

TABLE RONDE ORGANISÉE PAR LE CRA-W SUR LE THÈME DE LA « FERME DU FUTUR »

EVOLUTION DES HABITUDES DE CONSOMMATION

STÉPHANE WINANDY, SAMUEL COMPS

oca.gembloux@ulg.ac.be

1 Introduction

Depuis la fin des années 40, les habitudes alimentaires des belges ont profondément été modifiées. Au fil du temps, les préoccupations d'autosuffisance alimentaire se sont estompées au profit d'une certaine recherche du raffinement et du plaisir dans l'alimentation. Le ménage a vu ses revenus augmenter dans un contexte d'offre alimentaire toujours plus abondante et diversifiée. En parallèle, les opportunités de dépenses se sont multipliées, notamment dans les loisirs, les transports et les communications. Les ménages ont alors consacré moins d'argent et de temps à l'alimentation. Un effet directement perceptible est constaté au niveau du budget du ménage, dont la part consacrée à l'alimentation passe de 36 à 15 % entre 1961 et 2009 [1]. En témoigne aussi la progression de la restauration hors domicile et la consommation de plats préparés. Récemment, d'autres préoccupations d'ordre médical, éthique ou environnemental, sont venues influencer les habitudes alimentaires. Ces différentes perceptions de l'alimentation ont eu pour effet de modifier la composition des repas, la manière de consommer ceux-ci et finalement de multiplier les profils consommateur.

L'évolution de ces habitudes a de tout temps suscité l'intérêt des politiques de santé publique et de développement agricole, de l'industrie agro-alimentaire, du secteur de la distribution, etc. De ce fait, plusieurs outils ont été mis en place pour collecter l'information sur ces aspects, comme l'enquête sur le budget des ménages du SPF Economie, les baromètres de consommateur (CRIOC, Eurostat), les panels de consommateurs comme ceux du bureau d'études GfK. C'est, entre autres, dans un but de collecte et de synthèse de l'information sur les comportements alimentaires que l'Observatoire de la Consommation Alimentaire (OCA) a été mis en place sur base d'une convention cadre avec la Région wallonne en 2003.

La présente communication de l'OCA a pour objectif de retracer les évolutions récentes des habitudes de consommation des ménages belges. Premièrement, les données des enquêtes sur le budget des ménages (EBM) sont exploitées pour caractériser la part de l'alimentaire dans le budget des ménages. Deuxièmement, nous nous intéressons aux différentes composantes du budget alimentaire et leurs évolutions dans le temps, suivi par une présentation des critères qui influencent les achats. On se propose finalement de mentionner quelques pistes de réflexion sur le futur des habitudes de consommation alimentaire.

2 Un budget alimentaire qui stagne

Entre 1978 et 2009, le budget alimentaire a diminué puis s'est stabilisé à hauteur de 12 % du budget total du ménage. En considérant les enquêtes sur le budget des ménages de 1978 et de 1999, on constate que celui-ci a chuté de près de 5 % (tableau 1). A partir de 1999, l'EBM devient annuelle, il est dès lors possible de modéliser les tendances évolutives au moyen de la régression linéaire simple, qui met en évidence la stabilisation du budget alimentaire autour de 12 %. En 2009, cela représente une dépense moyenne annuelle de 4130 € pour la seule alimentation à domicile, à laquelle il faut ajouter 1930 € de dépense en alimentation hors domicile.

La dépense principale du ménage est consentie pour l'habitation avec un peu plus de 25 % de part du budget. On note aussi une diminution de l'habillement mais une augmentation marquée pour les transports et les communications dont le budget est aujourd'hui plus important que celui

Tableau 1 . Evolution de la répartition des dépenses au sein du budget des ménages entre 1978 et 2009 en Belgique. Source : OCA, d'après SPF Economie - DGSIE.

Rubriques	1978 (%)	1999 (%)	2009 (%)
Alimentation, boissons et tabac	22,2	15,8	15,3
<i>dont alimentation</i>	17,6	12,1	12,0
<i>dont boissons</i>	3,4	2,8	2,7
<i>dont tabac</i>	1,1	0,8	0,6
Habillement et chaussures	7,9	5,3	4,5
Habitation	24,2	26,1	26,1
Meubles, appareils ménagers	8,6	6,5	6,2
Santé	3,3	4,7	5,0
Transports et communications	11,2	14,5	15,6
Culture, loisirs et enseignement	7,3	9,0	7,9
Autres biens et services	15,5	18,1	19,4
<i>dont restauration hors domicile</i>	3,4	4,7	4,9

Tableau 2 . Evolution de la répartition des dépenses au sein du budget alimentaire entre 1978 et 2009 en Belgique. Source : OCA, d'après SPF Economie - DGSIE.

Rubriques	1978 (%)	1999 (%)	2009 (%)
Viande	36,4	26,7	24,4
Pains et céréales	16,9	17,3	17,7
Lait, fromages et œufs	11,3	13,2	13,5
Autres produits alimentaires	4,0	10,1	11,3
Légumes et pommes de terre	9,0	9,5	9,7
Fruits	6,6	7,1	7,8
Sucre, sucreries	6,4	7,4	7,2
Poissons	3,9	5,9	6,1
Huiles et graisses	5,5	2,8	2,4

consacré à l'alimentation, alors qu'il n'en représentait que la moitié en 1978.

Replacé dans le contexte européen, le budget alimentaire belge est inférieur de 3,5 % à la moyenne des 27 (15,6 %). Il se situe assez loin des valeurs extrêmes représentées par la Roumanie (41,9 %) et le Luxembourg (8,3 %).

3 Evolution de la composition du panier alimentaire

Ces trente dernières années, les dépenses de deux postes ont fortement diminué, il s'agit de la viande et des matières grasses (tableau 2). En contrepartie, les dépenses de la rubrique « autres produits alimentaires », qui comprend les plats préparés, ont fortement augmenté.

Comme dans le point précédent, les données recueillies entre 1999 et 2009 permettent d'analyser les tendances en termes de variation au cours du temps de la part des postes de dépense (viande, fruit, poisson, etc.) par rapport au budget alimentaire. Suite à ces analyses, on constate que la composition du panier alimentaire a globalement peu évolué ces dix dernières années, avec toutefois des tendances significatives comme la viande qui continue sa diminution, estimée à - 0,27 % par an de part du budget alimentaire, et les dépenses en matières grasses (- 0,04 % par an). Deux postes de dépenses sont en progression, il s'agit des fruits et des dépenses reprises sous la rubrique « autres produits alimentaires ». Les fruits progressent en moyenne de 0,1 % par an. Les « autres produits alimentaires », dont 70 % des dépenses concernent les plats préparés, progressent quant à eux de 0,16 % par an. Cette catégorie de dépense est approfondie au point suivant.

Plusieurs facteurs ont pu pousser les ménages à consommer moins de viande, comme les différentes crises sanitaires qui ont touché les productions animales (dioxine, vache folle), la multiplication des allégations santé prônant une consommation raisonnée de viande, la perte de pouvoir d'achat suite aux crises économiques, et plus récemment les messages anti-viande liés au bien-être animal ou à la protection de l'environnement. Ces mêmes arguments ont aussi des répercussions au sein de la rubrique viande. On y constate des substitutions entre type de viande, comme le poulet à la place du bœuf [2]. Un autre phénomène à l'intérieur de cette rubrique concerne la diminution de viande fraîche au profit des produits carnés transformés ou préparés. Cet aspect est détaillé au point suivant.

La progression enregistrée chez les fruits est due en particulier aux fruits du soleil (pêches, abricots, melons, olives) et aux fruits exotiques (bananes, ananas, kiwis et autres fruits tropicaux) dans un contexte toujours dominé par les pommes (14 % de part de dépenses en fruit en 2009) [3].

Pour ce qui est des huiles et graisses, ce sont plutôt les matières grasses d'origine animale et les margarines qui voient leur part diminuer, au profit des matières grasses végétales.

La répartition du budget alimentaire belge est relativement proche de la moyenne européenne (tableau 3), excepté le budget en produits laitiers qui est nettement inférieur à la moyenne (- 3,1 %).

Tableau 3 . Position du budget alimentaire (boissons non alcoolisées comprises) belge dans l'UE en 2005 (%). Source : OCA, d'après Eurostat [4].

Rubriques	Minimum	Belgique	UE	Maximum
Viande	<i>Chypre</i> 17,2	25,2	24,9	31,0 <i>Croatie</i>
Pains et céréales	<i>Grèce</i> 12,3	18,5	17,2	21,1 <i>Irlande</i>
Lait, fromages et œufs	<i>Irlande</i> 11,4	11,9	15,0	18,1 <i>Grèce, Bulgarie</i>
Huiles et graisses	<i>Norvège</i> 1,7	2,2	3,9	7,1 <i>Grèce</i>
Fruits	<i>Roumanie</i> 5,2	6,7	6,6	9,3 <i>Chypre</i>
Légumes	<i>Slovaquie</i> 6,3	9,6	11,1	15,6 <i>Bulgarie</i>
Sucre et confiseries	<i>Portugal</i> 3,2	6,7	5,6	10,9 <i>Danemark</i>
Poissons	<i>Hongrie</i> 0,9	5,9	6,0	16,1 <i>Portugal</i>
Autres produits alimentaires	<i>Roumanie, Italie</i> 1,1	3,7	2,8	7,9 <i>Finlande</i>
Boissons (non-alcoolisées)	<i>Bulgarie</i> 4,1	10,4	7,1	17,9 <i>Chypre</i>

Ce tableau 3 fait aussi ressortir une autre habitude de consommation qui mérite d'être analysée, à savoir la consommation de boisson. On peut dire que c'est un phénomène courant en Belgique puisque la majorité des ménages enquêtés (99 %) effectuent au moins une fois par mois une dépense en boisson. En 2009, la dépense moyenne annuelle s'élevait à 944 €, soit l'équivalent de 23 % du budget alimentaire, et a connu une augmentation de 2 % par rapport à 1978.

Bien que l'augmentation du budget boisson ne soit pas fulgurante sur ces trente années, il n'en reste pas moins intéressant de s'attarder sur la répartition des dépenses au sein de ce budget (tableau 4). On constate que le café, la bière et les spiritueux diminuent tandis que les boissons non alcoolisées et les vins et apéritifs ont progressé. L'évolution à plus court terme, calculée entre 1999 et 2009, montre que quelques tendances ont été confirmées, comme la diminution de la bière (- 0,17 % par an) et du café (- 0,11 % par an). Les boissons non alcoolisées occupent une place de choix dans ce budget et cela résulte très certainement de l'augmentation de l'offre pour ce type de produits.

Tableau 4 . Evolution de la répartition des dépenses au sein du budget boisson entre 1978 et 2009 en Belgique. Source : OCA, d'après SPF Economie - DGSIE.

Rubriques	1978 (%)	1999 (%)	2009 (%)
Boissons non alcoolisées	20,4	35,3	36,2
Café	21,9	9,7	7,2
Thé, tisanes, cacao	1,5	1,6	1,8
Vins et apéritifs	19,8	33,6	37,3
Bières	19,6	13,1	11,8
Spiritueux	17,0	6,8	5,8

4 A propos des plats préparés et de la restauration hors domicile

Les ménages passent de moins en moins de temps à préparer leurs repas [1]. Plusieurs facteurs peuvent expliquer ce comportement : augmentation du temps de travail, augmentation des revenus, croissance des loisirs, perception de la préparation du repas comme une corvée, croissance du nombre de femmes sur le marché du travail. Au départ des données des dépenses, on remarque que les produits transformés (de peu transformé à prêt à manger) occupent une part importante des dépenses et que pour certaines catégories cette part progresse. On constate également que les repas pris en dehors du domicile constituent une alternative de plus en plus privilégiées par les ménages.

Avec 92 % de ménages consommateurs en 2009, les plats préparés prêts à manger semblent être une solution adoptée par la majorité des belges, de plus ce pourcentage connaît une légère croissance depuis 1999. La dépense moyenne s'élève à 353 € par an, ce qui correspond à près de 8 % du budget alimentaire des ménages.

Le plat préparé complet représente le stade ultime de la transformation des aliments et permet un gain de temps considérable. Les aliments partiellement transformés permettent aussi de gagner du temps lors de certaines étapes de préparation du repas. Lorsqu'on oppose dépense en produits non transformés et transformés parmi les postes de dépenses vus plus haut, on constate que les produits transformés représentent une part importante de ces postes de dépenses.

Le cas de la viande est flagrant, où les préparations à base de viande ont vu leur dépense moyenne augmenter au cours des années au détriment de la viande fraîche, pour atteindre un rapport 60 / 40 [2], avec une croissance de 0,6 % par an en faveur des produits transformées entre 1999 et 2006.

Les produits transformés connaissent aussi un succès chez la pomme de terre, actuellement la part des dépenses en aliment à base de pommes de terre transformées (frites, croquettes, chips, etc.) est légèrement supérieure à celle des pommes de terre fraîches, (52,3 % contre 47,7 % en 2009).

Par contre, pour ce qui est du poisson et des légumes, les ménages achètent essentiellement des produits non transformés. Les préparations de poissons représentent 11,7 % des dépenses en poissons des ménages belges en 2009. Parmi les légumes, la part des dépenses consacrée aux légumes transformés (frais, surgelé, conserve) s'élève à 22 % du total des dépenses en légumes.

Une autre manière de gagner du temps sur la préparation du repas consiste à manger à l'extérieur. En 2009, les belges consacrent en moyenne 1930 € dans la restauration hors domicile, ce qui équivaut à un peu plus de 46 % du budget alimentaire à domicile. Depuis 1999, la proportion de consommateurs semble se stabiliser autour des 87 %.

5 Critères d'achats

L'analyse des données de dépenses effectuées dans les points précédents permet de mettre évidence certains changements, certaines tendances en matière de consommation alimentaire. Mais qu'en est-il des causes qui opèrent derrière ces changements? A priori, elles sont multiples et changeantes au cours du temps, à l'image des habitudes de consommation des ménages. Pour cibler les causes, on peut s'intéresser aux critères qui motivent le consommateur lors de son acte d'achat. Selon le *baromètre des attentes et attitudes de consommation* mis en place par le CRIOC en 2002, le ménage belge place spontanément le prix comme principal critère de choix pour un achat alimentaire, viennent ensuite la qualité et la fraîcheur [5]. Toujours selon ce baromètre, il y a une série de critères secondaires fréquemment mentionnés comme la sécurité alimentaire, voire même depuis 2008 le critère environnement qui est mentionné régulièrement. En comparaison avec les autres pays européens, en 2005, c'est le critère qualité qui est cité avant celui du prix. La fraîcheur vient compléter ce trio de tête.

Le prix est donc le premier critère de choix pour le consommateur. Plus que « bien manger », il faut manger bon marché. L'avènement du *Hard Discount* à la fin du xx^e siècle en est une preuve. D'ailleurs, toutes les chaînes de supermarchés traditionnelles ont rapidement récupéré ce concept pour éviter d'être écartées du marché. En effet, de nos jours en Belgique, les marques de distributeurs représentent 31,5 % en valeur [6], des produits vendus en grande et moyenne surface.

La qualité (sécurité et traçabilité) est le deuxième critère de choix d'un produit. Elle s'appuie sur la peur de se faire empoisonner. Les consommateurs veulent des aliments qui ne leurs font courir aucun risque à court terme. Les très rares crises sanitaires qui subsistent dans nos sociétés prennent une importance démesurée. Or en 2011, l'AFSCA n'a enregistré que 616 plaintes pour intoxications alimentaires et 281 cas de TIAC (*toxi-infection alimentaire collective*) [7]. Ces 218 cas ont touchés 1539 personnes dont seulement 4 % ont nécessité une hospitalisation. Il est intéressant de noter que seuls 20 % de ces TIAC sont relevées pour un repas à domicile. Dans les faits le fantasme de l'empoisonnement est donc un mythe qui tend à disparaître, mais il reste présent dans l'esprit du consommateur.

Dans les prochaines années, certains critères secondaires pourraient prendre une place de plus en plus importante, en témoigne le critère « environnement » qui se stabilise comme critère secondaire majeur depuis 2008. Il est donc intéressant de prendre en compte les résultats de telles études pour appréhender certaines tendances dans l'évolution des comportements alimentaires.

6 Au sujet des labels

Bio, local, équitable, bien-être animal, halal, étiquetage CO₂, AOP, ... les appellations / labélisations possibles pour un produit sont de plus en plus nombreuses. Cependant, les baromètres de consommateurs nous renseignent que la labélisation ne fait pas partie des critères déterminants dans les actes d'achats. Ainsi, en 2011, seul 3 % des ménages citent spontanément la labélisation bio comme critère principal d'achat [5]. La labélisation est souvent mentionnée comme critère complémentaire. D'après LAISNEY [8], globalement le consommateur n'est pas exclusif dans sa consommation de produits labélisés, il est avant tout motivé par d'autres critères (prix, etc.). Il n'est alors pas évident de définir des profils consommateurs en fonction de ces labels.

7 Quelques pistes d'évolution

Caractériser les habitudes de consommation alimentaire et leur évolution dans le temps se révèle être assez complexe. Au début du xx^e siècle, les profils consommateurs étaient plus évidents, plus

tranchés et moins nombreux. Dans le futur, les profils consommateurs deviendront de plus en plus complexes et de moins en moins nets, et ce en raison de plusieurs critères :

- l'alimentation sera toujours de plus en plus diversifiée, le ménage aura alors le choix entre de nombreux produits,
- le ménage pourra à tout moment opérer des substitutions de produits, de gamme de produits, etc., en fonction des difficultés économiques futures qu'il rencontrera,
- le consommateur sera de plus en plus réactif aux multiples sources d'information auxquelles il est confronté, le ménage choisira ses produits en fonction des attitudes de consommation conformes à ses valeurs.

Bien entendu, ces critères ne sont pas figés, et l'alimentation doit être remise dans le contexte plus global des achats des ménages en général. Un ménage aura des comportements de dépenses alimentaires qui varieront au cours de temps en fonction des autres postes de dépenses.

On peut néanmoins avancer quelques pistes plus concrètes d'évolutions à long terme avec en toile de fond l'augmentation du prix de l'énergie qui influencera directement le poste habitation (chauffage, électricité), mais qui aura aussi une influence directe sur le coût des matières premières des productions agricoles (engrais, pesticides) ainsi que sur le transport en général. On peut alors imaginer des diminutions de certains postes comme l'habillement ou les meubles / électro au « profit » du loyer. Quant à l'alimentaire, c'est plutôt au sein des produits que l'on risque de voir des substitutions, on aura tendance à toujours manger autant (en calories) mais pour un moindre coût, comme la diminution actuelle du budget consacré à l'alimentation nous l'a montré. Enfin, l'essor des plats préparés et de la restauration hors domicile va certainement se poursuivre. Ce type de consommation n'échappera pas à une intégration de plus en plus forte des critères d'achats et d'étiquetage nutritionnel.

Références

- [1] Bekx&X. *100 ans d'appétit*. Fédération de l'Industrie Alimentaire (FEVIA), Bruxelles, 2004.
- [2] Observatoire de la Consommation Alimentaire. *Rapport 2011 - Filières viandes*. OCA, 2011.
- [3] Observatoire de la Consommation Alimentaire. *Rapport « Fruits » 2012 - Filière Horticole Comestible*. OCA, 2012.
- [4] European Commission. *Consumers in Europe*. Office for Official Publications of the European Communities, 2009.
- [5] CRIOC. *Attentes de consommation*. CRIOC, Bruxelles, 2011.
- [6] The Nielsen Company Belgium. *Grocery Universe 2011*. Nielsen, 2011.
- [7] Agence Fédérale pour la Sécurité de la Chaîne Alimentaire. *Rapport d'activités 2011*. AFSCA, 2012.
- [8] Laisney C. *L'évolution de l'alimentation en France*. Centre d'études et de prospective, Montreuil-sous-Bois, France, 2012.