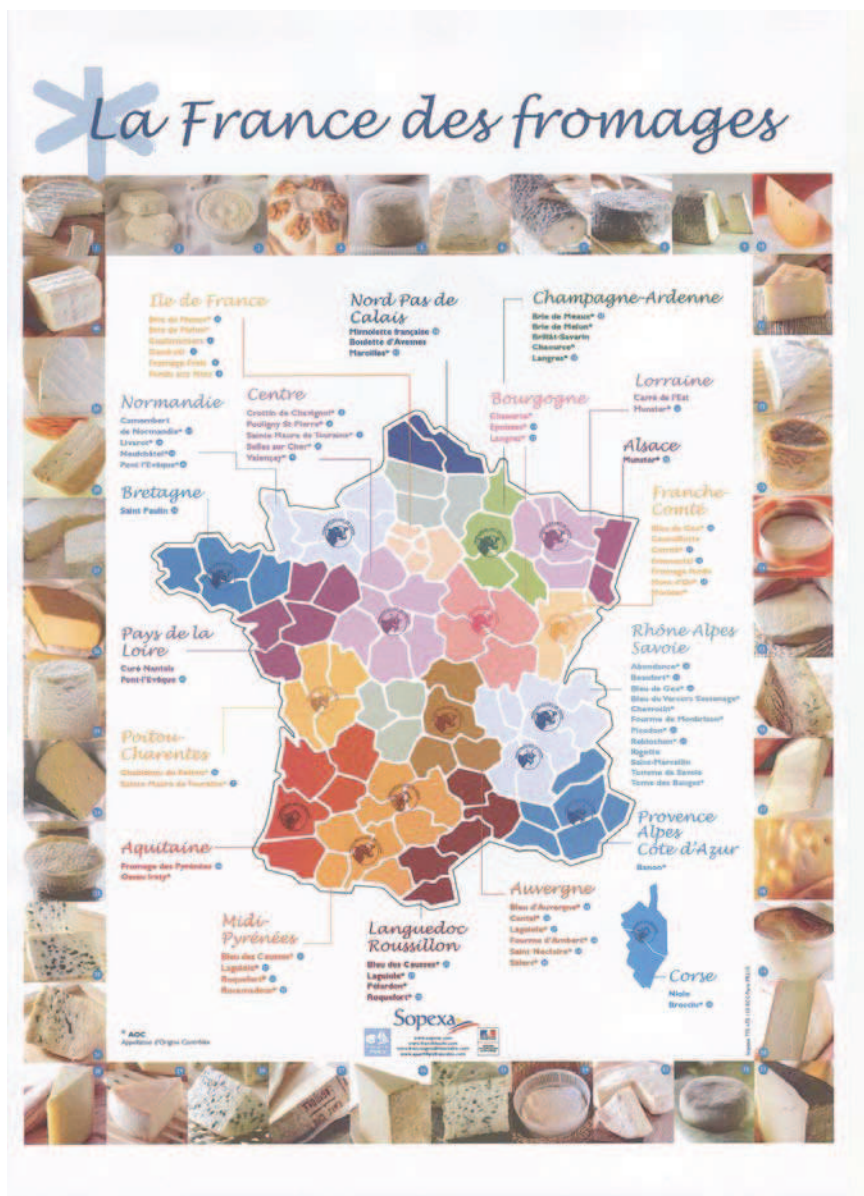
Annexe 4 : Carte des régions de production de vin AOC



Source : SOPEXA.



Annexe 5 : Carte des fromages de France



Source : SOPEXA.



## Annexe 6 : La confiance accordée aux acteurs de la sécurité alimentaire

Question : Pour chacun des acteurs suivants, lui faites-vous tout à fait confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance, pas confiance du tout pour garantir la sécurité des produits alimentaires.

Base : ensemble de l'échantillon

Les associations de consommateurs	
Tout à fait confiance	27
Plutôt confiance	62
Total confiance	89
Plutôt pas confiance	6
Pas du tout confiance	1
Total pas confiance	7
Sans opinion	4
	100 %
Les agriculteurs et les éleveurs	
Tout à fait confiance	18
Plutôt confiance	62
Total confiance	80
Plutôt pas confiance	14
Pas du tout confiance	2
Total pas confiance	16
Sans opinion	4
	100 %
Les pouvoirs publics et les administrations qui contrôlent le respect des règles	
Tout à fait confiance	7
Plutôt confiance	58
Total confiance	65
Plutôt pas confiance	25
Pas du tout confiance	6
Total pas confiance	31
Sans opinion	4
	100 %

Source : TNS-Sofres - ANIA - Les Français et l'alimentation - février 2008.





LISTE DES RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Catherine Dumas

*Sur Les arts culinaires : patrimoine culturel de la France*

Rapport du Sénat n° 440, juillet 2008

Nicolas de Bonnefons

*Les Délices de la campagne, suite du jardinier françois, où est enseigné à préparer pour l'usage de la vie tout ce qui croist sur la terre et dans les eaux*

Dédié aux dames mesnagères. Paris, Pierre Des-Hayes, 1654

Jean-Robert Pitte

*Gastronomie française - Histoire et géographie d'une passion*

Éditions Fayard, 1991

Montaigne

*Essais*

Livre I, Chapitre LI, De la vanité des paroles

Alain Drouard

*La science de gueule dans La gourmandise - Délices d'un péché*

Éditions Autrement, 1993

Mireille Huchon

*Rabelais diététicien plus que gastrolâtre*

Article paru dans le *Magazine littéraire*

Dossier littérature et gastronomie, n° 480, novembre 2008

Françoise Hache-Bichette, Denis Saillard (sous la direction de)

*Gastronomie et identité française*

Éditions Nouveau Monde, 2007

Dominique Chardon (sous la direction de)

*La promotion de la culture alimentaire française : un enjeu économique et politique pour la France*

(rapport) SOPEXA, 2002

Futuribles

*Étude rétrospective et prospective des évolutions de la population française (1950-2030)*

Paris : Association Futuribles international, 2003

OCDE

*Panorama de la société 2009, les indicateurs sociaux de l'OCDE*

Mai 2009

Élisabeth Rignols

*La consommation des ménages depuis quarante ans. Perte de vitesse des dépenses traditionnelles*

INSEE Première n° 832, février 2002

Georges Consallès

*En 2008, la consommation des ménages s'infléchit mais résiste*

Division Synthèses des biens et services

INSEE Première n° 1241, juin 2009

ANIA

*Les Français et l'alimentation*

Institut TNS Sofres, 20 et 21 février 2008 - Deuxièmes assises de l'industrie alimentaire

Vanessa Bellamy, Laurent Léveillé

Enquête budget de famille 2006

*Condition de vie et société*

INSEE Résultats n° 73, Société décembre 2007

Thierry Mathé, Thomas Pilorin, Pascale Hébel,

avec la participation de Mindyn Denizeau

*Du discours nutritionnel aux représentations de l'alimentation*

Cahiers de la recherche n° 252, CRÉDOC, décembre 2002

Pascale Hébel

*Se nourrir d'abord, se faire du bien ensuite*

CRÉDOC, Consommation et modes de vie n° 209, février 2008

Pierre Feillet

*La nourriture des Français : de la maîtrise du feu aux années 2030*

Quae éditions 2007

Gérard Mermet

*Pour comprendre les Français - Francoscopie 2007*

Larousse 2006

Pascale Hébel (coordinatrice)

*Comportements et consommations alimentaires en France*

Éditions TEC & DOC - CRÉDOC

C. Roux, P. Le Couedic, Sophie Durand-Gassel, F-M Luquet

*Attitudes et comportements alimentaires de population à faibles revenus*

Cahier de nutrition et de diététique, Masson 1999

Danielle Besson

*Le repas depuis 45 ans : moins de produits frais, plus de plats préparés*

INSEE Première n° 1208, septembre 2008

Danielle Besson

*Boissons alcoolisées : 40 ans de baisse de consommation*

INSEE Première n° 966, mai 2004

Philippe Bontems, Vincent Réquillart

*Politiques nutritionnelles, régulation des filières et consommation alimentaire*

INRA Sciences sociales

Recherches en économie et sociologie rurales n° 2, mai 2009

Nicolas Herpin

*Le repas comme institution*

Compte-rendu d'une enquête exploratoire

Revue française de sociologie XXIX, 1998

Moustapha Okham, Philippe Varrambien

*La restauration commerciale de 2002 à 2004 : stagnation de l'activité mais*

*hausse de l'emploi salarié*

INSEE Première n° 1047, novembre 2005

Hervé Élie Bokobza

*Les sept péchés capitaux, La communauté juive libérale*

[www.cjl-paris.org](http://www.cjl-paris.org)

Michel Godet et Marc Mousli

*Vieillesse, activités et territoires à l'horizon 2030*

Conseil d'analyse économique, rapport n° 63, octobre 2006

Christophe Michel, Sophie O'Prey, Vincent vicair

*Le commerce en 2007 - Une année dynamique*

INSEE Première n° 1198, juin 2008

Léon Salto

*Consommation, commerce et mutations de la société*

Avis et rapport du Conseil économique, social et environnemental, février 2007

Les éditions des Journaux officiels, 2007

Vanessa Bellamy, Léveillé Laurent

*Consommation des ménages, quels lieux d'achat pour quels produits ?*

INSEE Première n° 1165

Frank Dedieu

*La mondialisation uniformise les produits*

Article de *L'Expansion*, 1<sup>er</sup> septembre 2004

Pascale Hébel  
*Alimentation, entre tensions économiques et exigences des consommateurs*  
CRÉDOC, troisième édition des entretiens de Rungis - 23 septembre 2008

Jean-Pierre Poulain  
*Manger aujourd'hui - Attitudes, normes et pratiques*  
Éditions Privat, Paris 2000 - [lemangeur.ochoa.com](http://lemangeur.ochoa.com)

Virginie Lanouguère-Bruneau  
*À quoi sert le goût*  
Compte-rendu des quatrièmes rencontres du groupe  
de réflexion sur l'obésité et le surpoids.  
Paris, 30 novembre, 1<sup>er</sup> décembre 2006

Jean-Pierre Loisel, Agathe Couvreur, avec la collaboration de :  
Anne-Delphine Brousseau, Catherine Giagnier et Franck Lehuédé  
*De la transmission à l'apprentissage des savoir-faire culinaire : regards croisés  
de filles et de mères*  
Cahiers de recherche n° 198, CRÉDOC, mars 2004

Pascale Hébel  
*Le retour du plaisir de cuisiner*  
CRÉDOC, Consommation et modes de vie n° 217, décembre 2008

Laetitia Baïchi  
*Le plaisir : ami ou ennemi de notre alimentation ?*  
Compte-rendu de publication des actes du colloque de l'IFN (12 décembre  
2006), [Lemangeur-ocha.com](http://Lemangeur-ocha.com) - mise en ligne : 10 septembre 2008

Thibaut de Saint Pol  
*L'obésité en France : les écarts entre catégories sociales s'accroissent*  
INSEE Première n° 1123, février 2007

Pascale Hebel  
*Synthèse des baromètres sur l'alimentation*  
CRÉDOC, décembre 2008

Confédération logement et cadre de vie (CLCV)  
*Produits à "prix cassés" : quelle qualité ?*  
Enquête mai 2009

Christiane Lambert  
*Les modalités de formation des prix alimentaires : du producteur au  
consommateur*  
Avis et rapports du Conseil économique, social et environnemental  
Les éditions des Journaux officiels, 2009

Dominique Peltier

*Les gens font des arbitrages* », dans « *Le Monde Consommation durable*  
Cahier du Monde, 2 avril 2009

Martine Picouët

*Consommer durable est-il à la portée de tous ?*  
Article déjà cité dans *Le Monde Consommation durable*

Bernard Reygrobellet

*La nature dans la ville - biodiversité et urbanisme*  
Avis et rapports du Conseil économique et social  
Les éditions des Journaux officiels, 2007



## TABLE DES SIGLES

AB	Agriculture biologique
ADEME	Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie
AFSSA	Agence française de sécurité sanitaire des aliments
AMAP	Association pour le maintien d'une agriculture paysanne
ANC	Apports nutritionnels conseillés
AOC	Appellation d'origine contrôlée
AOP	Appellation d'origine protégée
BNM	Besoins nutritionnels moyens
BNRA	Boissons rafraîchissantes non alcoolisées
CA	Chiffre d'affaires
CHD	Consommation hors domicile
CHR	Cafés, hôtels, restaurants
CHRD	Cafés, hôtels, restaurants, discothèques
CLCV	Confédération logement et cadre de vie
CNAC	Conseil national des arts culinaires
CNDP	Centre national de documentation pédagogique
COFRAC	Comité français d'accréditation
CRÉDOC	Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie
CSA	Conseil supérieur de l'audiovisuel
CSP	Catégorie socioprofessionnelle
ECO	Congrès européen sur l'obésité
EFSA	Autorité européenne de sécurité des aliments
ENNS	Enquête nationale nutrition santé
ESB	Encéphalite spongiforme bovine
GD	Grande distribution
GMS	Grandes et moyennes surfaces
HT	Hors taxe
HVE	Haute valeur environnementale
IAS	Indice d'alimentation saine
IFEN	Institut français de l'environnement
IFOP	Institut français d'opinion publique
IGP	Indication géographique protégée
INAO	Institut national de l'origine et de la qualité
INCA	Individuelles nationales des consommations alimentaires
INPES	Institut national de prévention et d'éducation pour la santé
INVS	Institut de veille sanitaire
LSA	Libre services actualités
MNTA	Maladies non transmissibles liées à l'alimentation
OGM	Organisme génétique modifié

OMC	Organisation mondiale du commerce
OMS	Organisation mondiale de la santé
OQALI	Observatoire de la qualité alimentaire
PAI	Projet d'accueil individualisé
PIB	Produit intérieur brut
PNNS	Programme national nutrition santé
RHD	Restauration hors domicile
RHF	Restauration hors foyer
SAU	Surface agricole utilisée
SIQO	Signes d'identification de la qualité et de l'origine
UTA	Unité de travail agricole
VDQS	Vin de qualité supérieure
ZEE	Zone économique exclusive



## LISTE DES ILLUSTRATIONS

Tableau 1 :	Principales productions agricoles françaises.....	32
Tableau 2 :	Dépenses en produits d'origine animale et végétale constituant le repas hors dessert.....	65
Tableau 3 :	Structure de la consommation alimentaire <sup>1</sup> en valeur en 2007.....	67
Tableau 4 :	Évolution de la consommation alimentaire des adultes par sexe (1998-1999/2006-2007).....	72
Tableau 5 :	Évolution de la consommation alimentaire des enfants (1998-1999/2006-2007).....	73
Tableau 6 :	Évolution de la consommation alimentaire des adolescents (1998-1999/2006-2007).....	73
Tableau 7 :	La consommation alimentaire hors domicile répartie par segments.....	82
Tableau 8 :	Montant déclaré des dépenses alimentaires par semaine par ménage (2006, 2007, 2008).....	132
Tableau 9 :	Évolution de la consommation des ménages par fonction, en pourcentage.....	133
Graphique 1 :	Évolution des coefficients budgétaires des ménages.....	53
Graphique 2 :	Dépenses de consommation en repas hors dessert, par habitant.....	66
Graphique 3 :	évolution de la consommation des aliments solides.....	69
Graphique 4 :	Évolution de la consommation d'aliments liquides.....	71
Graphique 5 :	Répartition des déjeuners pris hors domicile par les adultes...	79
Graphique 6 :	Coefficients budgétaires de l'alimentation.....	85
Graphique 7 :	Le marché en nombre de repas.....	87
Graphique 8 :	Évolution de la fréquentation des magasins d'alimentation....	98
Graphique 9 :	Raisons d'acheter un produit.....	105
Graphique 10 :	Perception des critères de qualité.....	129
Carte 1 :	Taux d'obésité infantile en France (par région).....	124
Schéma 1 :	Perception de l'alimentation par sexe, âge et CSP.....	59

La gastronomie française, fruit de terroirs généreux, représente à la fois un atout et un patrimoine formidables pour notre pays. Elle apparaît cependant menacée par les changements récents observés dans les pratiques alimentaires et les modes de vie de nos concitoyens.

Le CESE propose de renforcer les liens entre ceux qui produisent les denrées et ceux qui les valorisent pour continuer à donner la priorité à la qualité. Il insiste également sur la nécessité de mieux informer et éduquer les consommateurs pour restaurer leur confiance quant au contenu des assiettes et faire en sorte que les repas demeurent des moments de plaisir et de convivialité.