

Les transformations sociétales, un défi pour le système alimentaire

4 juin 2025

Catherine Baros, CTIFL

Valérie Diot, IFIP



Des défis face aux évolutions structurelles de la population

Source Insee

Vieillesse de la population

Naissances : 1,62 par femme en 2024



En France une
personne/5 a plus de 65
ans

Espérance de vie (en bonne santé) en hausse : 85,6 ans pour les Femmes, 80 ans pour les hommes

Baisse de la taille des ménages

En 2020, 17% des ménages comptaient 4 personnes ou plus.
70% comprenaient 1 ou 2 personnes.



3,1 personnes en 1960
2,2 personnes en 2023

Augmentation du nombre de foyers/logements



Féminisation du travail

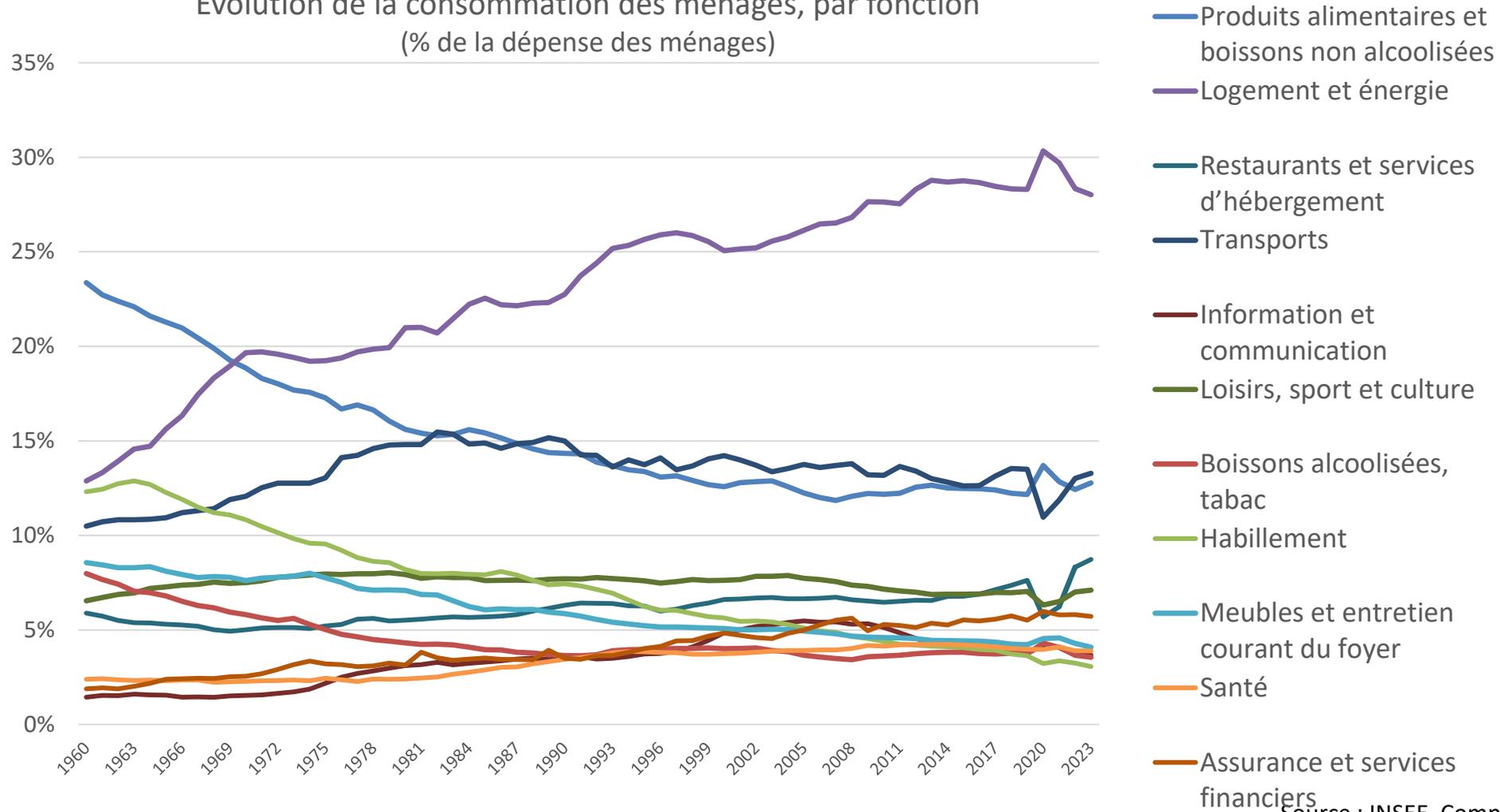
Hausse du télétravail

26% en 2023
+17 points vs 2019

Source Dares

Budget alimentaire des ménages en baisse depuis 60 ans

Evolution de la consommation des ménages, par fonction
(% de la dépense des ménages)

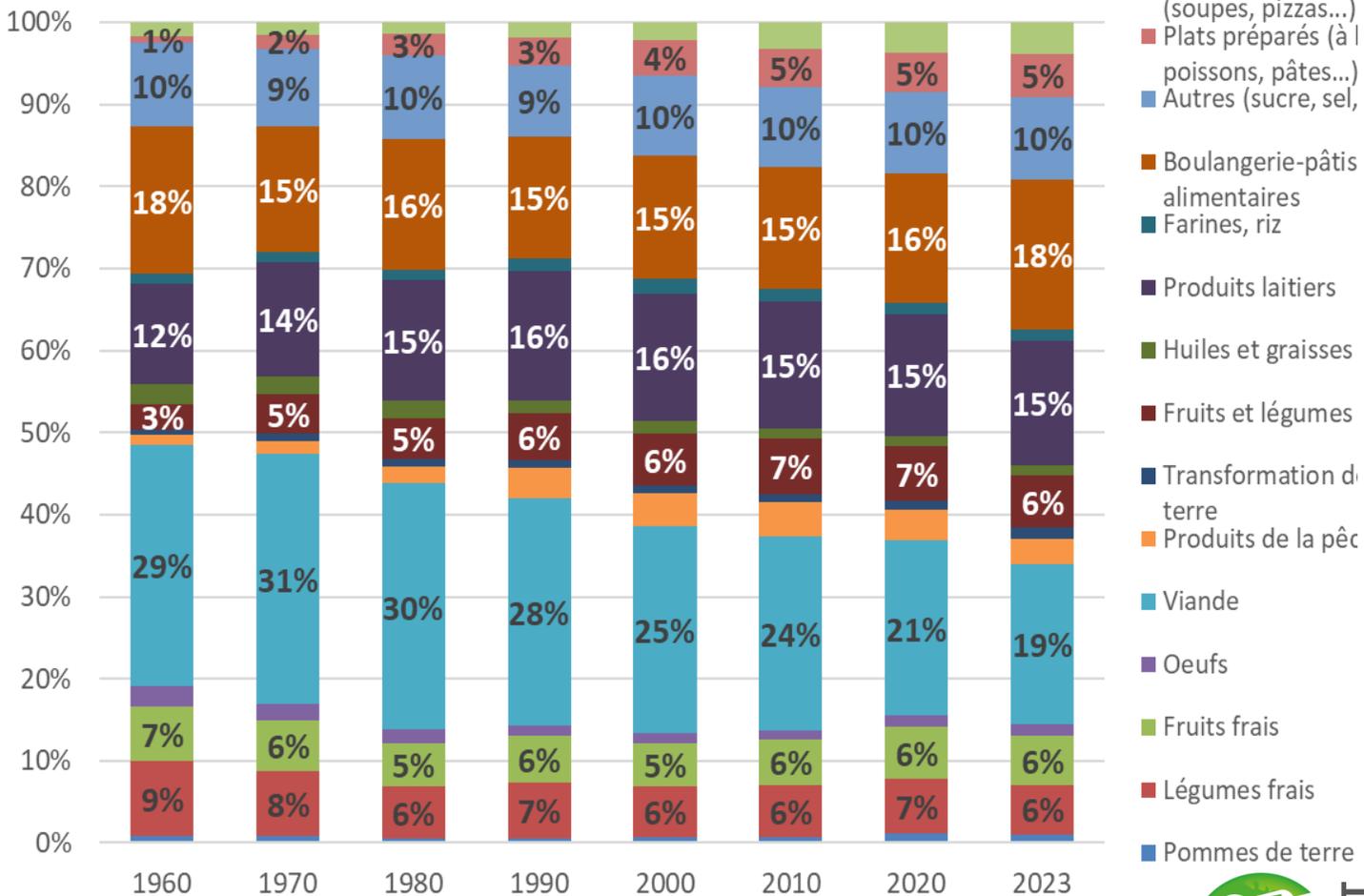


- ➔ Stabilisation depuis la fin des années 90
- ➔ Et augmentation lente de la dépense par habitant
- ➔ Dépenses logement et énergie en forte hausse
- ➔ Dépenses de restauration en hausse

Source : INSEE, Comptes nationaux base 2020 ; Elaboration : CTIFL

Évolution des postes dans le budget alimentaire des ménages à domicile

Evolution de la consommation alimentaire des ménages, par catégorie de produits
(% de la dépense alimentaire)



→ Recul le plus fort de la viande

→ Croissance des produits à base de céréales

→ Baisse de la part des dépenses consacrées aux F&L entre 1960 et 1980 mais stabilisation depuis, voire légère hausse pour les fruits.

→ Doublement de la part des dépenses de fruits & légumes transformés.

→ Croissance de la part des produits préparés/transformés

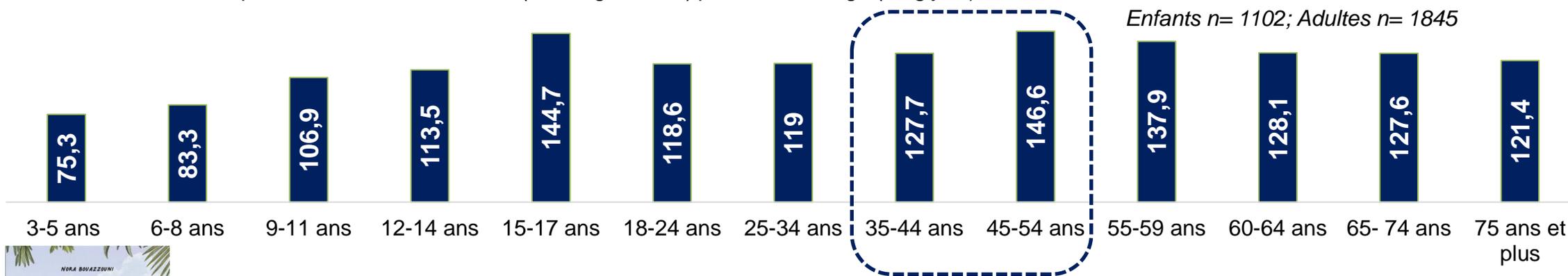
Des déterminants de la consommation avant tout individuels



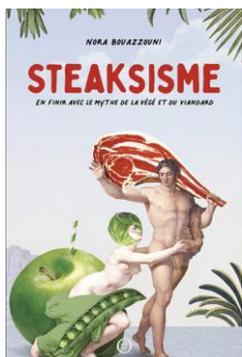
- **Physiologiques** : satiété, plaisir, goût, **le plaisir, 51%** des occasions de consommation sur le total alimentaire à domicile et emporté du domicile. (Kantar)
- **Sociaux** : lieu d'habitation, âge, éducation, cat. Socioprofessionnels
- **Culturels** : styles de vie, normes (viande : vitalité, force...)

Effet générationnel de la consommation de produits carnés

Niveau de consommation des produits carnés tous circuits (dont ingrédients) par tranche d'âge (en g/jour)



Source : CCAF Credoc, 2017



GENDER GAP

Rien n'échappe aux injonctions générées, surtout pas la nourriture

Des modes de vie plus/moins favorables à la transition alimentaire

 Moins de **TEMPS** consacré aux courses, à la cuisine, aux repas (fragmentation)

En cuisine 68mn => 55 mn entre 1985 et 2010

Tâches ménagères liées au repas et sa préparation réalisées à 75% par les femmes (Etilé & Plessz, 2018)

 **CONTENU** des repas

3 => 2 composantes

Contraintes budgétaires : choix défavorables à la santé

Plats maison vs plats industriels : avantage économique?

Individualisation de la consommation

Alimentation durable : entre durabilité à long terme et confort à court terme

Origine France, régionale & locale

 **MODES** de consommation

Canapé, devant un écran

Manger seul // Commensalité

 **LIEUX** : Croissance continue de la Consommation Hors Domicile et de la LAD

Baisse de la taille des ménages/ baisse de l'expertise culinaire



Articook® /
crédit photo : PRINCE DE BRETAGNE



*Des comportements consommateurs qui impactent
la chaîne de valeur des filières alimentaires*

**# le cas des produits transformés
en viande, légumes et légumineuses**



La transition alimentaire, tension entre la « défense » des habitudes installées et l'adéquation avec de nouvelles valeurs

Plaisir coupable

Temps de consommation

Routine (produits, recette)



Plaisir « sain »

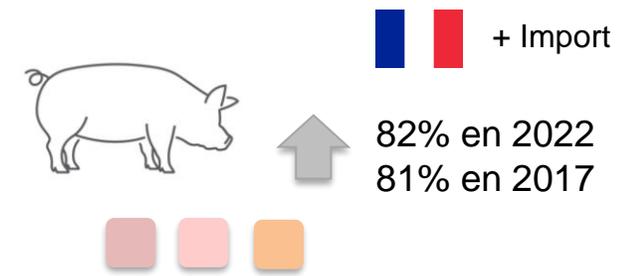
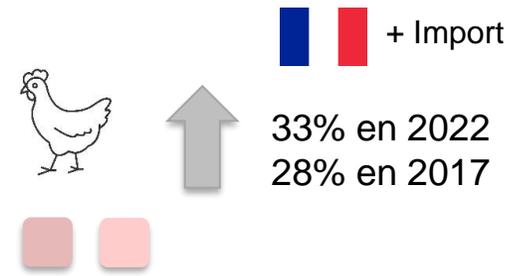
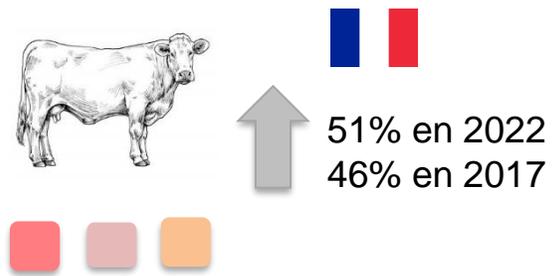
Temps de préparation

« Test and learn », inspiration
Nouveaux usages

Une progression des produits transformés qui limite le recul de consommation en viande et stimule la croissance en volaille

Evolution de la part de marché en volume des produits transformés consommés

- Muscles piécés et viandes hachées
- Viandes « cuisinées »
- Charcuterie salaison
- Plats cuisinés



Une consommation moins diversifiée : déséquilibre carcasse accru,
Une hypersegmentation (jambon cuit, steak haché),
Un éloignement du consommateur avec le produit brut peu favorable à la valorisation des signes de qualité.

- Les familles et les jeunes, premières cibles consommatrices de produit transformés.
- Montée des arbitrages prix : choix des produits, modes de cuisson,
- Les préparations rapides gagnent du terrain vs la cuisine traditionnelle

38,5% « je passe le moins de temps possible à cuisiner »

Source Kantar pour FranceAgrimer, 2023

- La fragmentation des repas, un contexte favorable à l'extension du snacking : déjeuner et dîner.
- Des déterminants sociétaux : plaisir, satiété.

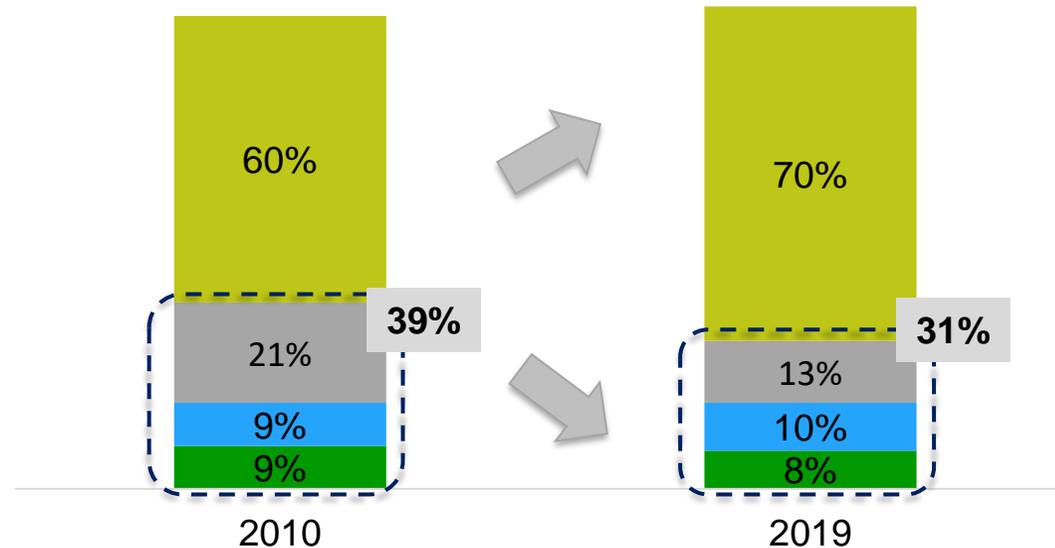
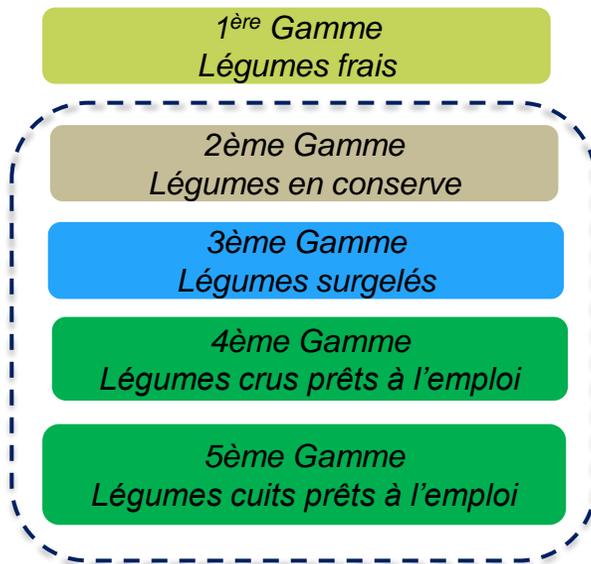
En légumes, une consommation en produits transformés en recul en conserve tandis que le surgelé résiste (2010-2019)

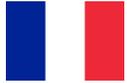
- « 5 fruits et légumes par jour », la consigne est connue mais non suivie par les Français

53% des Français « 5 fruits et légumes par jour inaccessibles »
Source : Etude Opinionway, 2023



- Répartition des quantités consommées à domicile et hors domicile (chez les adultes en % g/j)



 Légumes transformés **32%** des produits cultivés en France

Source : Crédoc, Enquêtes CCAF, 2010 et 2019. Hors soupes de légumes

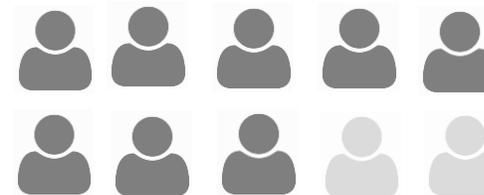
- Le surgelé résiste au travers des familles grâce à plusieurs clés de succès : prix, valeurs nutritionnelles, goût,
- Recrutement des jeunes générations au travers de l'innovation en 4^{ème} et 5^{ème} gamme : un potentiel de développement limité vs la réduction du nombre de composantes d'un repas,
- La recherche de réassurance produits (origine, composition).

En légumineuses, des attentes de praticité...

Programme National
Nutrition Santé 2019-
2023 PNNS



82% des Français adultes
consomment moins de 2 fois par
semaine des légumineuses



Source : Credoc CCAF, 2021

5 kg par ménage par an
à domicile de légumineuses consommées (moy 2018-2022)

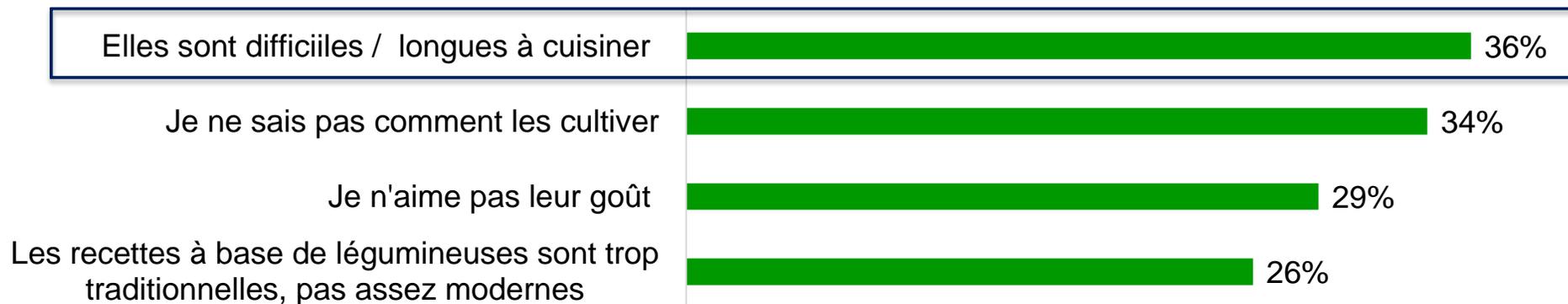
Source : Kantar pour FranceAgrimer



Une consommation vieillissante : 50 ans et plus +15% de légumineuses en plus vs moyenne (en unités de consommation)
(Kantar pour FranceAgrimer, 2018-2022)

Pourquoi consommez vous peu souvent voire jamais des légumineuses ?

Base 1006 adultes non consommateurs de légumineuses



Source : Credoc - CCAF 2021

Qui favorisent la diversification de l'offre tirée par l'innovation (santé, plaisir)

Une absence de classification claire des étapes de transformation (trituration, décorticage, conditionnement, mouture).



Des similarités parmi les motivations pour réduire sa consommation de viande et augmenter sa consommation de protéines végétales... (hors choix subis)

- 1 Un Intérêt santé
- 2 Pour manger varié
- 3 Un intérêt environnemental



Une attention de plus en plus marquée vis-à-vis des produits ultra-transformés

Un comportement ambivalent des consommateurs vis-à-vis des aliments ultra-transformés (Aut), une notion mal définie

🌱 De la nature « brute » à la nature « ultra transformée », les aliments ultra-transformés une entité mal définie.



2009

Concept d'aliment ultra transformés (AUTS)



2017



2019

Programme National Nutrition Santé 2019-2023 PNNS



🌱 La part des aliments ultra transformés au sein de la cohorte Nutrinet Santé

18,4 % des aliments consommés en poids,

35,9 % de l'apport énergétique total.

(Julia C. et al, Contribution of ultra-processed foods in the diet of adults from the French NutriNet-Santé study, 2018)

🌱 Une bonne connaissance mais une perception ambivalente des consommateurs

Le niveau de transformation n'est pas un critère de choix (vs prix, praticité/plaisir).

Les consommateurs ont une bonne appropriation de la notion d'AUT et une connaissance cohérente (classification Nova)

Une perception ambivalente : un rejet global des AUT

mais une reconnaissance de leurs avantages (praticité, rapidité, plaisir).

(E. Lefranc, Institute for a positive food, Aspects sociologiques, compréhension, représentations et attentes des consommateurs, 2024)



Perspectives de la consommation des produits alimentaires

Changements comportementaux lents

-  Vieillesse de la population, réduction de la taille des ménages,
-  Un déficit de culture culinaire : réduction de la diversité de l'alimentation,
-  Fragmentation des parcours d'achat, du temps de préparation, des repas.

Le consommateur moyen n'existe pas

-  Plus de référence aux stéréotypes (pouvoir d'achat, âge...),
-  De nouvelles familles de consommateurs fondées sur les convictions personnelles de chacun malgré les contraintes (contraintes de temps, contraintes financières...).

L'arbitrage de consommation découle d'une combinaison de critères

-  La volonté de changement vs le statu quo, le changement dans une coresponsabilité partagée,
-  L'émotionnel et le plaisir vs la réflexion et la rationalisation,

En découlent de nombreux défis pour les filières

-  Massification / spécialisation de l'offre,
-  Produits bruts / produits transformés améliorés,
-  Standardisation / montée en gamme.