

Manger est perçu comme présentant davantage de risques

Jean-Pierre Loisel

Les filières agro-alimentaires traversent aujourd'hui une véritable tourmente. La succession de crises sanitaires portant sur des produits différents et la diffusion massive d'informations ont rendu les consommateurs méfiants et adeptes du principe de précaution. Au cours de plusieurs enquêtes réalisées en 2000 et 2001, le CRÉDOC a cherché à savoir si ces événements avaient profondément modifié les comportements des Français face à l'alimentation. Les résultats montrent qu'ils n'ont pas été trop ébranlés : même inquiets, même susceptibles de bouder des aliments suspects, les Français continuent à trouver du plaisir à manger et à plébisciter le "goût". Cependant la question du risque alimentaire est perçue avec une acuité grandissante. Elle pourrait à l'avenir modifier les comportements dans ce domaine. Pour sortir d'une crise de confiance aussi grave, les consommateurs demandent à être mieux informés.

Une sensibilité au risque nettement plus affirmée

Les années récentes auront été marquées par un contexte de crises alimentaires récurrentes. Depuis 1996, date à laquelle la "maladie de la vache folle" a fait irruption dans notre quotidien, nous sommes confrontés à une avalanche de problèmes plus ou moins graves : encéphalite spongiforme bovine (ESB), salmonellose, listériose (fromages, charcuteries), dioxine (lait, poulet, boissons gazeuses), aujourd'hui fièvre aphteuse... autant d'événements sur lesquels nous nous trouvons de mieux en mieux informés. Si ce chapelet d'alertes est bien plus le signe d'une amélioration des outils de contrôle de la chaîne agro-alimentaire et de l'information diffusée que d'une réelle détérioration de la qualité sanitaire de nos

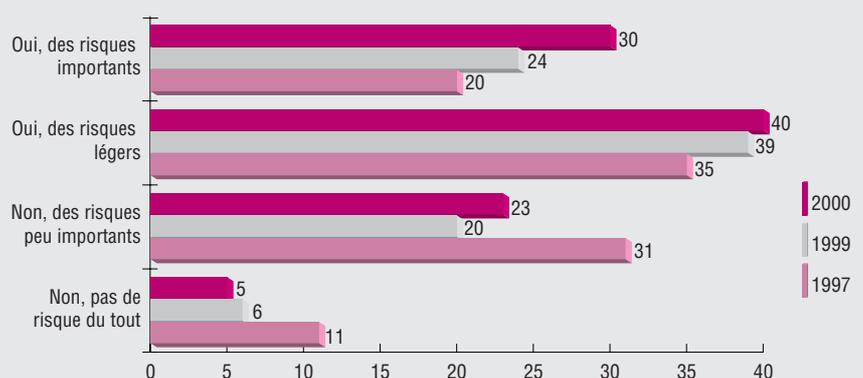
aliments, il n'en a pas moins des effets certains sur le comportement du consommateur.

En quelques décennies, les Français sont passés d'une relative insouciance à une vraie inquiétude devant leur assiette. Cette tendance a tout particulièrement progressé au cours des dernières années : si en 1997, un peu plus d'un Français sur deux estimait que les produits alimentaires présentaient des risques légers ou importants pour la santé, ils sont aujourd'hui sept sur dix à faire état de leur crainte. Et c'est principalement la notion d'un risque "important" qui est en progression (+ 10 points en trois ans).

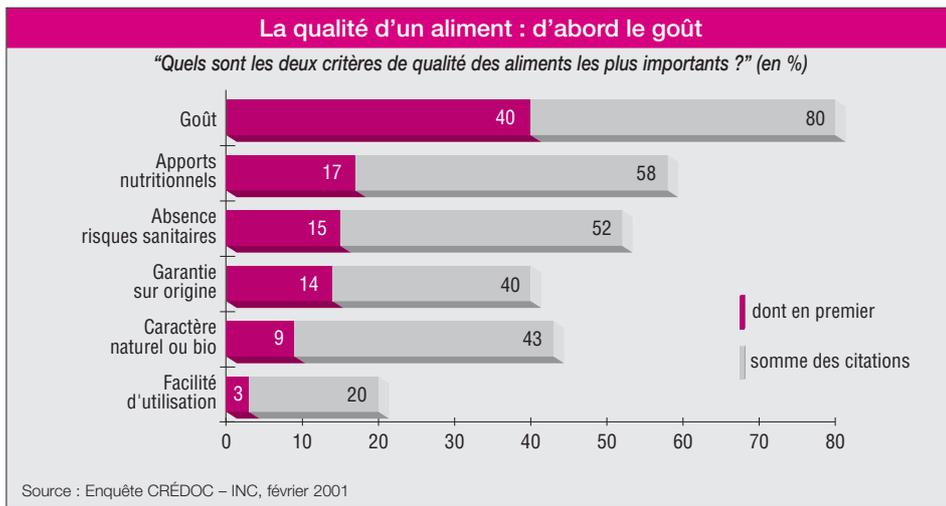
On ne peut cependant pas parler de psychose. D'une part, l'offre alimentaire est aujourd'hui multiple, fournie, au point que l'on parle d'un "hyperchoix". Lorsqu'un problème survient sur une catégorie d'aliments,

La perception du risque alimentaire se diffuse largement

Selon vous, les produits alimentaires présentent-ils des risques pour la santé ? (en %)



Source : CRÉDOC, Enquêtes Conditions de Vie et Aspirations 1997, INCA 1999 et CAF 2000.



le consommateur a tout loisir de se reporter sur des produits de substitution. D'autre part, les Français savent largement relativiser leur inquiétude. Lorsque le CRÉDOC leur a demandé, en juin 2000, de hiérarchiser les risques dont ils avaient le plus peur (parmi cinq propositions), ils ont mis en avant (à 70 %) les "accidents de la route" (qui il est vrai, font encore près de 8 000 morts par an) loin devant un tiercé rassemblant la pollution atmosphérique (48 %), l'alimentation (45 %) et les risques nucléaires (44 %) et enfin les risques naturels (35 %).

Une adhésion toujours massive à la saveur

Cette relative déstabilisation ne semble pourtant pas induire un quelconque affadissement du plaisir de manger. En février 2001, lorsque le CRÉDOC les a interrogés sur la notion de "qualité" dans l'alimentation, 80 % des consommateurs ont cité en premier ou en second lieu le "goût", soit un taux bien plus élevé que les autres réponses. Ce résultat confirme une tendance de fond selon laquelle "bien manger" c'est d'abord "manger bon".

On ne peut pour autant oublier les deux autres dimensions qui sont, dans l'esprit des consommateurs, indissolublement liées à un bon aliment : la santé, citée sous l'aspect des apports nutritionnels par 58 % des personnes interrogées, et la sécurité que 52 % traduisent par l'absence de risques sanitaires. Goût, santé, sécurité constituent un triptyque très dominant dans notre quête alimentaire. La garantie sur l'origine du produit (40 %) ou son caractère naturel ou biologique (43 %) sont des critères de qualité moins importants.

Moins de risques, plus d'exigence

Plongés dans un contexte de crise, les hommes et les femmes cherchent à se rassurer et à garantir au mieux leur situation. Cette attitude explique vraisemblablement pourquoi, aujourd'hui, 61 % des consommateurs estiment qu'en matière d'intoxication alimentaire, aucun décès n'est admissible, alors même que tous les experts s'accordent à reconnaître que notre alimentation n'a jamais été aussi sûre et que l'on ne peut évidemment pas atteindre un niveau de sécurité absolu.

La demande de "risque zéro" est plus affirmée chez les ouvriers (68 %), les artisans et commerçants (78 %), et parmi les personnes les moins diplômées (66 % chez les titulaires d'un certificat d'étude). A un état général de méfiance vient s'ajouter un phénomène culturel, puisque c'est parmi les personnes les moins exposées à l'information que l'idée selon laquelle aucun décès par intoxication alimentaire n'est admissible est la plus répandue.

Un principe de précaution largement partagé

L'inquiétude entraîne une réaction de méfiance généralisée devant les innovations en matière alimentaire. Tout se passe comme si les crises répétées avaient rendu visible la "boîte noire" que constitue l'industrie agro-alimentaire. C'est au gré des multiples informations diffusées à ces occasions que le consommateur a pu s'apercevoir que les vaches avaient été nourries avec des farines animales, que certains procédés de transformation rendaient difficile l'identi-

cation d'un aliment à une quelconque origine naturelle... Cette prise de conscience d'une alimentation "industrielle" conduit à un renforcement des comportements prudents. Ainsi, parmi une dizaine de critères incitant au choix d'un produit alimentaire, l'innovation technologique arrive bonne dernière (avec 22 % de citations), alors que les Français placent en tête les "garanties d'hygiène et de sécurité" (90 %), ou les "labels de qualité" (78 %).

Cette prudence face à la nouveauté se focalise en particulier sur les Organismes Génétiquement Modifiés : en 2000, 59 % des consommateurs estimaient que les produits alimentaires issus du génie génétique sont dangereux pour la santé, soit une

Risques alimentaires : les consommateurs n'ont pas conscience de leur responsabilité

Si les consommateurs sont aujourd'hui inquiets et vigilants en matière de risques alimentaires, leur perception des dangers reste partielle : ils ont tendance à fortement minimiser leur part de responsabilité. Seuls 30 % estiment que les bactéries indésirables risquent surtout de se développer lors des opérations de transport ou de stockage conduites par le consommateur.

La grande majorité impute la responsabilité principale au manque d'hygiène sur les maillons amonts de la filière : entreprises agro-alimentaires (20 % des réponses), mais surtout transport des produits entre le producteur et le distributeur (25 %). Sont également incriminés les lieux de restauration collective (11 %) et les grandes surfaces (10 %).

Cette attitude relève moins de la mauvaise foi que d'un manque de connaissance. On sait par exemple que dans un foyer sur deux, la température moyenne du réfrigérateur excède les 6 degrés, alors même que les propriétaires l'évaluent 2 à 3 degrés en dessous.

De même, la désinfection du réfrigérateur n'est effectuée au moins une fois par trimestre, fréquence déjà insuffisante, que par 35 % de ménages.

Quantitativement, le risque de contamination est aujourd'hui plus probable dans l'intimité d'un domicile qu'au cours d'un processus de production, compte tenu des contrôles et des normes en vigueur.

Un principe de précaution largement partagé

En cas d'information sur le retrait d'un produit que vous consommez, quelle est votre réaction ? (en %) (plusieurs réponses possibles)



Source : CRÉDOC, Enquête CAF 2000.

progression de 11 points par rapport à 1999. Cette progression des opinions négatives est essentiellement due à des consommateurs qui n'avaient pas d'avis sur la question douze mois auparavant. En l'absence de certitude scientifique, le consommateur préfère donc s'abstenir, recourant à un principe de précaution que l'on pourrait plutôt considérer ici comme un principe d' "abstention", et qui le conduit tout autant à se méfier des procédés de conservation "modernes". Déjà en 1997, deux Français sur trois se déclaraient hostiles à l'ionisation...

Des comportements d'achat sensibles aux crises

Lorsqu'un produit est retiré de la vente en raison d'un risque de contamination, près d'un consommateur sur deux (47 %) pratique l'abstention totale en n'achetant plus le type de produit concerné, quelle que soit la marque ou le lot incriminé. Une telle attitude montre que, dans ce cas, la marque ne suffit pas à rassurer et qu'un effet de "halo" important existe. Certains produits ayant été sous le feu

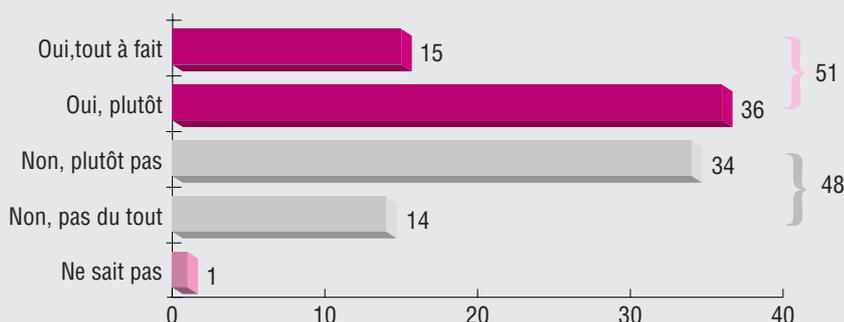
des projecteurs (fromages au lait cru, rillettes, langue de porc...) pourraient ainsi ne jamais retrouver leur niveau de consommation d'avant la crise.

La viande de bœuf est un exemple parfait de ce principe de précaution élargi. Trois mois après la dernière crise de la "vache folle" (introduction dans la chaîne alimentaire d'un cheptel ayant côtoyé une vache atteinte d'E S B à la mi-octobre 2000), 45 % des Français déclaraient consommer moins (33 %) ou plus du tout (12 %) de bœuf. Ces déclarations ont été confirmées par la chute des ventes de cette viande bovine, en retrait de plus de 30 % début février par rapport au mois d'octobre précédent.

Pour autant, cela n'induit pas une rupture dans nos habitudes alimentaires, les consommateurs se reportant alors sur des produits aux qualités organoleptiques et nutritionnelles proches. Ainsi, 40 % des personnes consommant moins de bœuf l'ont substitué par de la volaille, 26 % par du poisson et 13 % par du porc. Pas de vague végétarienne en vue, 3 % seulement ont déclaré remplacer le bœuf par des légumes !

Une information sur la qualité alimentaire jugée insuffisante

Les consommateurs s'estiment-ils suffisamment informés sur la qualité des produits alimentaires ? (en %)



Source : Enquête CRÉDOC - INC, février 2001

Une exigence d'information de plus en plus ciblée

Près d'un Français sur deux s'estime insuffisamment informé sur la qualité des produits alimentaires. Deux éléments président à cette demande de plus d'information. D'une part, au fil des années, le consommateur est devenu plus mûr, plus expert et entend maîtriser les paramètres de sa propre consommation ; quels que soient les produits concernés, il exige toujours plus de précisions au cours de son processus de choix. D'autre part, les crises et l'impact évident qu'elles ont sur nos perceptions accentuent cette tendance ; un certain nombre de Français cherchent à éviter le risque par une meilleure maîtrise de l'information.

Cette soif d'informations semble être le pendant du "principe de précaution" évoqué précédemment ; alors que ce dernier était particulièrement

L'attrait du label

Dans le contexte actuel d'inquiétude, les produits labellisés bénéficient à la fois d'une forte notoriété et d'un capital de confiance important. Sur certains segments de marché où la préoccupation qualité-sécurité est très présente, les labels tendent même à supplanter la marque. Globalement, le label de qualité est incitatif à l'achat pour 78 % des consommateurs, contre 76 % pour la marque.

Le côté "rassurant" du label est directement mis en avant par les consommateurs : si 75 % se disent prêts à payer plus cher pour la présence d'un label de qualité sur la viande, 71 % sur la volaille ou 55 % sur la charcuterie, tous produits ayant été au cœur de problèmes sanitaires, seuls 33 % des Français seraient dans la même disposition d'esprit pour le lait et 25 % pour les plats cuisinés.

La dernière crise de la vache folle semble d'ailleurs avoir conduit une majorité de personnes à choisir davantage de produits avec des labels de qualité : c'est du moins ce que déclarent 68 % des enquêtés d'une récente enquête du CRÉDOC ; 34 % font la même réponse à propos des produits issus de l'agriculture biologique.

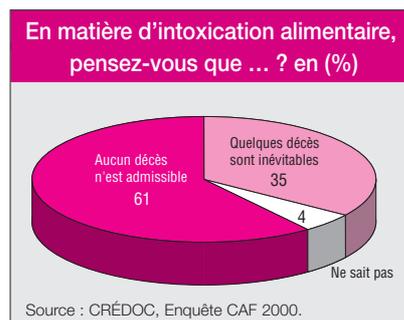
Cependant, cet engouement pour le label ne pourra contribuer à un apaisement des esprits que si le label reste un signe bien identifié, crédible, et facilement décriptable : une profusion de pseudo-labels garantissant on ne sait trop quoi serait, dans l'environnement actuel, catastrophique.

invoqué par les moins diplômés, c'est chez les personnes ayant suivi un long cursus d'étude que l'insatisfaction devant l'information est la plus forte (58 % chez les Bac + 4). A l'inverse, les moins insatisfaits se trouvent chez les retraités (22 % s'estiment tout à fait suffisamment informés, soit 6 points de plus que la moyenne), les non diplômés (30 %, + 14 points) ou encore les moins aisés (24 % des personnes appartenant à des foyers dont le revenu mensuel est inférieur à 8 000 francs, + 8 points).

Etre mieux informé, mais pas n'importe comment, c'est le message des consommateurs. Si plus de huit personnes sur dix affirment regarder la date limite de consommation des produits frais, et trois sur quatre les étiquettes des produits dans leur ensemble, les Français font des distinctions selon les aliments. Ils se montrent satisfaits des informations figurant sur une bonne partie des produits transformés comme le vin, les yaourts, les biscuits : moins de trois personnes sur dix estiment manquer d'informations sur ces produits. C'est principalement sur les aliments frais et sur ceux vendus à la coupe, c'est à dire ceux sur lesquels ne figure aucune étiquette, que la demande est la plus forte : plus d'un Français sur deux juge insuffisantes les précisions sur les fruits et légumes (51 %), le poisson frais (53 %) ou encore la charcuterie à la coupe (56 %). ■

Aucun décès n'est admissible

Il est notable que la demande de risque zéro soit aussi majoritaire (61 %) alors même que le risque zéro n'existe pas, et que les cas graves d'intoxication sont marginaux. Ainsi, chaque année, les intoxications (individuelles ou collectives) touchent 40 000 personnes en France, mais leur taux de mortalité ne dépasse pas 1 %. Par exemple, pour parler des cas les plus fréquemment mortels, en 1998 on a recensé 228 cas de listéria, dont une trentaine se sont avérés fatals, touchant des personnes à risque. Ces chiffres peuvent être rapprochés des 8 000 morts annuels sur la route, des 24.000 décès liés à l'alcool ou encore des milliers de morts (près de 10 000) causés chaque année par des infections nosocomiales (contractées à l'hôpital).



Pour en savoir plus

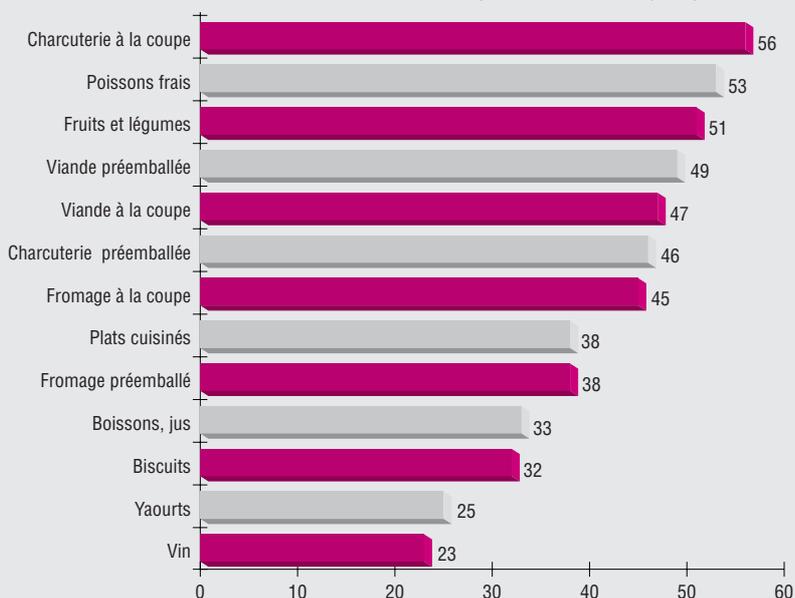
- Les principaux éléments de cet article sont tirés de l'enquête sur les Comportements Alimentaires des Français, réalisée par le CRÉDOC en mai - juin 2000 auprès d'un échantillon représentatif de 1 400 ménages. Cette enquête est vendue par souscription (Rapport non diffusable.)

Les autres données sont issues de :

- l'enquête Individuelle Nationale sur les Consommations Alimentaires, réalisée en 1998-1999 sur un échantillon de 2 000 adultes et 1 000 enfants de 3 à 14 ans. Les principaux résultats figurent dans le rapport : "Enquête INCA", CRÉDOC-AFSSA-Ministère de l'Agriculture, édition Tec et Doc, octobre 2000.
- deux enquêtes réalisées par le CRÉDOC à propos de l'ESB, en novembre 2000 auprès d'un échantillon de 535 personnes, et en janvier 2001 auprès de 1 000 personnes, représentatives de la population des 18 ans et plus.
- une enquête sur "les Français, la qualité de l'alimentation et l'information" réalisée en février 2001 auprès de 800 personnes représentatives de la population des 18 ans et plus, et présentée dans le cadre de la journée européenne du consommateur organisée par l'INC.

Manque d'information sur les produits frais et à la coupe

"L'information sur...est-elle suffisante ?" - Réponses : insuffisante (en %)



Source : Enquête CRÉDOC - INC, février 2001

CRÉDOC

Consommation et Modes de Vie

Publication du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie

Directeur de la publication : Robert Rochefort

Rédacteur en chef : Yvon Rendu

Relations publiques : Brigitte Ezvan
Tél. : 01 40 77 85 01
relat-presse@credoc.asso.fr

Diffusion par abonnement uniquement
200 francs par an
Environ 10 numéros

142, rue du Chevaleret, 75013 Paris

Commission paritaire n° 2193
AD/PC/DC