

# Consommation et modes de vie

N° 300 • ISSN 0295-9976 • Septembre 2018

GABRIEL TAVOULARIS ET ÉLÉNA SAUVAGE

## Les nouvelles générations transforment la consommation de viande

Le Programme Nutrition Santé (PNNS) recommande de manger une à deux fois par jour des viandes, volailles, produits de la pêche et des œufs. Les bénéfiques mis en avant sont des apports en protéines de qualité, en fer et en vitamines. À l'inverse, il est admis que plusieurs pathologies (notamment le cancer colorectal) sont liées à une consommation excessive de viande rouge ou de charcuterie, tandis que manger trop de poisson augmente l'exposition à divers métaux lourds.

Grâce à son système d'enquête sur les Comportements et consommations alimentaires en France (CCAF), le CRÉDOC évalue, à la demande de l'interprofession bétail et viande française (Interbev), la consommation individuelle de produits carnés. L'analyse montre qu'elle est en baisse régulière depuis une vingtaine d'années au moins, particulièrement celle de la viande de boucherie (bœuf, veau, agneau, porc frais et viande chevaline), passée de 58 à 46 grammes par jour entre 2007 et 2016. Cette baisse touche toutes les générations mais elle est un peu plus marquée dans les catégories sociales aisées et chez les ouvriers. Cette tendance s'expliquerait par l'évolution des comportements alimentaires, par le prix (par exemple, pour la viande bovine, une augmentation plus forte que l'inflation), par les inquiétudes pour la santé, par la sensibilisation à l'impact sur l'environnement et au bien-être animal, ainsi que par une offre correspondant moins aux attentes des nouvelles générations.

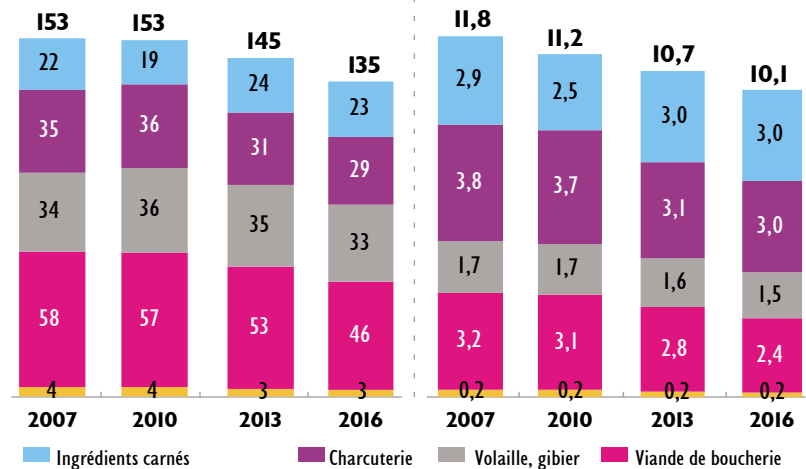
### > Baisse de 12 % de la consommation de produits carnés en dix ans

Malgré une forte baisse de la consommation de viande en France (12 % en 10 ans), et en particulier de viande bovine, l'image de cette dernière demeure très positive : en 2015, 81 % des acheteurs déclaraient en avoir une « excellente » ou « bonne » image. Plus de 90 % la considèrent « nourrissante », « comme un aliment qui a du goût », « faisant partie des aliments qu'on a plaisir à manger », « facile à cuisiner ». Néanmoins, près de la moitié (47 %) sont d'accord avec le fait qu'il s'agit d'« un aliment que l'on mange en trop grande quantité aujourd'hui », 31 % pensent qu'« en produire est néfaste pour l'environnement », 25 % que cela « augmente le risque de certains cancers », 23 % que c'est « un aliment qui apporte de mauvais nutriments (trop gras, trop de protéines) ».

#### LA CONSOMMATION DE PRODUITS CARNÉS DIMINUE ANNÉE APRÈS ANNÉE

Quantités moyennes journalières de produits carnés consommés en g/jour

Fréquence de consommation sur une semaine (nombre d'actes/semaine)



Base : 18 ans et plus. Source : enquêtes CCAF 2007, 2010, 2013 et 2016.

**Lecture :** en 2016, les adultes consomment 135 g de produits carnés par jour contre 153 g en 2007.

**Lecture :** en 2016, les adultes consomment des produits carnés 10,1 fois par semaine en moyenne (11,8 en 2007) dont 2,4 fois pour la viande de boucherie (3,2 en 2007).

NB : la consommation de produits carnés s'évalue en ajoutant les consommations de viandes de boucherie (bœuf, veau, agneau, cheval) et produits tripiers, de charcuteries et de volailles et gibiers, sous quelques formes que ce soit (viandes fraîches ou surgelées, brutes ou hachées, transformées ou non dans un plat tout prêt sous forme d'ingrédient).

L'évolution des modes de vie, les inquiétudes pour la santé, la sensibilisation à l'impact sur l'environnement, la question du bien-être animal et la hausse du prix de vente seraient autant de facteurs pouvant expliquer la baisse de consommation des produits carnés en France. À cela s'ajoutent sans doute un manque d'adéquation entre l'offre et la demande en termes d'usages et de praticité ou encore une remise en question de la qualité gustative de la viande. L'évolution des modes de consommation réduit le temps de préparation des repas au profit des plats prêts à manger. Cette recherche de praticité se fait nécessairement au détriment des produits frais et non transformés. La part des produits carnés contenus dans les sandwiches, hamburgers, plats préparés, etc. représentait 25 % des actes de consommation de produits carnés en 2007, elle est passée à 30 % en 2016.

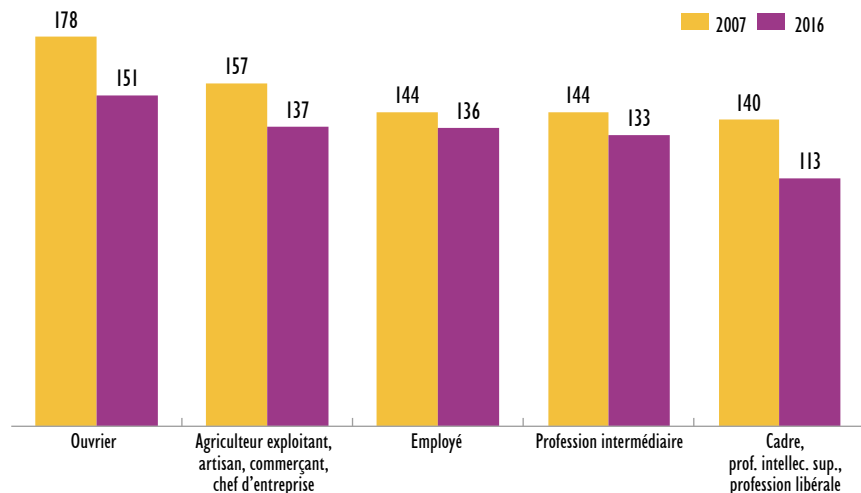
### > Une baisse plus marquée chez les cadres et les ouvriers

Aujourd'hui, les fruits et légumes sont des marqueurs importants de différenciation sociale : les personnes les plus modestes sont moins consommatrices de fruits et légumes frais que les plus riches. À son tour, la consommation de viandes, chargée de symbolique, sujet d'inquiétudes parfois, de critiques souvent, est devenue un marqueur de niveau social fort : sa croissance a suivi l'augmentation du pouvoir d'achat dans les pays en développement. En France, durant les Trente glorieuses (1945-1973), la viande était le symbole de la prospérité. À partir du début des années 1980, le bœuf et surtout les autres viandes (cheval, lapin, gibier, abats) sont en déclin, au profit du porc et de la volaille.

Depuis le milieu des années 2000 jusqu'à 2016, la consommation de produits carnés a baissé d'environ 12 %. Le prix a souvent été un argument avancé pour l'expliquer. Néanmoins, les diminutions les plus importantes sont davantage le fait des catégories socioprofessionnelles supérieures (cadres et professions libérales) dont la consommation a chuté de 19 % ; celle

#### EN DIX ANS, FORTE BAISSÉ DES PRODUITS CARNÉS CHEZ LES CADRES ET CHEZ LES OUVRIERS

Quantités moyennes journalières de produits carnés consommés par les adultes (18 ans et plus), selon la profession ou catégorie socioprofessionnelle du responsable du ménage (en gramme par jour)



Source : enquêtes CCAF 2007 et 2016.

Entre 2007 et 2016, la consommation journalière de produits carnés a davantage baissé chez les catégories sociales aisées et chez les ouvriers.

#### PRÉSENTATION DE L'ENQUÊTE

Ces données sont extraites du système d'enquête « Comportements et consommations alimentaires des Français » (CCAF). Unique en son genre, elle se propose d'analyser le rapport des Français à l'alimentation

- Sous l'angle de leurs attitudes, de leurs opinions et de leurs comportements en termes de nutrition, de sécurité, de commodité, d'achats, de préparation, de consommation à domicile, hors domicile, lors de repas ou hors repas (volet « Comportements »).
- Sous l'angle de leurs propres consommations (volet consommation).

Faisant suite à l'enquête Individuelle et Nationale sur les Consommations Alimentaires (INCA) réalisée en 1999, 5 enquêtes ont été réalisées tous les 3 ans (CCAF 2003, CCAF 2007, CCAF 2010, CCAF 2013 et CCAF 2016). La dernière édition a été menée entre l'automne 2015 et l'été 2016 auprès de 1 500 ménages représentatifs de la population des ménages résidents en France métropolitaine. Tous les membres du foyer âgés de trois ans et plus ont été interviewés. Les informations ont été recueillies en face-à-face, au domicile des personnes interrogées. Le relevé des consommations alimentaires a été effectué sur une période de sept jours consécutifs, à l'aide d'un carnet de consommation, proposé sous format papier et depuis 2013 également en ligne. La quantification des portions consommées était facilitée par l'utilisation du portionnaire photographique SU.VI.MAX. Au total, 1 925 adultes âgés de 15 ans et plus et 1 164 enfants de 3 à 14 ans ont été interrogés.

Pour évaluer finement les consommations de produits carnés, l'étude du CRÉDOC comptabilise :

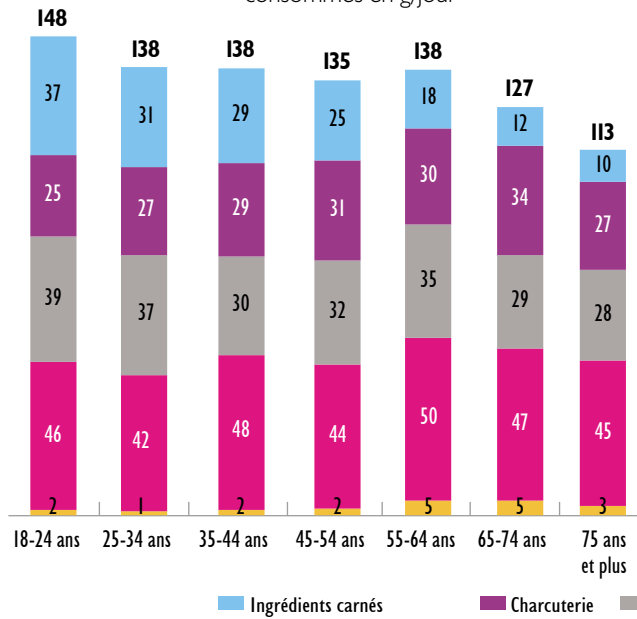
- Les produits carnés « bruts » s'il s'agit de viande, volaille ou gibier, charcuterie, produits tripiers qui ne proviennent pas d'un plat cuisiné (fait maison ou tout prêt). Par exemple : le steak haché, le bifteck, l'escalope de volaille, le jambon blanc sont des « produits bruts ».
- Les produits carnés consommés en proportion importante dans les plats de viande ou de charcuterie (plus de 50 % de produits carnés dans la recette, que ce soit un plat cuisiné maison ou non). Par exemple : le bœuf carotte, le bœuf bourguignon, la blanquette de veau, la paupiette de veau sont des plats contenant plus de 50 % de produits carnés dans la recette.
- Plats contenant des produits carnés « ingrédients » (en contenant moins de 50 % dans la recette : environ 10-15 % pour les pizzas, 10-20 % pour les plats composés comme les pâtes carbonara, 30-35 % pour les sandwiches).

des ouvriers, grands consommateurs depuis plusieurs décennies, est également significative : -15% en dix ans.

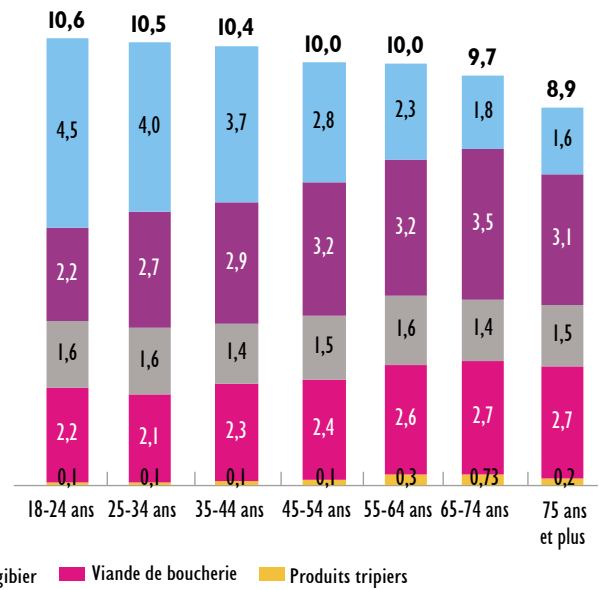
Dans les années 90, la baisse avait surtout concerné les cadres et professions libérales (-40 %).

**EN 2016, GRÂCE AUX SANDWICHS ET PLATS PRÉPARÉS, LES 18-24 ANS SONT LES PLUS GRANDS CONSOMMATEURS DE PRODUITS CARNÉS**

Quantités moyennes journalières de produits carnés consommés en g/jour



Fréquence de consommation sur une semaine (en nombre d'actes de consommation par semaine)



Base : 18 ans et plus.  
Source : enquête CCAF 2016.

Les considérations de santé, d'impact sur l'environnement, de bien-être animal sont des préoccupations plus développées aujourd'hui dans les classes sociales les plus favorisées : en 2018, 35 % des Français déclarent avoir limité leur consommation de viande (source : enquête CAF 2018), cette proportion est de 43 % chez les cadres et professions libérales. Une évolution qui passe par une baisse de la fréquence de consommation, phénomène parfois appelé « flexitarisme ». La mesure réelle des consommations permet d'estimer qu'en 2016 à peine 1,0 % de la population n'avait pas du tout consommé de produits carnés au cours d'une semaine, contre 0,3 % en 2007. Ce 1,0 % peut correspondre à des individus qui sont soit végétariens soit flexitariens.

### > Les nouvelles générations consomment la viande autrement

En 2016, les 18-24 ans sont les plus grands consommateurs de produits carnés (ingrédients carnés, charcuterie, volaille, viande de boucherie, etc.), à la fois en quantité et en nombre de prises sur une semaine avec une part de produits transformés significativement

plus importante que dans le reste de la population : 42% des prises sur une semaine comportent ainsi des ingrédients carnés au sein de plats préparés, sandwiches, pizzas, burgers, etc. contre 23 % chez les 55-64 ans. Ces derniers restent cependant les plus grands consommateurs de viande de boucherie (bœuf, veau, agneau...).

### > L'évolution de la consommation de viande accompagne celle des régimes alimentaires

Deux typologies réalisées à dix ans d'intervalle (2007-2016) sur les consommations alimentaires mettent en évidence des changements dans les régimes alimentaires. Deux axes les illustrent : celui opposant aliments salés et aliments sucrés et celui opposant aliments modernes et aliments traditionnels. L'âge est fortement corrélé aux différences de régimes alimentaires : les plus jeunes se trouvent davantage dans le cadran des aliments modernes et sucrés, alors que les plus âgés restent fidèles aux aliments traditionnels et se différencient moins sur l'axe salé-sucré. Cinq profils alimentaires se distinguent :

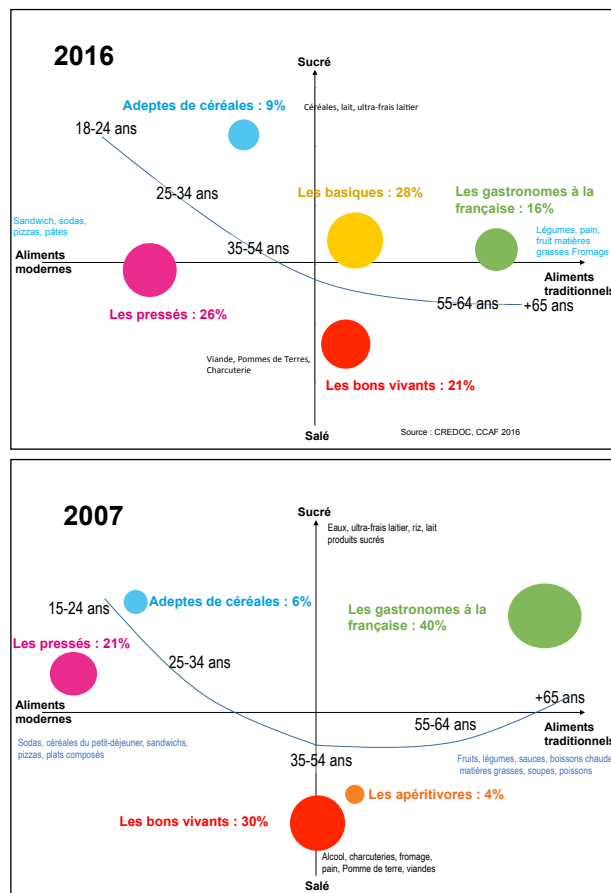
- **Les pressés** se caractérisent par une

consommation importante de sandwiches, sodas, pizzas et beaucoup moins de fruits et légumes.

- **Les adeptes de céréales**, dont l'alimentation diffère de la moyenne par une consommation importante de céréales du petit déjeuner, de lait, mais également de riz et volaille.
- **Les basiques** consomment de manière importante des compotes, soupes, ultra-frais laitier, fruits secs et très peu de sodas et sandwiches.
- **Les bons vivants** se distinguent par leurs consommations en boissons alcoolisées, légumes secs, charcuteries et fromages.
- **Les gastronomes** ont un attrait pour les produits bruts et la cuisine. Ils consomment davantage de matières grasses et de condiments mais également des fruits et légumes et poissons.

La première évolution importante en dix ans concerne les classes du cadran gauche : celle des pressés gagne en effectif (+5 %), tout comme celle des adeptes de céréales (+3 %). Ces classes, parmi lesquelles les jeunes générations sont surreprésentées, consomment autant (les pressés) et plus 26 % (les adeptes des céréales) de produits carnés que la moyenne, mais sous des formes différentes. Ainsi les ●●●

pressés, principalement des millenials, urbains, avec enfants, des catégories socioprofessionnelles modestes (CSP-), vont consommer des produits carnés principalement sous forme d'ingrédients ou de préparations avec le hamburger, le sandwich grec ou les lasagnes... Le steak haché et le jambon blanc occupent également une place importante dans leur alimentation. Les adeptes de céréales, où les millenials et les catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) sont surreprésentés, consomment plus que la moyenne de morceaux de volailles, notamment l'escalope de poulet ou le poulet rôti; le bœuf est présent dans cette classe principalement avec le steak haché. Ainsi les deux régimes alimentaires qui progressent sont liés d'une part à la consommation de viande sous forme d'ingrédient ou de viande hachée et d'autre part à la consommation de volaille. Parmi les générations plus âgées émerge une nouvelle classe, au centre de la typologie, nommée « les basiques » où sont surreprésentées les femmes retraitées et les CSP+. Cette émergence est liée à la diminution de la classe des gastronomes à la française (-24 %) et de celle des bons vivants (-9 %) qui correspondaient aux populations plus âgées en 2007; en prenant de l'âge, elles ont adopté un régime plus liquide et beaucoup moins carné.



Caractérisée en 2007 par une consommation importante de boissons alcoolisées, graines et fruits secs, la classe des apéritives a disparu en se répartissant, en 2016, au sein des bons vivants et des basiques. Les individus de la classe intermédiaire (les basiques) sont ceux qui consomment le moins de produits carnés, principalement du jambon blanc. La classe des gastronomes à la française, parmi lesquels les retraités et les CSP+ sont surreprésentés,

est celle qui consomme le plus de morceaux de viande bruts : côtes de porc, poulet rôti, steak de bœuf ou rôti de porc. Quant à celle des bons vivants, où les hommes, les retraités et les catégories modestes (CSP-) sont surreprésentés, elle est caractérisée, pour ce qui est de la viande, par une consommation fréquente de saucisson, pâté de campagne et jambon cru en plus du jambon blanc et du steak haché. Ainsi, les classes où la consommation de viande brute ou de charcuterie est supérieure à la moyenne sont des classes qui régressent en 2016.

Les régimes alimentaires, liés à chaque génération, sont donc caractérisés par des consommations de viandes très différentes. D'autres facteurs tels que le vieillissement de la population, la plus grande prise de conscience existant entre sa santé et son alimentation, la plus grande sensibilité au bien-être animal et au développement durable peuvent expliquer aussi la baisse de consommation de produits carnés constatée sur les dernières décennies. Les nouvelles générations (les pressés et les adeptes de céréales), de plus en plus pressés et cherchant à consommer des plats prêts à manger, transforment ainsi leur consommation de viande avec des produits toujours plus élaborés et transformés. ■

## Pour en savoir plus

- > *La consommation de viande en France, 2017*, Christelle Duchêne, Jean-Louis Lambert et Gabriel Tavoularis, coll. Cahiers nutrition, CIV, <http://www.civ-viande.org/wp-content/uploads/2017/05/CIV-Consov-VI11-BD.pdf>
- > « L'alimentation des Français. Quelle place pour la viande aujourd'hui ? », 2009, Christelle Duchêne, Jean-Louis Lambert et Pascale Hébel, *Dossier Santé*, CIV.
- > *Comportements et consommations alimentaires en France, 2007 et 2012*, Pascale Hébel, Tec & Doc Lavoisier ; « Fruits et légumes : les Français suivent de moins en moins la recommandation », 2017, Gabriel Tavoularis et Pascale Hébel, *Consommation et modes de vie*, CRÉDOC, n° 292.
- > « Symboles d'un modèle alimentaire en déclin, les fruits frais n'ont plus la cote », 2004, Franck Lehuédé, *Consommation et modes de vie*, CRÉDOC, n° 178.
- > « Exercice d'anticipation des comportements alimentaires des Français. Modèle - Âge - Période - Cohorte », 2005, Fanette Recours, Pascale Hébel et Catherine Gaignier, *Cahier de recherche*, CRÉDOC, n° 222.
- > « Le modèle alimentaire français contribue à limiter le risque d'obésité », 2010, Gabriel Tavoularis et Thierry Mathé, *Consommation et modes de vie*, CRÉDOC, n° 232.