

## La consommation alimentaire à l'épreuve de la crise

**La consommation alimentaire des Français n'est pas épargnée par la crise économique actuelle : son volume en est affecté et encore plus sa structure. Certains produits sont sacrifiés, d'autres privilégiés et plus généralement les comportements d'achat se transforment. Par exemple, la fréquentation des magasins de hard discount et des enseignes spécialisées dans le déstockage progresse. Ces tendances sont-elles conjoncturelles et s'inverseront-elles avec la fin de la crise, ou bien dessinent-elles un nouveau profil de la consommation alimentaire ? Que signifierait leur prolongation à l'horizon 2020 ? Le risque d'accroissement des inégalités alimentaires n'est pas à exclure, avec des conséquences sanitaires importantes (augmentation de l'obésité notamment). Quel que soit le scénario, des politiques seront et sont déjà nécessaires pour lutter contre les effets néfastes que les contraintes économiques font peser sur l'alimentation des plus défavorisés. Plusieurs leviers d'action existent, ils précisent ce qui pourrait être demain une véritable politique de l'alimentation.**

*(La version PDF de ce document contient des liens cliquables vers les sources citées)*

**A**vant même le déclenchement de la crise financière, l'augmentation du prix des denrées avait provoqué l'érosion, ou plus exactement le sentiment d'érosion<sup>1</sup>, du pouvoir d'achat alimentaire des consommateurs français : en novembre 2008, plus de deux tiers d'entre eux estimaient que leur pouvoir d'achat avait baissé depuis un an, 36 % considérant même qu'il avait « beaucoup » diminué<sup>2</sup>. Même si la crise actuelle ne touche pas directement toute la population, les craintes sont partagées, ce qui affecte la consommation alimentaire : près de la moitié des ménages affirment avoir changé leurs habitudes alimentaires depuis un an. Cette proportion grimpe à 71 % chez les ménages pauvres<sup>3</sup>. Ces changements sont plus durement ressentis par certaines catégories sociales : près d'un chômeur sur deux, 44 % des familles monoparentales ainsi qu'un tiers des jeunes et des étudiants disent se restreindre sur leurs dépenses alimentaires.

Nous verrons d'abord dans quelle mesure la conjoncture économique actuelle a renforcé des tendances déjà à l'œuvre depuis plusieurs années, comme le recul du poste « alimentation » dans le budget des ménages, le renforcement de l'attention portée aux prix et la croissance du nombre de bénéficiaires de

l'aide alimentaire. Nous nous demandons ensuite si cette situation ne préfigure pas l'avenir de l'alimentation et quels sont les risques d'une prolongation de ces tendances. Les moyens d'action publique pour éviter ces risques ou les atténuer seront enfin examinés.

### 1 - La consommation alimentaire sous contrainte

Bien avant la crise, la consommation alimentaire des Français subissait déjà des arbitrages qui ne lui étaient pas favorables. Le poids des dépenses alimentaires à domicile et hors foyer dans la consommation totale ne cessait de s'éroder, et avait même chuté depuis 2003 comme l'indique le graphique page suivante.

Certes, la part de l'alimentation se réduit naturellement avec l'augmentation des revenus, mais cette tendance est renforcée par la préférence des consommateurs pour d'autres produits, notamment ceux des technologies de l'information et de la communication. Il faut également prendre en compte le poids croissant des dépenses contraintes (santé, logement, eau, gaz, électricité, téléphone, assurance, frais financiers, transports, etc.). Entre 1979 et 2005, la part de ces dernières est passée de 21 %

à 38 % du budget des « classes moyennes » (jusqu'à 48 % pour les ménages les plus pauvres). Le pouvoir d'achat ajustable – pour lequel on dispose d'une certaine marge de manœuvre – en a été réduit d'autant<sup>4</sup>. Les ménages sont donc de plus en plus confrontés à des choix, qui concernent non seulement la somme consacrée à l'alimentation mais aussi la façon dont cette somme est répartie entre différents produits.

Dans ce contexte, la crise financière d'abord, économique ensuite, enclenchée à l'automne 2008, a renforcé ces contraintes. La consommation alimentaire a quasiment stagné en 2008 en volume<sup>5</sup>, mais surtout, elle a changé en structure, de nombreux produits faisant

1. Moati P, Rochefort R, *Mesurer le pouvoir d'achat*, Rapport du Conseil d'analyse économique, n° 73, La Documentation française, 2008.

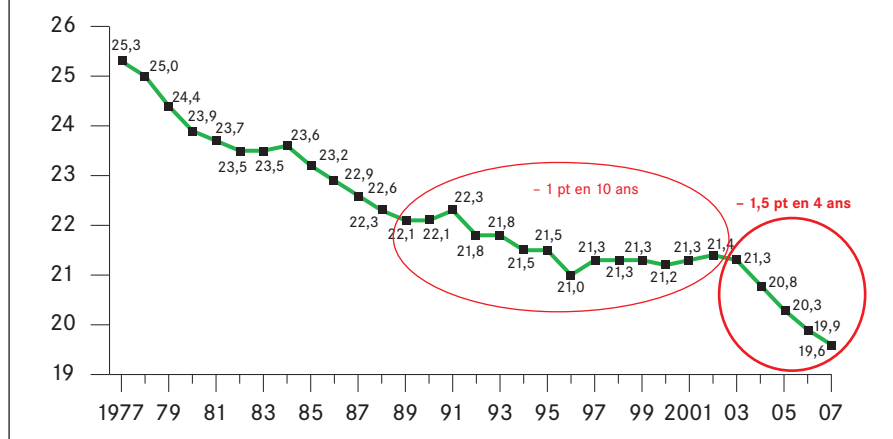
2. IPSOS, *Impact du pouvoir d'achat sur les comportements des Français en matière de consommation*, 2008.

3. Crédoc, *Les conséquences de la crise auprès des ménages et plus particulièrement les plus pauvres*, 2008.

4. Bigot R, « *Les classes moyennes sous pression* », Crédoc, *Consommation et modes de vie*, n° 219, mars 2009.

5. « *En 2008, la consommation des ménages s'infléchit mais résiste* », Insee Première, n° 1241, juin 2009.

Figure 1 - Évolution du coefficient budgétaire du poste alimentation y compris la restauration et les boissons alcoolisées



Dans CREDOC, *Entretiens de Rungis*, septembre 2008.  
Source : Insee, comptabilité nationale

les frais des contraintes budgétaires et des inquiétudes des Français quant à l'avenir. Selon le baromètre alimentation 2008 réalisé par le Crédoc<sup>6</sup>, les produits que les Français déclarent sacrifier sont en premier lieu les boissons alcoolisées, ensuite les plats préparés et en troisième l'épicerie (sucrée et salée). Les produits parmi lesquels on a observé les plus fortes baisses effectives en magasins sont les boissons sucrées, les produits allégés, l'eau en bouteille, les plats cuisinés ou encore les alicaments. Par exemple, fin janvier, deux ans après son lancement, Danone a annoncé l'arrêt d'Essensis, « yaourt qui nourrit la peau de l'intérieur ». La consommation de viande s'est fortement réduite en 2008, alors qu'elle s'était un peu relevée en 2007. Les viandes les plus chères sont les plus affectées (bœuf, veau et agneau)<sup>7</sup>. Pour les produits frais (fruits, légumes, poissons), le recul atteint 2,4 % et, pour l'ensemble « viandes et produits laitiers » 2,2 %. La baisse de la consommation de produits laitiers à domicile porte sur les fromages et les produits ultrafrais. Le secteur des allégés est en chute libre depuis trois ans : - 6,7 % sur le chiffre d'affaires global des céréales allégées en 2008, - 8,7 % sur les yaourts, - 19,3 % sur les desserts (source Nielsen). Concernant les produits surgelés grand public, la consommation 2008 est en baisse de 2 % par rapport à 2007, selon le syndicat des surgelés. Les plats cuisinés ont subi d'importants arbitrages, dans le contexte de crise, les consommateurs estimant que cuisiner soi-même coûte moins cher. Seuls progressent les produits les plus économi-

ques : conserves de poissons ou de légumes, abats, viande de poulet et de dinde.

Les comportements et lieux d'achat ont également connu des évolutions importantes. Les consommateurs descendent en gamme et délaissent les grandes marques pour les marques de distributeurs. La part de ces dernières dans les produits de grande consommation est en effet passée de 17 % en 1993 à 34 % en 2007. Le critère du prix entre en effet davantage en ligne de compte : à la question « ces derniers mois, est-ce que vous comparez les prix entre commerces ? », la proportion du panel qui répond « plus que d'habitude » est passée de 34 % en 2007 à 51 % en 2008. Une telle progression en une année est très élevée, selon le Crédoc<sup>8</sup>. D'après un sondage SOFRES, l'alimentation est le premier poste pour lequel les ménages font attention au prix, devant l'essence, l'énergie, l'habillement et les loisirs<sup>9</sup>.

Ceci explique l'essor important des magasins de *hard discount*. Leur fréquentation a augmenté de 6 points entre 2006 et 2008, au détriment de celle des supermarchés, lesquels investissent à leur tour le créneau et ont récupéré une part de leur clientèle sur le premier semestre 2009 (TNS Worldpanel). De même, les enseignes spécialisées dans la vente de produits dont la date limite de consommation optimale est proche ou dépassée profitent de la crise. L'un des leaders, **NOZ**, compte déjà 162 magasins en France. Leur fréquentation augmente et les forums internet fleurissent sur les bonnes adresses. Les coupons de réduction sont également très populaires : selon les produits, leur taux d'utilisation

a progressé de 20 % à 40 %. Certaines entreprises ont réagi à la crise en se positionnant sur le créneau des produits bon marché : Danone a lancé un écopack de 6 pots de yaourt de 115 g pour 1 euro et Carrefour a créé une gamme de produits discount de près de 200 références (400 d'ici l'automne) permettant de faire, selon l'enseigne, des menus « équilibrés » à un euro environ.

Dans le domaine de la restauration hors foyer, on observe des changements analogues : forte croissance des *fast-food* (5 % par an en moyenne entre 2000 et 2008, source Xerfi) et baisse de la restauration traditionnelle de 15 % à 20 %, selon les syndicats professionnels. Les « gamelles » sont également réapparues chez certains salariés pour économiser sur la restauration d'entreprise.

Si les classes moyennes ont dû se restreindre, les catégories moins favorisées ont vu, quant à elles, leurs difficultés aggravées par l'élévation des prix des produits alimentaires et par la conjoncture économique. Ceci explique qu'en France, au moins deux millions de personnes ont recours aux circuits de l'aide alimentaire, nombre qui a enregistré une forte hausse lors de l'hiver 2009. L'association *Restos du Cœur* est venue en aide à 90 000 personnes supplémentaires, soit une croissance de 12,5 %, et jusqu'à 20 % dans certaines zones rurales. Mais cette tendance n'est pas récente : le *baromètre de l'aide alimentaire 2008* faisait déjà état d'une augmentation de la demande de l'ordre de 8 % entre 2006 et 2008. Il mettait également en avant l'importance des travailleurs pauvres (15 % des personnes accueillies dans les associations sont salariées) et des personnes âgées en situation de précarité (14 % touchent une retraite). Pour presque un tiers des demandeurs, l'aide alimentaire vient au secours de personnes bien insérées socialement mais dont les moyens sont trop modestes pour s'alimenter correctement, en quantité et en qualité.

6. Hebel P, *Synthèse des baromètres sur l'alimentation*, Crédoc, 12/2008.

7. « *Chute des productions de viandes en février 2009* », Agreste conjoncture, 04/2009.

8. Crédoc, *entretiens de Rungis*, septembre 2008.

9. TNS Sofres - Sondage effectué pour l'Ania les 20 et 21 février 2008.

L'essor des *hard discounts* et des *fast-food*, la montée de l'insécurité alimentaire, toutes ces tendances ne datent pas de la crise mais ont été renforcées par elle. Elles correspondent par conséquent moins à des évolutions conjoncturelles que structurelles, reflet des évolutions sociales et économiques (chômage, montée de la précarité). En prolongeant ces tendances, un scénario d'augmentation des inégalités alimentaires peut donc être envisagé.

## 2 - Vers une polarisation croissante de la consommation alimentaire ?

On sait qu'il existe des différences selon les catégories socioprofessionnelles : la part du budget consacrée à l'alimentation (produits alimentaires et boissons non alcoolisées hors restauration) des cadres était, en 2006, de 12,4 %,

tandis que celle des ouvriers était de 15,9 % (*INSEE*). Le poids de l'alimentation dans le budget est d'autant plus élevé que le niveau de vie du ménage est faible. Les foyers les plus modestes sont donc les plus affectés par la hausse des prix. On sait aussi que plusieurs produits sont de véritables « marqueurs sociaux » : c'est le cas du poisson et de la viande de bœuf, mais aussi des fruits et légumes, comme le montre une étude récente de *l'InVS*.

Ces données objectives expliquent en partie une certaine polarisation dans les représentations de l'alimentation, qui est « avant tout une nécessité » pour près de la moitié des ouvriers et une forte proportion d'employés, alors qu'elle est « avant tout un plaisir » pour les cadres et professions libérales (baromètre alimentation 2008 du Crédoc). Un renforcement des inégalités alimentaires conduirait vers un avenir ressemblant

fortement au « scénario de crise » imaginé par l'étude *Alimentation 2020* réalisée par la Chambre régionale d'agriculture de Normandie (voir encadré).

Selon plusieurs indices, la situation actuelle, loin d'être exceptionnelle, pourrait préfigurer le contexte des années à venir :

- le retour et la persistance de prix agricoles aussi élevés qu'en 2007-2008 voire plus élevés, donc de prix alimentaires également élevés, comme le prévoient la FAO et l'OCDE dans leurs *Perspectives agricoles 2009-2018* ;

- le risque de précarisation d'une partie des seniors, qui bénéficieront de moins en moins de retraites à taux plein ;

- l'amplification des inégalités, principalement liée à la précarisation de l'emploi et à l'explosion des hauts revenus.

Or, les inégalités alimentaires font peser un risque sur la santé des Français : selon Andrew Drewnowski, nutritionniste à l'université de Washington, « les consommateurs privilégient les aliments à prix discount au détriment de l'équilibre alimentaire », ce qui pourrait entraîner une croissance de l'obésité<sup>10</sup>. *L'Observatoire des perceptions et des comportements alimentaires* de l'institut IPSOS met en évidence l'impact direct du pouvoir d'achat sur la nutrition des Français : 82 % d'entre eux disent qu'il est plus difficile de se nourrir de façon saine et équilibrée, et 29 % des parents déclarent ne pas réussir à maintenir le niveau de consommation en produits laitiers frais de leurs enfants.

Dans ces conditions, quel pourrait être le rôle de l'État ? Comment peut-il lutter contre les effets néfastes que les contraintes économiques font peser sur l'alimentation, notamment chez les plus défavorisés ?

## 3 - Pistes d'actions publiques possibles

D'après le baromètre 2008 du Crédoc, les Français souhaitent en premier lieu (37 %) que les pouvoirs publics « encadrent les prix des aliments de première nécessité pour permettre à tous de se nourrir ». Cette demande d'encadrement des prix a bondi de 10 points en un an.

### Scénarios pessimistes sur l'alimentation des Français à l'horizon 2020

La chambre régionale d'agriculture de Normandie a élaboré en 2006 *quatre scénarios à l'horizon 2020*, qui peuvent être classés selon la croissance économique d'une part, et selon le degré d'inégalités d'autre part. Ainsi, à côté d'un scénario « tendanciel », d'un scénario de « transition vers les États-Unis » (inégalitaire) et d'un scénario « nordique » (très redistributif, où les groupes à revenu modeste « tirent » le marché alimentaire), le scénario « de crise » est caractérisé par une croissance économique faible et des inégalités de consommation amplifiées.

Les produits agricoles qui bénéficient de ce scénario sont les ingrédients les moins coûteux, consommés bruts ou le plus souvent sous forme de préparations agroalimentaires. Il s'agit des sucres, huiles et céréales, et de la volaille. À l'inverse, les aliments relativement chers voient leur consommation réduite auprès des bas revenus, sans que le surcroît de ressources à l'autre extrémité de la société n'occasionne de développement sensible de la consommation : fromages et viande bovine sont typiquement dans ce cas de figure. Pour les fruits et légumes et les produits de la mer, il existe bien un potentiel de développement de la consommation, y compris dans les groupes aisés, mais les effets négatifs dans les catégories modestes le neutralisent presque totalement. La restauration hors foyer souffre dans ce scénario.

Les industries agroalimentaires et la grande distribution s'adaptent à un marché de l'alimentation de plus en plus segmenté. Le bilan calorique est à la hausse, mais une politique de prévention « nutrition santé » peine à se mettre en place, faute de moyens publics. Deux ans après cette étude, les auteurs en ont fait le bilan et estimé que le contexte allait dans le sens – voire au-delà – du scénario « crise ».

Jean-Yves Carfantan, dans son ouvrage *Le choc alimentaire mondial*, imagine également un scénario de « fracture alimentaire » en Europe à l'horizon 2020, engendré par des prix élevés, une croissance faible et un État-providence qui peine à se réformer. La paupérisation des classes moyennes fait le bonheur du maxi-discount, les ménages qui vivent à la périphérie des grandes villes pratiquent de plus en plus l'autoconsommation, les associations caritatives sont débordées... la mendicité et le vol se développent dans ce scénario volontairement très noir.

Sources : Hirschler J. « *Que mangeront les Français en 2020 ?* », *Futuribles*, n° 348, janvier 2009. Carfantan J.-Y., *Le choc alimentaire mondial. Ce qui nous attend demain*, Albin Michel, 2009.

10. Intervention au colloque « *Alimentation et pouvoir d'achat* » organisé par le CERIN le 13 mars 2009.

Suite au rapport du secrétariat d'État à la prospective consacré à la formation des prix alimentaires, un observatoire des prix et des marges, créé en novembre 2008, sous l'égide de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) et du ministère de l'Agriculture, publie tous les mois l'évolution de plusieurs milliers de références. Mais l'attente des consommateurs, selon l'UFC-Que Choisir, serait de disposer d'un « outil performant de diagnostic », qui publierait régulièrement le montant des marges brutes et nettes de la chaîne d'élaboration des produits, par circuit de distribution.

Une piste différente d'action publique et plutôt originale réside dans l'allocation de jardins familiaux. La ville de Narbonne a ainsi décidé d'attribuer des potagers à 18 familles modestes, moyennant une cotisation de 50 euros par an, pour les aider à faire face à la crise. Contrairement à l'Allemagne, les jardins familiaux conservent en France l'image dépréciée des jardins ouvriers et d'une époque révolue d'auto-provisionnement. Ils souffrent de l'absence d'un cadre réglementaire adapté et, de plus, il arrive que ces jardins soient implantés dans des zones marginales dont la culture risque de donner des produits impropres à la consommation. Toutefois, plusieurs projets du Grand Paris présentés par les architectes prévoient des espaces réservés aux jardins potagers.

Pour lutter contre la montée de l'obésité, de nombreuses initiatives ont déjà été prises pour améliorer durablement les comportements alimentaires. L'opération « un fruit pour la récré », lancée à la rentrée 2008-2009 par le ministre de l'Agriculture et de la pêche, se déploiera pleinement à partir de la rentrée 2009-2010 avec des moyens tant nationaux qu'euro-péens. Elle complète l'opération EPODE (Ensemble, prévenons l'obésité des enfants) qui allie quelques grandes marques et un réseau de villes pour une éducation nutritionnelle dans toutes les restaurations collectives. En revanche, les cours de technologie du collège n'apportent plus aucune formation à la cuisine depuis deux générations. Il faudrait donc également viser les adultes. Une expérimentation d'aide à l'alimentation durable a été menée, financée par la région de Bruxelles, auprès de personnes financièrement précarisées, diagnostiquées diabétiques et

suivies comme telles dans des centres de santé. Les personnes sont encadrées dans leur mode d'approvisionnement, de gestion des stocks, de cuisine, de gestion des restes mais aussi dans leur façon de bouger, de se déplacer, pour leur permettre de retrouver une autonomie sur leur santé et sur leur budget, tout en se réconciliant avec les recettes traditionnelles.

Il serait aussi possible d'utiliser le levier de la communication pour faire la promotion de produits à la fois bon marché et sains, tels que les poissons en boîte et les conserves de légumes. Communiquer sur le prix réel des produits, quand la perception des consommateurs est souvent différente de la réalité, est aussi une piste pour les fruits et légumes, comme en témoigne une conférence organisée par *Interfel* à l'Assemblée nationale en avril 2009.

Pour favoriser l'achat de certains produits, plusieurs outils existent, comme l'extension des titres-restaurants aux détaillants de fruits et légumes, projet actuellement en cours d'examen. Parmi ces outils, il semble que le moins inégalitaire soit de fournir des bons alimentaires aux plus démunis, pour acheter légumes et fruits (tickets alimentaires) plutôt que de les détaxer ou de subventionner leur prix de vente<sup>11</sup>. C'est la démarche choisie aux États-Unis. Le programme des bons alimentaires (*Food Stamp Program*), créé en 1964, est cofinancé par le gouvernement fédéral et par les États fédérés pour aider les familles à faible revenu à acheter des denrées alimentaires au moyen de bons officiels ou de cartes de crédit spécifiques utilisables dans des magasins agréés. Les aides alimentaires représentent 63 % du *Farm Bill* voté en 2008, soit 26 milliards d'euros annuels, alors que l'Europe, au travers du PEAD (programme d'aide aux plus démunis), distribue environ 300 millions d'euros de surplus annuel. De plus, les programmes publics sont complétés par les actions des associations caritatives comme *America's Second Harvest*, qui a distribué en 2005 une aide alimentaire à plus de 23 millions de personnes démunies et souffrant de malnutrition, dont plus de 9 millions d'enfants et près de 3 millions de personnes âgées. L'adoption d'une telle politique en France se heurterait sûrement à des freins culturels et institutionnels : la culture égalitariste et le refus de toute stigmatisation sociale, l'existence d'un État providence

déjà censé prendre en charge les plus démunis, font qu'à moins d'une aggravation considérable de la situation ces mesures paraissent difficilement transposables.

\*\*\*

Au niveau européen, le budget actuel d'aide alimentaire en nature ne paraît pas adapté aux enjeux. Satisfaire les besoins alimentaires des Européens, dont les plus démunis, ne figure d'ailleurs pas dans les objectifs de la PAC. Les débats stratégiques à venir (négociations des perspectives financières de l'UE, avenir de la PAC après 2013) pourraient permettre une réactualisation de ces objectifs. L'idée d'orienter la PAC vers une véritable politique alimentaire serait à faire avancer.

Au niveau national, se donner pour objectifs de concilier qualité et maîtrise des prix permettrait de répondre aux défis de demain : défis alimentaires et environnementaux, mais aussi de cohésion sociale et économique.

**Céline Laisney**

Chargée de mission Veille et intelligence économique

**Annie Soyeux**

Chargée de mission Alimentation et sécurité sanitaire  
**Sous-direction de la Prospective et de l'Évaluation**

11. « Politiques nutritionnelles, régulation des filières et consommation alimentaire », *INRA Sciences sociales*, n° 2, mai 2009.

**Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche**

**Secrétariat Général**

Service de la statistique et de la prospective

Sous-direction de la prospective et de l'évaluation

12 rue Henri Rol-Tanguy

TSA 70007

93555 MONTREUIL SOUS BOIS Cedex

Tél. : 01 49 55 85 05

Sites Internet : [www.agreste.agriculture.gouv.fr](http://www.agreste.agriculture.gouv.fr)

[www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr)

Directrice de la publication : Fabienne Rosenwald

Rédacteur en chef : Bruno Héroult

Composition : SSP Beauvais

Dépôt légal : À parution

© 2009