



Protéines animales et végétales

Quelles évolutions de consommation ?

Quel avenir pour des protéines locales ?

Eric BIRLOUEZ - Epistème
ericbirlouez@wanadoo.fr

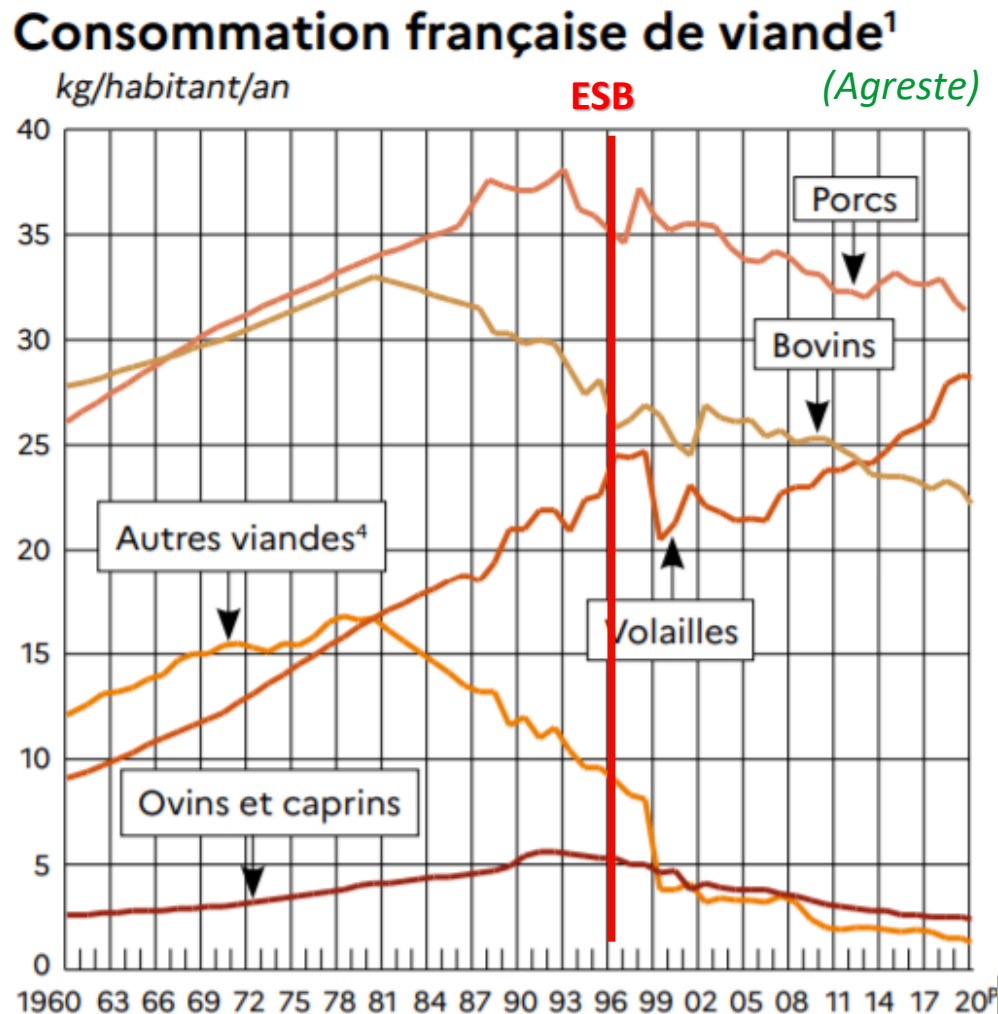
1. Les protéines animales

Les évolutions récentes de la consommation



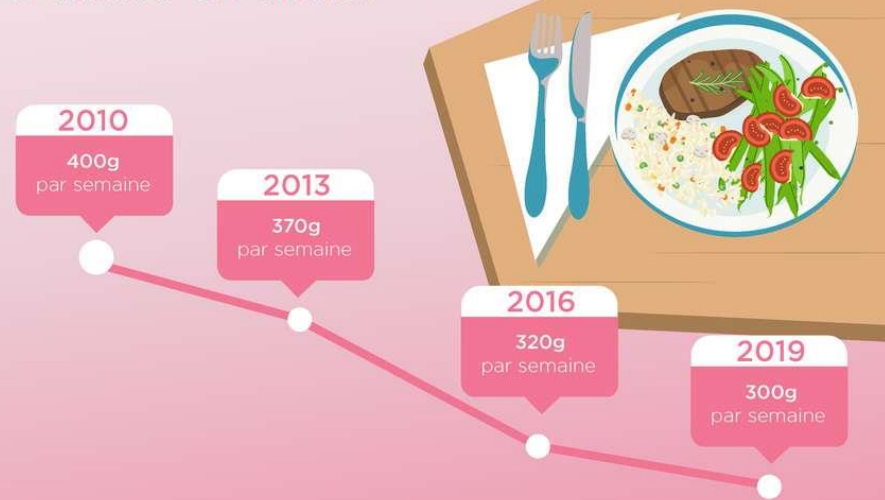
Viande : essor puis déclin

- boeuf : déclin dès... 1980
le prix : pas la cause 1^{ère}
→ *des raisons multiples*
- extension aux autres viandes (hors volaille)
- et accélération du déclin
→ *bcp de nouvelles raisons* mises en cause de la viande et de l'élevage



Les Français et la viande aujourd'hui

En France, la consommation moyenne de viande hors volaille chez les adultes **diminue** d'année en année



82% des Français mangent moins de viande que le seuil limite de **500g*** recommandé de viande cuite hors volaille, par semaine

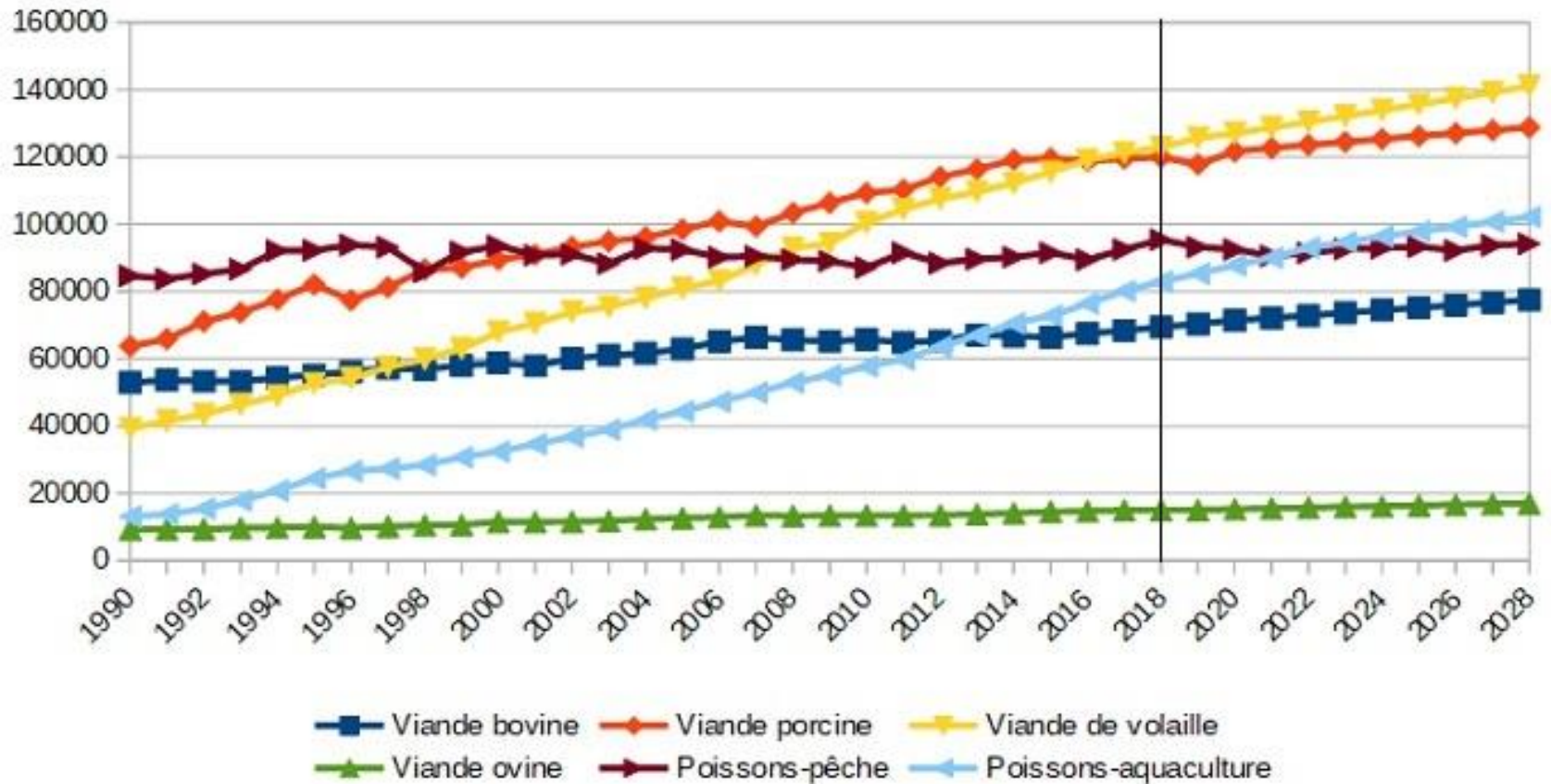


Les Français consomment en moyenne de la viande hors volaille **2 à 3 fois** par semaine



Déclin en France, hausse dans le monde

Production de viandes et de poissons, monde, milliers de tonnes

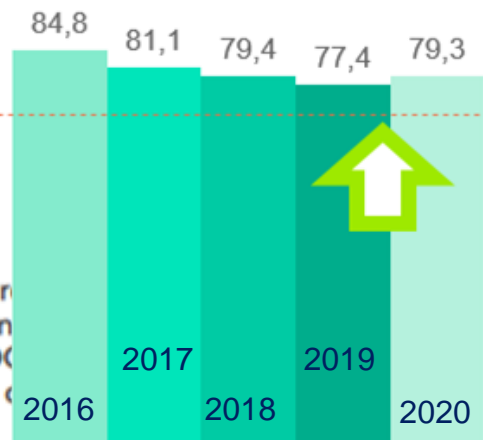


La consommation de lait chute, mais fromage et produits frais s'envolent

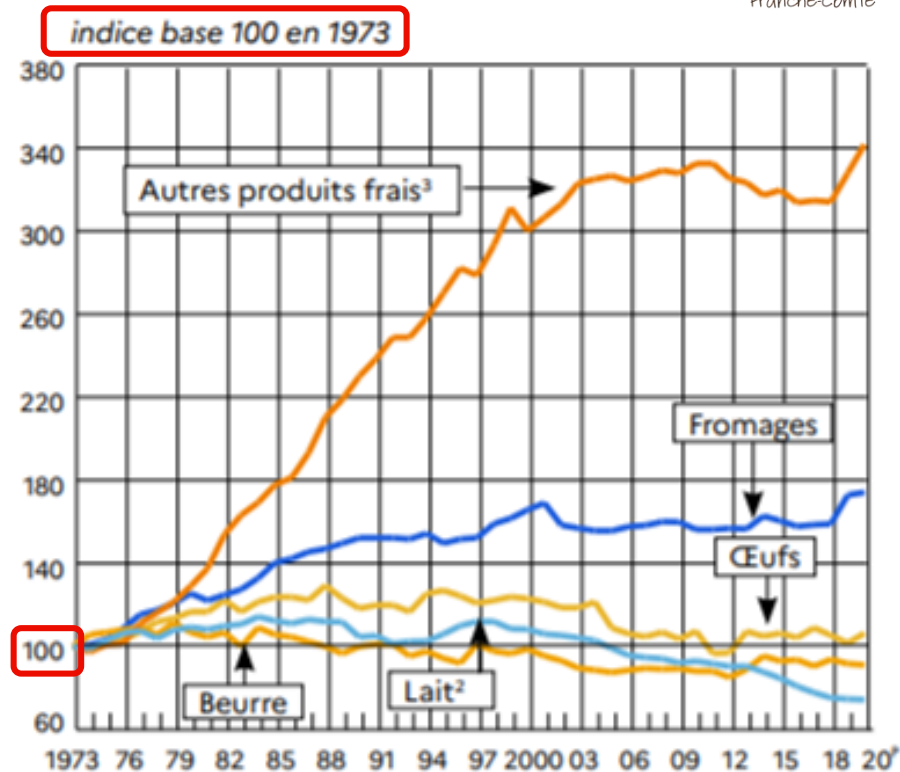
	1990	2000	2010	2019	2020 ¹
Produits ¹	kg/habitant/an				
Lait de consommation ²	73,9	76,5	65,7	52,8	52,6
Autres produits frais ³	26,9	35,1	38,9	38,3	40,0
Beurre	8,8	8,7	7,8	8,1	8,0
Fromage	22,7	24,7	23,3	25,8	26,0
Œufs	14,9	15,5	13,5	12,8	13,4

2020 : un effet Covid positif sur le lait

Conso. par foyer
en litres / an

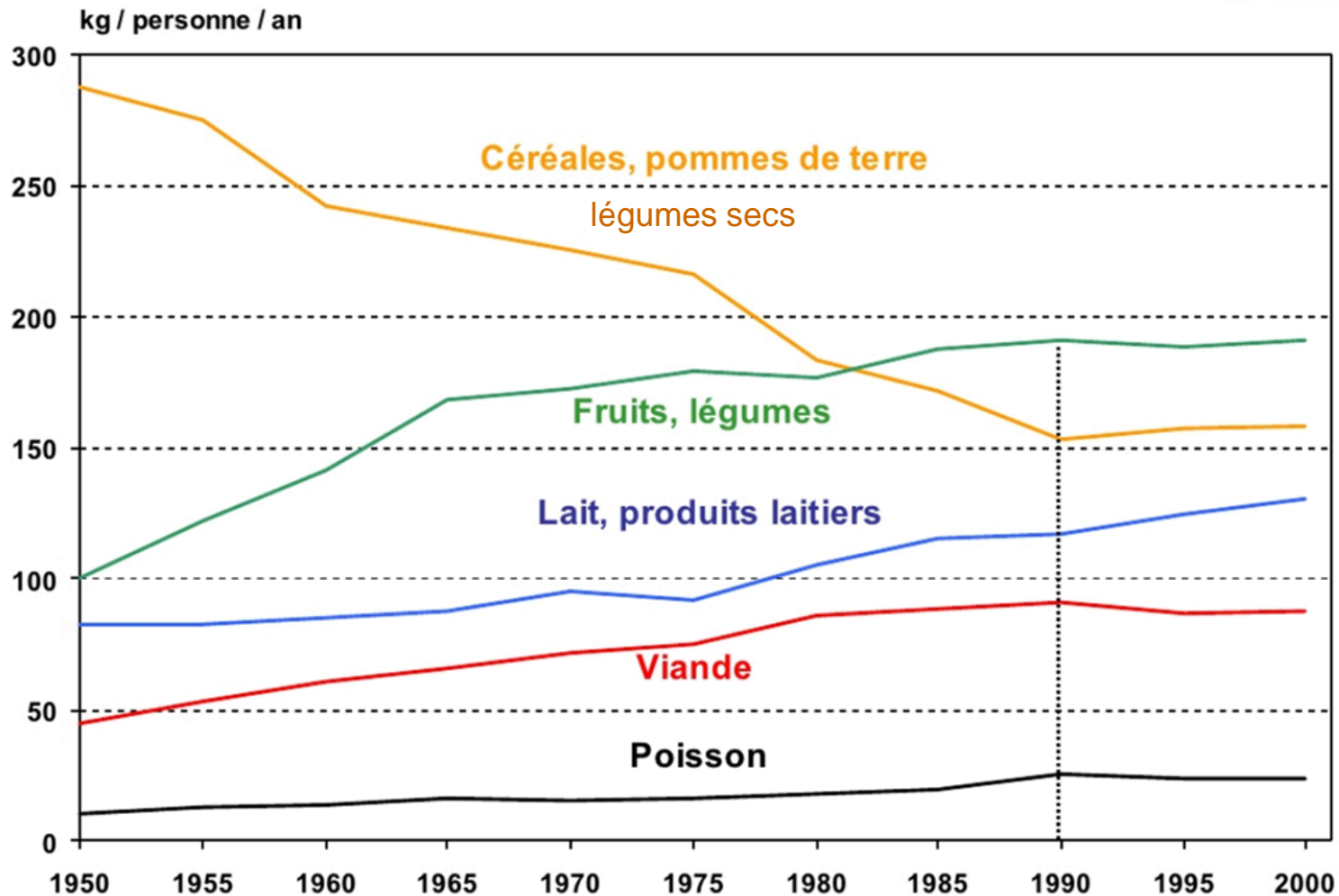


1. La consommation corrigée de l'effet Covid-19.
2. Lait de consommation.
3. Yaourts aromatisés, DOP.
Source : Agreste - Bilans de consommation



ne.
ou vendu à la ferme.
et 1997 pour le lait et les produits laitiers.

De 1950 à 1990, la conso. des produits animaux avait augmenté tandis que celle des produits végétaux de base avait chuté



Source : INSEE Annuaire, Statistique de la France

Le déclin de la viande : 1° acte



Un changement des représentations et attentes / viande

1. Des années 1980 à l'aube du XXI° siècle

- Une société “tertiarisée” : force physique moins valorisée
→ moindre attractivité de son aliment symbole
- *Trente Glorieuses* : forte hausse du pouvoir d'achat →
la viande se banalise → elle n'est plus un marqueur social
- Pas tjs adaptée aux nouveaux modes de conso. (rapidité, snacking)
- Souci croissant de santé → impact > des msg “viande et santé”
- 1^{ères} crises et forte médiatisation → peurs

Le déclin de la viande : 2° acte



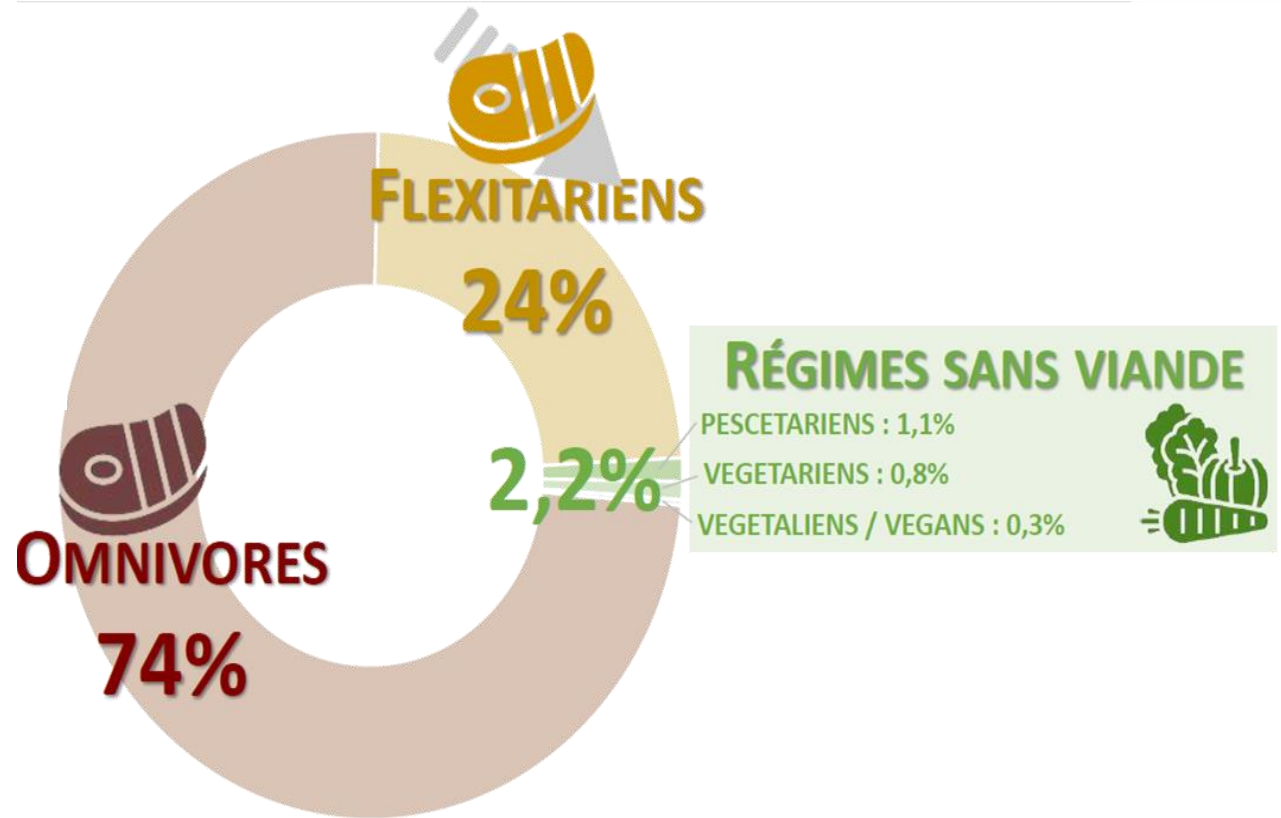
2. Depuis années 2000

- nouvelles crises + médiatisation
- internet et réseaux ● prises de parole des “anti” (asso., *people*)
- OMS, 2015 → la viande “*probablement cancérogène*”
- conscience environnementale croissante
+ climat → GES émis par l'élevage
- inquiétudes / démographie mondiale (élevage “gaspillage”)
- sensibilité en hausse / souffrance et mort animales
- végétarismeS → bcp de motivations dont la distinction sociale
- baisse du pouvoir d'achat, essor de la pauvreté

... mais pas de basculement → végétarisme

% se déclarant [...] après avoir pris connaissance des définitions des termes

en 2020 →



Ifop / France AgriMer (mars 2021)

La perception du « vrai » repas change peu

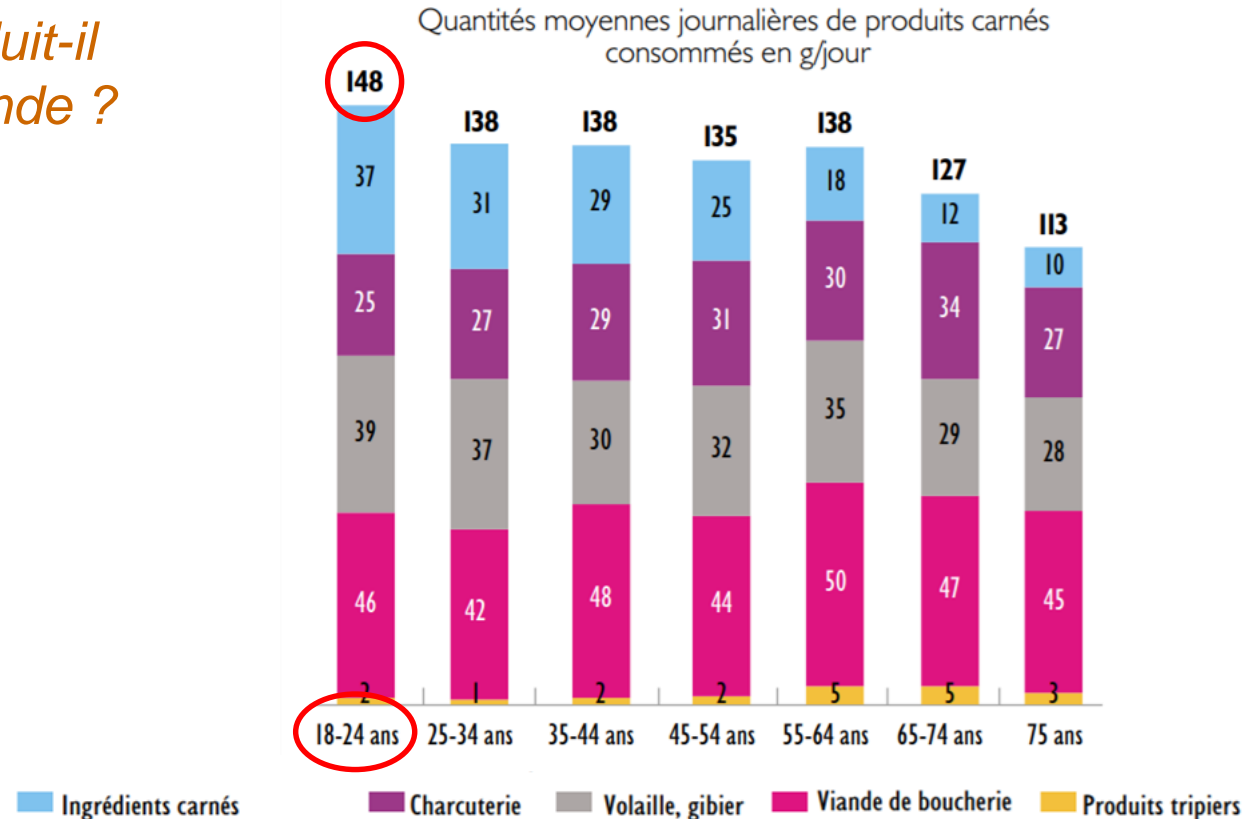
- Etude INRAé → imaginer des menus pour diverses occasions (repas à la maison en semaine, au restaurant, sur le pouce, festif, pique nique...) en choisissant des photos d'aliments ou de produits
- L'aliment *toujours* choisi en premier →
- Le moins choisi... et toujours comme « accompagnement »



Pour bcp de Français, la viande reste le cœur du (vrai) repas car associée à leur culture, au plaisir, à la vitalité...

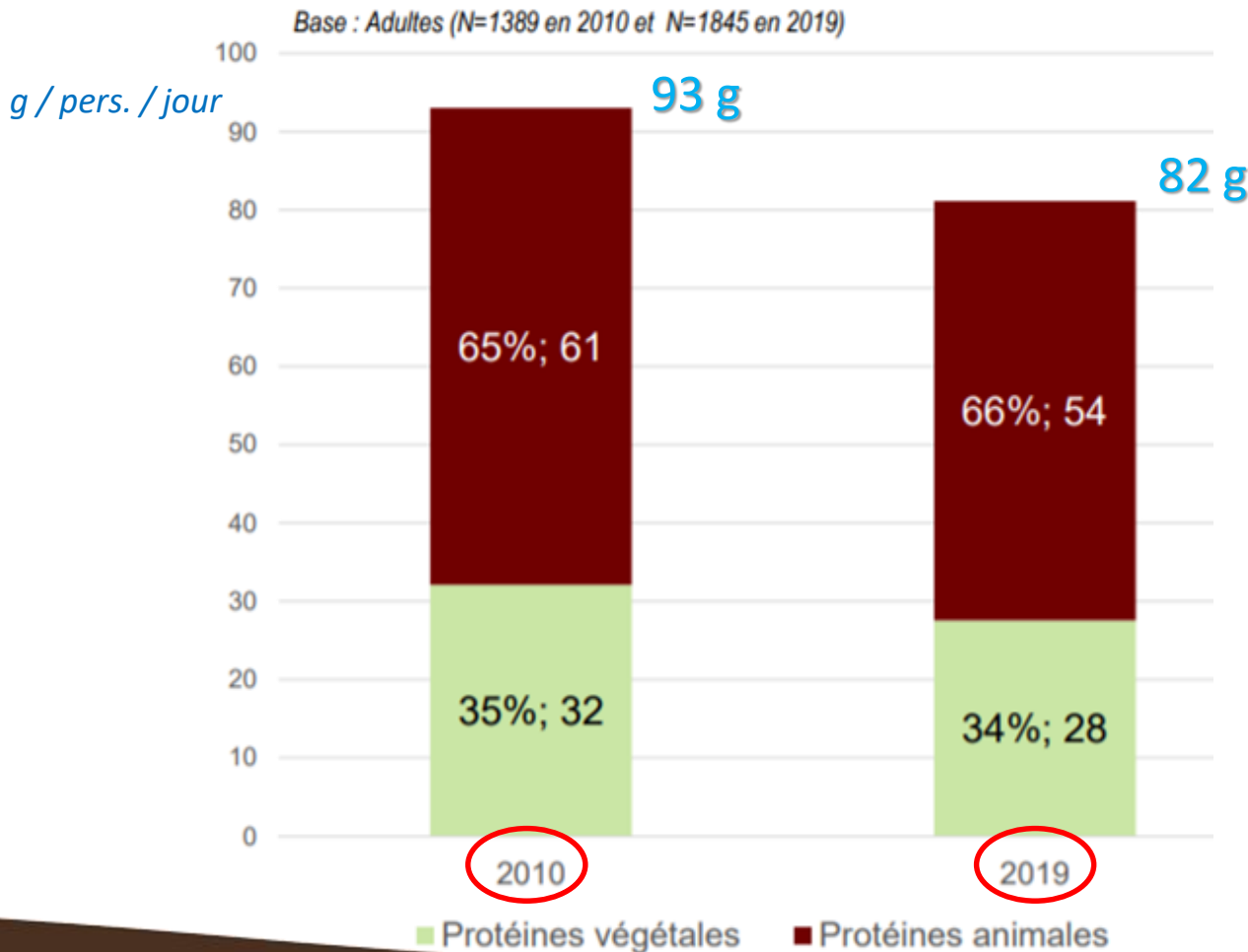
Les jeunes sont les plus sensibles à la cause animale, au climat, et aux GES émis par l'élevage

Comment cela se traduit-il sur leur conso. de viande ?



- Les Français les moins favorisés sont ceux qui mangent le plus de viande, de charcuterie et de volailles (Nutrinet Santé, 2020).

La quantité de protéines animales régresse mais pas leur part dans la ration protéique (2/3)



RECOMMANDATIONS
DU PNNS :
50% DE
PROTÉINES VÉGÉTALES
50% DE
PROTÉINES ANIMALES

Source : CRÉDOC, Enquêtes CCAF 2010 et 2019

2. Quel avenir pour des protéines locales ?



Les « protéines » ont un avenir... d'autant plus si elles sont locales



2.1 Les protéines animales

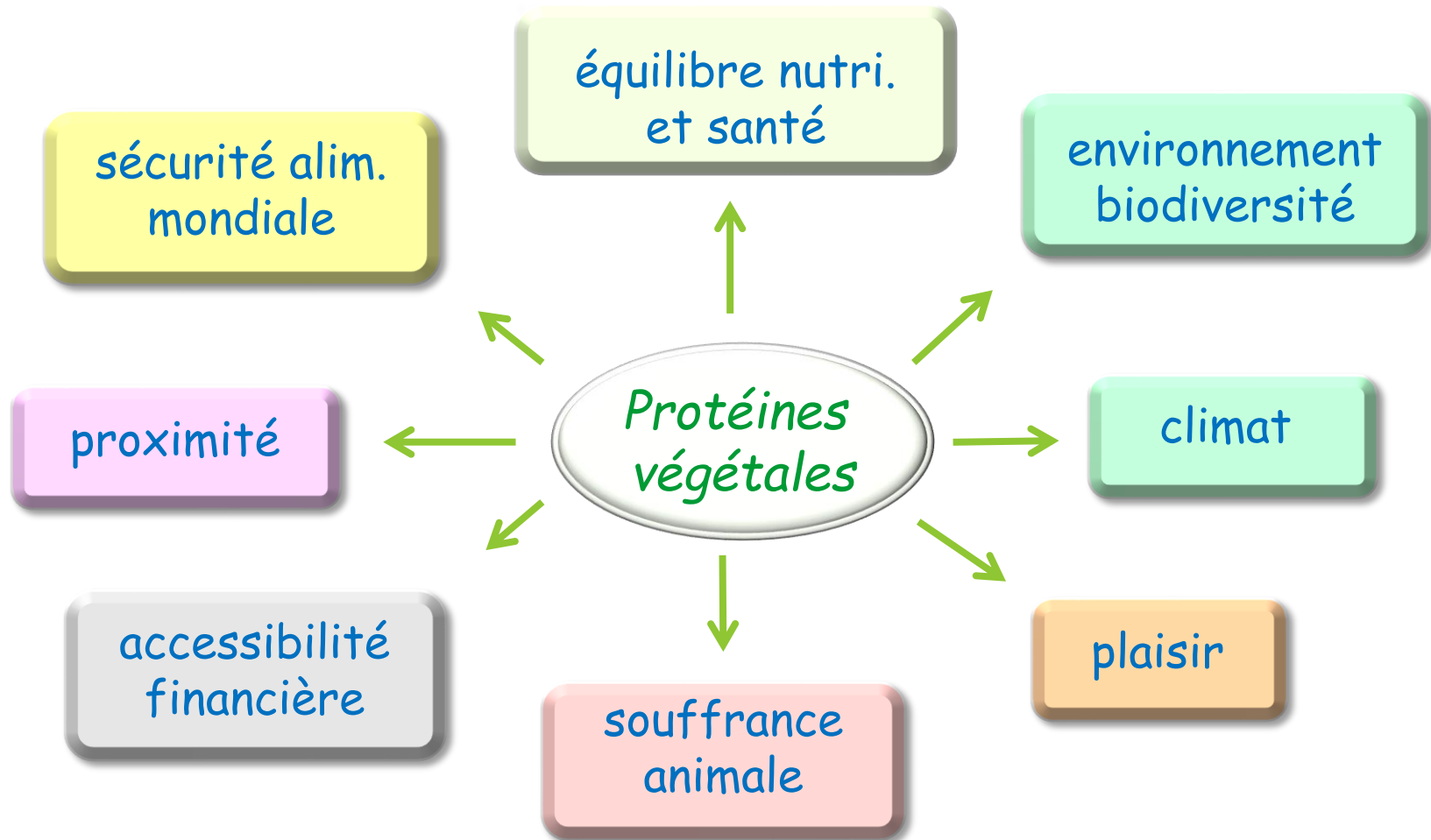
- Malgré leur déclin, les produits carnés, le lait, les œufs... ont un avenir
 - les Français aiment la diversité alimentaire, source de plaisir sensoriel et de convivialité
 - une véritable culture des produits animaux (plats traditionnels)
 - (rappel) 2,2 % seulement de non consommateurs de viande
 - mais un mouvement de fond : « moins mais mieux »
 - l'exemple du vin : de 92 litres (1980) à 33 litres... en 40 ans

Les protéines animales : un avenir ?



- à condition de jouer la carte de la qualité
= « réponse aux attentes des conso. » (autres que le prix)
- La qualité : une notion multiforme
 - des attentes multiples (nouvelles et « historiques »)
 - et « fragmentées » : # selon les groupes sociaux
(en 1er : le niveau d'études et la génération)

Les protéines végétales : beaucoup d'atouts... au croisement des attentes actuelles



Le végétal a le vent en poupe

- Il est plébiscité *pour lui-même* et pas seul.^{mt} pour compenser la moindre consommation d'aliments d'origine animale
- Il est à la croisée des tendances de l'alimentation
- Le végétal est "bon à penser"



Claude Lévi-Strauss (1908-2009)



Le végétal au cœur de « l'éthique alimentaire »



- Un imaginaire devenu positif
 - associé à verdure, plantes, feuilles...
→ aux légumes (55 %) plus qu'aux fruits (28%)
 - pas aux légumes secs ni aux produits riches en prot. vég.
- “végétal” : associé à la naturalité
- perçu comme facteur de santé (cf. PNNS) et de minceur
- associé à bien-être, relaxation
- autres motivations : la diversité et le plaisir
- “permet de ne pas faire souffrir les animaux”

mais les légumes secs → de nombreux freins

... au niveau des représentations mentales

- Du néolithique (5500 AEC) → XIX° s. = le socle de l'alimentation
→ une image d'aliments « populaires », de « viande du pauvre »
- Le mot « protéines » associé à « viande » (cf restau collective)
- Des perceptions négatives
 - fades
 - longs à préparer
 - difficiles à digérer + font grossir
 - pas modernes
 - faible accessibilité mentale
- Rejet de l'ultra-transformé



Les mangeurs de pois, G. de la Tour, 1618

La consommation de légumes secs (ventes 2020)



Le « local » pour compenser / lever ces freins ?



Le local : tendance lourde ou effet de mode ?

- une tendance de consommation antérieure à la Covid19 (nb motivations) ... renforcée par la pandémie

Mais « local » : de quoi s'agit-il ?

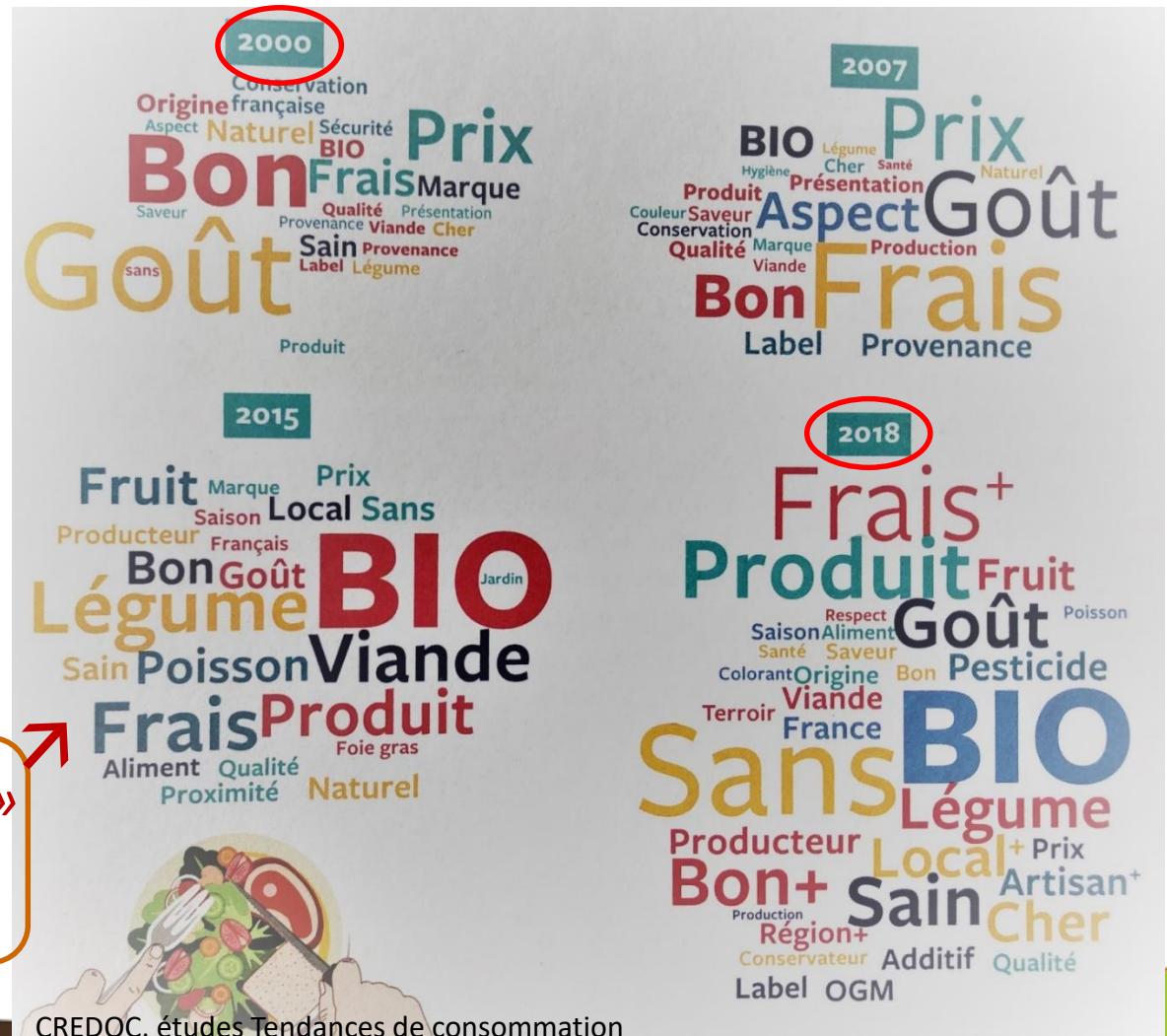
- pas de définition réglementaire
- pour le consommateur, pas une affaire de kilomètres mais d'attachement à un espace perçu comme proche
- parfois confondu avec circuits courts ou assimilé à « bio »
- local : pas *en soi* une garantie de goût, de sain, de Q.té nutri. de durabilité environnementale

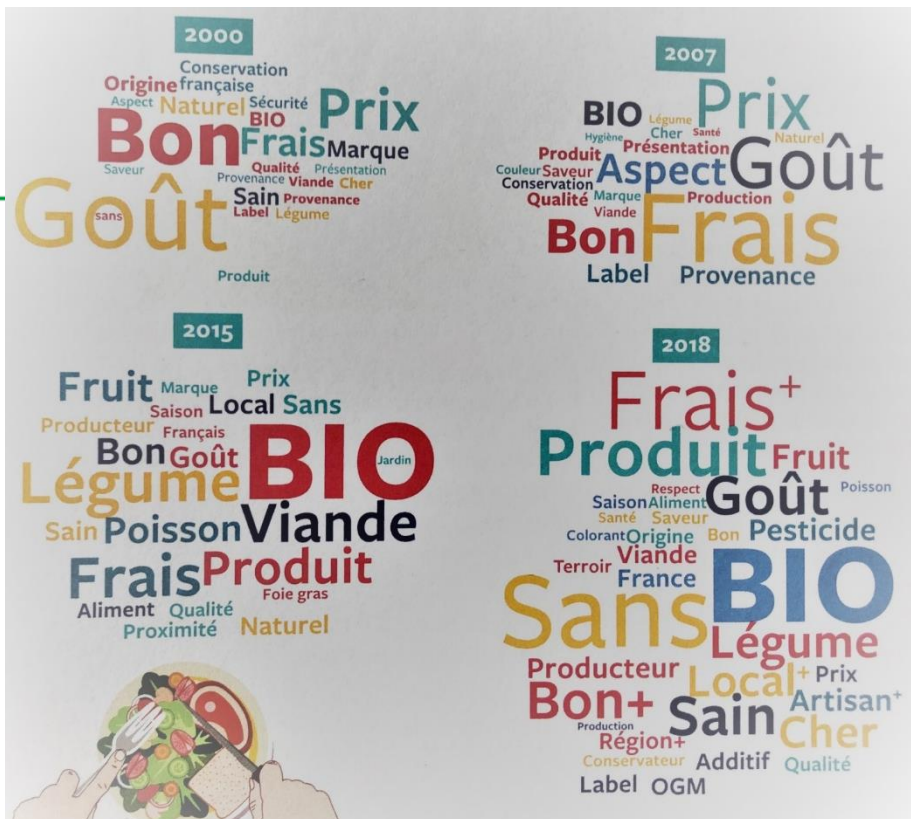
Un rapport à l'alimentation qui a bcp changé

Si je vous dis
« aliment de qualité »,
à quoi pensez-vous ?

(question ouverte
→ réponses spontanées)

du « bon à manger »
au « bon à penser »
(cf C. Lévi-Strauss)





2020



... mais le plaisir demeure bien présent

« Quand vous pensez à la *nourriture* de manière générale, quels sont tous les mots ou impressions qui vous viennent à l'esprit ?

Question ouverte, réponses spontanées



Harris interactive, Zooms de l'Observatoire Cetelem oct. 2019

Les raisons de l'achat à des producteurs locaux

EN PREMIER

AU TOTAL



Ipsos, oct. 2019

Pour être rassuré sur l'origine des produits,
savoir d'où ils viennent

25

61

Pour favoriser l'économie
et l'emploi là où vous habitez

28

60

Pour consommer des produits ayant beaucoup
plus de goût que les autres

23

54

Pour préserver l'environnement, acheter des produits dont le
transport pollue le moins possible

18

44

Pour être rassurés sur leur sécurité sanitaire
(les risques pour la santé)

6

20

et aussi...

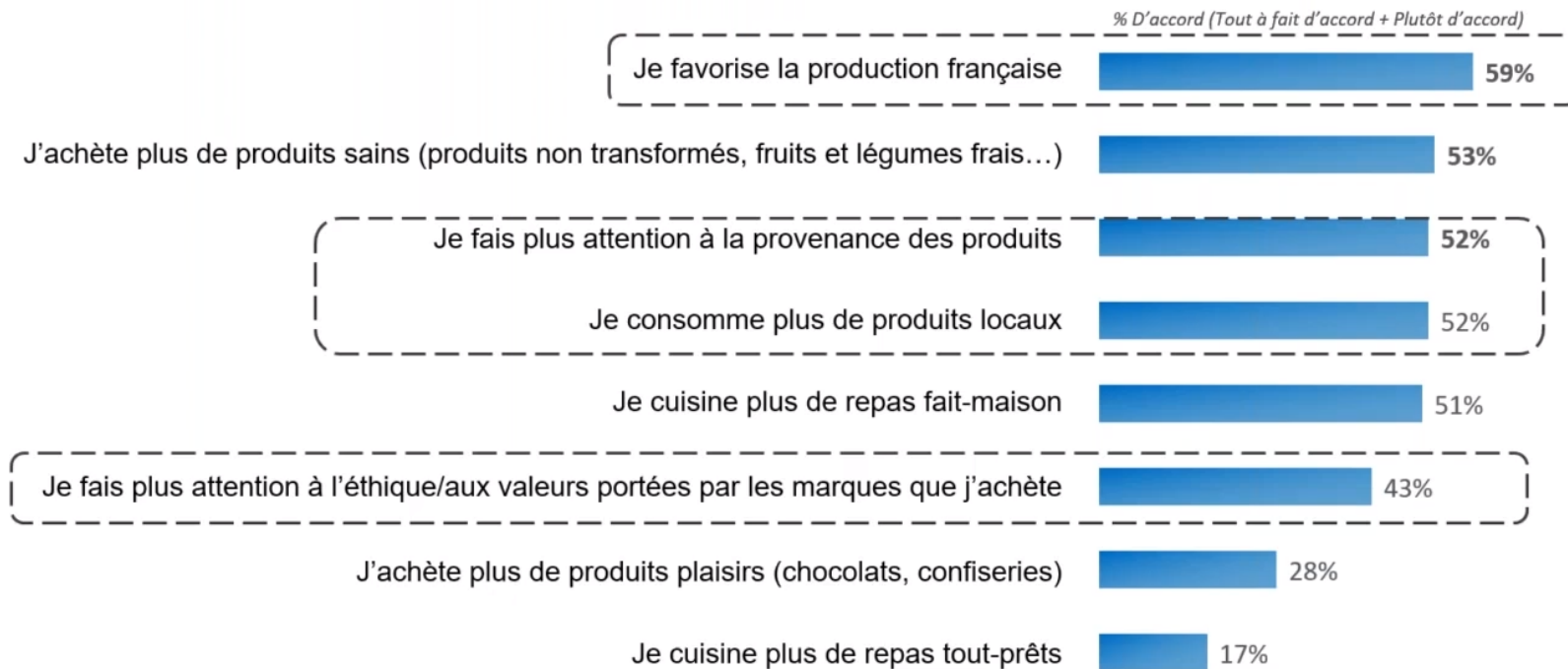
- reprendre en mains son alimentation
- renouer le lien avec les agriculteurs
- incorporer des valeurs symboliques rassurantes (tradition, terroir, authenticité)
- rejet du système agro-industriel

Un mouvement plus large :
le "localisme"

La crise a renforcé l'attrait pour le "local"

IPSOS Septembre 2021

Depuis la crise sanitaire...



A quoi êtes-vous le plus attentifs ?

% déclarant y faire attention

	(n=2001)
Avoir une diversité alimentaire riche	63%
Consommer des produits alimentaires sains, équilibrés (limités en sucre et gras)	63%
Consommer des produits alimentaires made in France, locaux, circuits-courts, de saison	57%
Prendre en compte des informations sur la qualité nutritionnelle des produits alimentaires transformés (ex : Nutri-score)	47%
Sélectionner des produits alimentaires ayant le moins d'emballage	42%
Consommer des produits alimentaires issus de l' agriculture biologique	41%
Utiliser des applications sur smartphone qui vous permettent de scanner les produits alimentaires et d'obtenir des informations sur leur impact sur la santé (Yuka, etc.)	25%

62 % des CSP+ *versus* 49 % des CSP-

40 % des 18-24 ans *versus* 68 % des 55 ans et +

Comment promouvoir les protéines locales ?



- Les leviers de la restau. collective et de la distribution locales
- Continuer à mieux les faire connaître : atouts /t aux enjeux sociétaux, et aussi leur dimension historique / culturelle (races locales, LS de pays...)
- **Légumes secs**
 - accompagner au quotidien les consommateurs (recettes...)
 - innovations produits → + de praticité et image de modernité auprès des jeunes générations
- Répondre au “besoin de savoir”
 - infos sur la provenance, les modes de culture / de transformation
- Rapprocher producteurs et consommateurs
 - communication de proximité (rencontres, échanges...)

Un enjeu-clé : redonner confiance aux agriculteurs

Considérant le contexte actuel et la situation de votre exploitation, vous-sentez-vous... ?

54% *IPSOS*
avril 2021
des agriculteurs se disent **pessimistes** dans le contexte actuel
(40 % en 2020)

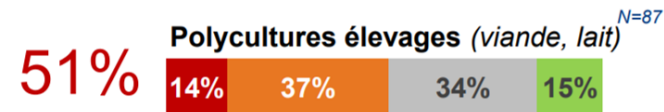
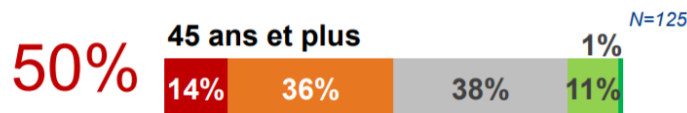
Toutes filières

Non réponses : 1 réponse

N=223



■ Ne sait pas ■ Très pessimiste ■ Plutôt pessimiste ■ Ni optimiste ni pessimiste ■ Plutôt optimiste ■ Très optimiste



Un accompagnement nécessaire des producteurs, sur tous les plans : R&D, références, appui tk, communication, aides financières, soutien moral...



Protéines animales et végétales

Quelles évolutions de consommation ?

Quel avenir pour des protéines locales ?

Eric BIRLOUEZ - Epistème
ericbirlouez@wanadoo.fr