

Analyse des changements structurels de la consommation alimentaire en Belgique : l'évolution de la demande en produits animaux d'origine bovine

DUQUESNE B.

Unité d'Economie et Développement rural, Faculté universitaire des Sciences agronomiques, 5030 Gembloux (Belgique)

RESUME

L'objet de la communication consiste en une synthèse de l'évolution de la consommation de viande bovine et de produits laitiers en Belgique. L'analyse de l'évolution de la consommation à partir des données des bilans de 1955 à 2005 révèle une consommation totale de viandes en hausse alors que la quantité de viande bovine n'a guère augmenté et une consommation totale de produits laitiers restée stable mais présentant des variations très diverses en fonction des produits du groupe. A partir des résultats des enquêtes sur le budget des ménages, on constate une nette évolution de la structure des achats alimentaires, avec des variations de coefficients budgétaires différentes selon les produits considérés. L'évolution des comportements n'est cependant pas homogène et des typologies de consommateurs de viande bovine ou de certains types de produits laitiers ont ainsi pu être définies à partir de déterminants socio-économiques.

Analysis of the structural changes of food consumption in Belgium: the evolution of the demand in animal products of bovine origin

DUQUESNE B.

Economics and Rural Development Unit – Gembloux Agricultural University-5030 (Belgium)

ABSTRACT

The purpose of this paper is a synthesis of trends in the consumption of bovine meat and dairy products in Belgium. An analysis of consumption trends from the data of balance sheets from 1955 till 2005 reveals a rise of total consumption of meat while the amount of bovine meat has hardly increased. The total consumption of dairy products remained stable but with very various variations according to the products of the group. Based on the results of household budget surveys, we notice a net evolution of the structure of the food purchases, with different variations of budget coefficients depending on the considered products. The evolution of behaviour is not however homogeneous and typologies of consumers of bovine meat or certain types of dairy products can be defined, using socio-economic determinants.

INTRODUCTION

En termes d'aliments, l'évolution de la consommation belge, comme celle de la plupart des pays industrialisés, s'est traduite au cours des cinq dernières décennies par des changements très marqués et la place des produits animaux a connu une évolution différente en fonction de leur nature. Si la consommation totale de viandes, de l'ordre actuellement de 100 kgec (kilo-équivalent -carcasse)/an/ habitant, a augmenté de 60% depuis 1955, on note néanmoins une tendance nette à la diminution du taux de croissance de la consommation des produits carnés, particulièrement d'origine bovine. Depuis la fin des années 80, la consommation de viande semble stagner et dans ce contexte de saturation, les viandes blanches, surtout de volaille, ne cessent de voir leur part relative augmenter. L'analyse de l'évolution de la consommation de produits laitiers révèle les mêmes déclins d'un certain nombre de produits face à la croissance accrue d'autres. Ainsi, si la consommation totale de produits laitiers s'est stabilisée autour de 120kg /an/ habitant depuis un demi- siècle alors que la consommation de lait et de beurre baissait de moitié, c'est à la faveur d'une importante augmentation de la consommation de fromages, yoghurts et produits frais , seuls produits par ailleurs à bénéficier d'un taux de croissance moyen de la consommation positif sur la période considérée. Ces constats suggèrent l'émergence de nouveaux comportements alimentaires et il importe de mettre en évidence les nouvelles attentes des consommateurs afin de pouvoir anticiper une politique d'offre basée sur la différenciation des produits. Au delà des grandes tendances observées, il existe cependant une hétérogénéité des choix alimentaires et nous tenterons de définir les déterminants socio-économiques qui les sous tendent.

1. MATERIEL ET METHODES

La présente synthèse a été réalisée à partir des données disponibles issues de trois sources principales : les bilans d'approvisionnement, les enquêtes nationales sur le budget des ménages et l'indice des prix à la consommation. Les données statistiques des bilans d'approvisionnement, basées sur les quantités produites sur le territoire national ainsi que sur le solde du commerce extérieur, fournissent une estimation des quantités apparemment consommées par personne et par an. Les enquêtes sur le budget des ménages (EBM) déterminent de façon détaillée la structure des dépenses de consommation d'un ménage résidant en Belgique. C'est sur la base des résultats de ces enquêtes qu'un coefficient de pondération est attribué à chacun des biens et des services qui font partie du panier de l'indice des prix. Devenue annuelle à partir de l'édition 1995-1996 et standardisée suivant les recommandations de l'Office Européen de Statistique (EUROSTAT) depuis 1999, l'enquête se déroule sans interruption tout au long de l'année, avec le renouvellement mensuel d'un panel de 300 ménages. Les données fournies sont extrapolées aux quatre millions de ménages environ que compte la Belgique. La rubrique générale des produits alimentaires comprend un répertoire de 400 produits différents. L'enquête permet également de caractériser les ménages en fonction des régions d'habitat, du statut socioprofessionnel, de l'âge de la personne de référence, du nombre d'actifs dans le ménage, des revenus ou du niveau d'éducation des membres.

2. Résultats

2.1. EVOLUTION DE LA CONSOMMATION APPARENTE DE 1955 A 2005

2.1.1. Viande bovine

Avec un taux moyen de croissance annuelle de l'ordre de 2%, la quantité de viande bovine consommée a progressé régulièrement de 1955 à 1975 et est passée de 21,6 kgec à 30 kgec/ an/ habitant. A partir de ce moment, alors que la consommation totale de viande continuait de croître, avec des taux moyens de croissance de 1% pour la viande de porc et de 3 % pour la volaille, la consommation de viande bovine n'a cessé de décroître jusque dans les années 90 et oscille depuis lors autour de 20 kgec / an/ habitant. Avec une consommation de l'ordre de 100 kgec / an/ habitant, une saturation de la consommation de produits carnés semble atteinte ces dernières années au cours desquelles une concurrence accrue s'installe entre les différents produits des filières de production de viande.

Figure 1 - Evolution de la consommation alimentaire

en Belgique de 1955 à 2005

*d'après Bilans d'approvisionnement, CEA jusqu'en 2001,
INS depuis 2002*

2.1.2. Produits laitiers

Depuis 1955, pour l'ensemble des produits laitiers, la consommation s'est stabilisée autour de 120kg /an/habitant mais on note des variations très diverses en fonction des produits du groupe. Ainsi, la consommation de **lait de boisson** a diminué de moitié en un demi-siècle. La tendance à la baisse se manifeste à partir des années 60 : avec une décroissance annuelle moyenne de l'ordre de 2%, la quantité passe de 100kg /an/habitant à 75kg en 1980. Ce niveau se maintient jusqu'au début des années 90 avant de subir une seconde inflexion qui amène à 56kg la quantité moyenne consommée par an et par habitant en 2005. La consommation de **beurre** a elle aussi décliné de 50% depuis 1955 : oscillant autour de 10 kg /an/habitant jusqu'à la fin des années 80, la quantité consommée a depuis subi une décroissance continue, de l'ordre de 2,5% /an en moyenne pour atteindre 5,5 kg en 2005. Par contre, on assiste à une nette progression de la consommation de certains produits laitiers (fromages et yoghourts) au cours de la période considérée. En 1955, la quantité de **fromages** consommés /an et / habitant est de 5kg, celle de **yoghourt et produits frais** dépasse à peine les 2kg. Avec une croissance continue sur toute la période, les quantités de fromages consommés se verront ainsi quadrupler, celles de yoghourt et produits frais décupler, avec respectivement 20 et 25 kg/an/habitant en 2005.

Figure 2 -Evolution de la consommation de produits laitiers

en Belgique de 1955 à 2005

d'après Bilans d'approvisionnement, CEA jusqu'en 2001, INS depuis 2002

2.2. EVOLUTION DES DEPENSES DES MENAGES

Si l'on considère l'ensemble des dépenses liées à l'alimentation en y incluant les boissons ainsi que les repas pris hors domicile, celles-ci ont régressé de 5% en un quart de siècle. Ces dépenses représentaient 25% du budget des ménages à la fin des années 70 mais n'en représentent plus que 20% en 2005 dont 12% seulement pour les achats alimentaires à domicile. Au sein même de la dépense pour l'alimentation à domicile, on assiste à d'importantes variations des coefficients budgétaires, notamment en faveur des achats de plats préparés, qui représentent 10% du budget en 2005, contre 4% en 1978.

La sensibilité aux prix explique une bonne partie de l'évolution de la consommation alimentaire et pour rendre compte de la croissance différentielle des produits de chaque groupe, l'évolution des prix relatifs (le prix du produit divisé par l'indice général des prix du groupe) est un indicateur intéressant, la demande évoluant en raison inverse des taux de croissance des prix. C'est ce que nous avons observé dans l'analyse des variations moyennes annuelles des prix et des achats de viande relatifs dans les enquêtes du budget des ménages de 1999 à 2005 : les quantités achetées de viande de porc et de veau diminuent, à l'inverse des taux de croissance de leurs prix relatifs, respectivement de +0,5% et +0,15% tandis que, avec un taux de croissance négatif du prix relatif de -0,2%, les achats de volaille progressent. Néanmoins, la diminution moyenne de 3% des achats en viande de bœuf sur cette même période alors que son prix relatif décroît nous démontre que les mécanismes des prix ne peuvent expliquer à eux seuls les choix alimentaires et que des facteurs autres que purement économiques qu'il importera d'identifier interviennent dans les substitutions et variations de choix des consommateurs.

2.2.1. Les dépenses en viande

Avec un coefficient de 26%, la viande demeure le poste budgétaire le plus important dans les dépenses alimentaires même si cette part a régressé de 10% ces 20 dernières années. En 2005, la dépense moyenne annuelle d'un ménage en viande s'élevait à 981€ dont 200€ pour la viande de boeuf.

Parmi les achats de viande, on observe depuis 2000 une part croissante des dépenses en charcuteries et viandes préparées qui, en 2005, représentaient 52% de l'ensemble. Si l'on se réfère à l'évolution des prix sur la même période, on remarque que cette progression ne peut ici non plus être expliquée par un unique mécanisme des prix mais correspond davantage à une modification des préférences alimentaires générée par d'autres facteurs. L'observation des coefficients budgétaires des différentes viandes fraîches consommées à domicile révèle une part relative de 30% pour le bœuf en 2005 soit une baisse de 2% depuis 1999, alors que s'accroissent les parts relatives de la viande de volaille (22%) et des préparations de viande (19%).

2.2.2. Les dépenses en produits laitiers

La dépense annuelle totale par ménage s'élève en 2005 à 496€ soit 13% du budget alimentaire à domicile, dont 255€ pour les fromages et 121€ pour les yoghurts et produits frais, soit respectivement 7% et 3% du budget alimentaire.

La structure des dépenses pour les produits laitiers en 2005 confirme l'évolution observée depuis 1999 : une diminution de 2% du coefficient budgétaire du **beurre** en faveur de celui des **produits laitiers frais**. Le beurre ne représente plus que 6% des dépenses du groupe, tandis que la dépense en **fromages** dépasse la moitié de l'ensemble (52%). La structure des dépenses pour les différents produits se modifie également : pour l'ensemble des dépenses en **fromages**, on note depuis 1999 une diminution de 3% du coefficient budgétaire des pâtes dures et l'inverse pour les pâtes molles, les coefficients respectifs passant de 47 à 44% et de 15 à 18%. Sur la même période, dans le groupe des produits laitiers frais, la part de dépenses dévolue au **lait de boisson** a diminué de 5% : la dépense en lait écrémé et demi-écrémé se maintient à 20% de l'ensemble mais le lait entier voit sa part diminuer de 15 à 10% tandis que celle des **yoghurts et autres produits frais** passe de 57 à 60%.

2.3. LES CONSOMMATEURS

2.3.1. Les consommateurs de viande bovine

Si 99% des ménages belges sont consommateurs de viande, ce pourcentage n'est que de 80 % lorsqu'il s'agit de viande d'origine bovine et si l'on s'en tient à la stricte consommation de viande fraîche, de bœuf ou de veau, les pourcentages sont respectivement de 63% et 17%. Des différences se dessinent en fonction de la **région d'habitat** : les consommateurs de viande bovine sont moins nombreux parmi les ménages de la Région bruxelloise (75%), la Flandre compte davantage de consommateurs de hamburgers (32%) que la Wallonie (17%) et l'on observe l'inverse pour les consommateurs d'«américain non préparé» (terme belge désignant de la viande de bœuf hachée crue), plus nombreux en Wallonie (31%) qu'en Flandre (19%). Des variations de consommation apparaissent également en fonction de l'**âge** : les consommateurs de viande bovine fraîche, de veau et d'américain non préparé sont les plus nombreux dans les classes d'âge des 50-59 ans et des 60 ans et plus. La viande bovine occupe en outre une part plus importante du budget viande de ces ménages. Par contre, moins d'un jeune ménage (classe d'âge des moins de 29 ans) sur deux est consommateur de bœuf. De même, les ménages ne comprenant qu'une seule personne et ceux dont les **revenus** sont les plus faibles (inférieurs à 15 000€) sont sous représentés parmi les consommateurs de viande bovine. La typologie des consommateurs de certains produits différenciés de la filière bovine comme les hamburgers par exemple diffère du profil décrit pour le consommateur de viande bovine en général : ils sont davantage consommés par les jeunes ménages et figurent parmi les achats des ménages aux revenus les plus faibles. Pour des produits chers comme la viande de veau, l'effet revenus est très marqué : 6% seulement de consommateurs parmi les ménages dont les revenus sont les plus faibles contre 20% parmi les revenus les plus aisés.

2.3.2. Les consommateurs de produits laitiers

Les résultats des enquêtes sur le budget des ménages confirment les grandes tendances observées pour la consommation des produits laitiers. Les yoghurts et produits frais sont consommés par 85% des ménages, les fromages comptent 97 % de consommateurs et le lait 77%. Les consommateurs de lait écrémé et demi-écrémé sont deux fois plus nombreux que les consommateurs de lait entier et à peine six ménages belges sur 10 consomment encore du beurre. Si l'on se réfère à la **région d'habitat**, les choix de consommation se révèlent quelque peu différents au Nord et au Sud du pays : les consommateurs de lait entier et de beurre sont plus nombreux en Wallonie ; les consommateurs de produits laitiers bio sont surtout présents en Flandre et en Région bruxelloise (6% versus 1% en Wallonie). Dans les choix de fromages, la différence se marque surtout pour les fromages à pâte molle, consommés par 70% des ménages wallons (contre 50% en Flandre) et les fromages diététiques qui comptent 7% de consommateurs en Flandre (contre à peine 1% en Wallonie). Les choix de consommation des produits diffèrent également en fonction de l'**âge** : les jeunes ménages (moins de 29 ans) sont moins consommateurs de lait entier, de fromages à pâte molle et de fromages diététiques. C'est parmi les aînés (plus de 60ans) que les consommateurs de beurre sont les plus nombreux et ce produit occupe une part relative plus importante dans leur budget des achats en matières grasses. Leur dépense moyenne annuelle en beurre (58€) est également supérieure à celle des autres ménages consommateurs.

Les consommateurs de produits bio sont surtout représentés dans les classes d'âge 30-39ans et 50-59ans et les fromages diététiques sont surtout consommés dans les ménages de 40-49ans. La **taille du ménage** peut être une caractéristique intéressante dans la définition des typologies de consommateurs de produits laitiers : un plus grand pourcentage de consommateurs de lait, de yaourt et de fromages à pâte dure apparaît parmi les ménages de grande taille, avec présence d'enfants. Des produits plus chers comme les produits bio, les fromages diététiques, les fromages à pâte molle sont davantage consommés par les ménages qui disposent de **revenus** élevés. Le lait entier par contre compte le plus grand pourcentage de consommateurs (36%) parmi les ménages dont les revenus sont inférieurs à 10 000€ et le plus faible (28%) parmi ceux dont les revenus dépassent 30 000€. On observe la situation inverse pour le lait écrémé et demi-écrémé avec 48% de consommateurs au sein des ménages à faibles revenus et 63% parmi les plus aisés.

Conclusion

Les grandes tendances de la consommation de produits d'origine animale observées à partir des bilans d'approvisionnement sont confirmées par les analyses des évolutions récentes des budgets des ménages belges : une saturation de la consommation semble atteinte depuis la fin du siècle dernier. Dans ce contexte, les perspectives de croissance quantitative du marché global de ces produits s'amenuisent en Belgique et, en sus d'efforts de compétitivité imposés par la mondialisation des échanges commerciaux, la mise en œuvre d'une politique de différenciation s'avère essentielle.

En Belgique, comme dans beaucoup d'autres pays économiquement développés, on assiste, face à l'abondance de l'offre, à une hétérogénéité des comportements alimentaires parallèlement à une réduction du budget consacré à l'alimentation.

Les produits animaux d'origine bovine représentent encore une part non négligeable de ce budget (13% pour les produits laitiers et près de 6% pour la viande), avec néanmoins d'importantes différences au sein des produits du groupe. Les analyses

présentées dans cette synthèse suggèrent que les mécanismes de prix ne suffisent pas à expliquer cette croissance différentielle des produits.

D'autres sources de variation des comportements sont donc à considérer si l'on veut anticiper l'évolution de la demande.

L'analyse des caractéristiques des ménages s'avère un outil prévisionnel intéressant car il permet, par la mise en évidence de déterminants telles que l'âge ou les revenus, de cibler les consommateurs dont la demande est susceptible ou non de s'accroître.

L'évolution des préférences des consommateurs en situation d' « hyperchoix » demeure néanmoins difficile à prévoir mais il est certain que l'information, fondée ou non, en est un facteur clé auquel les filières de production se doivent d'être attentives. Le constat de saturation de la consommation de produits animaux suggère une concurrence accrue prévisible au niveau de l'offre et une hétérogénéité de la demande.

L'avantage reviendra aux produits qui sauront se différencier, anticiper les nouvelles attentes des consommateurs et faire valoir un avantage comparatif.

Combris, P., 2004. Les déterminants économiques et sociaux de

l'évolution de la consommation alimentaire en France et en

Europe. Rencontre Agriculture – Alimentation – Santé, Gembloux, Actes du Colloque, 11p

Duquesne B. et Lebailly Ph., 2003. Evolution de la consommation de viande bovine en Belgique – Rencontres, Recherches, Ruminants, 10, 315-318.

Duquesne B., 2008. *Evolution de la consommation de produits animaux en Belgique* - Session Poster -13^{ème} Carrefour des Productions animales : L'élevage des ruminants en question : vérités et contre-vérités. Gembloux, ,

Duquesne B., Matendo S., 2006. *Evolution de la consommation alimentaire en Belgique et en Région wallonne*- Colloque « Des aliments sains et naturels dans l'assiette des jeunes, une utopie ? », Gembloux, Actes du Colloque,16 p

Duquesne B., Matendo S., et Lebailly Ph., 2006. *La consommation de lait et produits laitiers en Belgique et en Région wallonne*. Session Poster -11^{ème} Carrefour des Productions animales : Le lait, une filière dynamique- Gembloux

Duquesne B., 2007: *Analysis tools of food consumption trends* –IP.Food &Health- USAMV- Romania, Cluj-Napoca, February 26-28, 2007.

Duquesne B. et Lebailly Ph., 2007. *Evolution des prix à la consommation de la viande bovine en Belgique de 1986 à 2006* Session Poster 12^{eme} Carrefour des Productions animales : Le marché de la viande bovine : enjeux et perspectives .Gembloux