

Sou2001-2021

1

Sou2001-2021

1

SITE consobœuf2.pdf

CREDOC

**VACHE FOLLE : LA CRISE D'OCTOBRE A DES EFFETS
DURABLES SUR LA CONSOMMATION DE BOEUF**

**Résultats de l'enquête menée par le CREDOC fin décembre 2000 – début janvier 2001,
auprès de 1004 personnes**

Jeudi 18 janvier 2001

Département Consommation

Service des enquêtes

Relation Presse

Jean-Pierre LOISEL

Sonia EUGENE

Brigitte EZVAN

Le CREDOC avait réalisé une première étude, les 16 et 17 novembre, à la suite de la médiatisation de nouveaux éléments dans ce que l'on appelle la « crise de la vache folle » : introduction de viande venant d'un cheptel suspect dans la chaîne alimentaire, reportages alarmistes, etc.. Les résultats de cette étude étaient clairs, puisque près d'un Français sur deux déclarait avoir diminué ou arrêté sa consommation de viande de boeuf depuis octobre 2000.

Dès la fin novembre, le gouvernement a pris des mesures -l'interdiction des farines animales pour l'alimentation des mammifères - et, à partir du début de cette année, a généralisé le dépistage systématique du prion sur tous les bovins abattus...-. Par ailleurs de nombreuses actions de communication en direction des consommateurs ont été entreprises.

L'ensemble de ces réactions a-t-il suffi pour restaurer la confiance des consommateurs. C'est ce qu'une nouvelle étude du CREDOC a cherché à savoir, près de trois mois après la survenue de cette nouvelle étape de la crise de la vache folle¹

La confiance n'est pas revenue

Juste après la « crise », 45% des Français déclaraient avoir diminué ou arrêté de consommer de la viande de boeuf. Deux mois plus tard, c'est exactement le même taux que l'on retrouve : à peine plus d'un Français sur deux consomme aujourd'hui autant de boeuf qu'il le faisait jusqu'en octobre 2000.

Depuis le mois dernier / depuis le mois d'octobre, compte tenu de l'affaire de la vache folle, avez-vous modifié votre consommation de viande de boeuf à votre domicile ?

	Vague de novembre 2000	Vague de janvier 2001	Evolution sur 3 mois
En mange autant qu'avant	52%	52%	=
A diminué ou arrêté, dont :	45%	45%	=
N'en mange plus du tout	<u>18%</u>	12%	↘
...En mange beaucoup moins	12%	13%	=
En mange un peu moins	15%	<u>20%</u>	↗
N'a jamais mangé de boeuf	3%	3%	=
TOTAL	100%	100%	

Source : CREDOC, Enquêtes novembre 2000 et décembre-janvier 2001

L'analyse plus détaillée des comportements révèle cependant quelques inflexions : le nombre de Français ayant totalement cessé de consommer du boeuf a diminué : de 18% en novembre, ils ne sont plus que 12% début janvier. A l'inverse, on compte cette fois-ci un peu plus de

¹ Etude réalisée fin décembre 2000- début janvier 2001, auprès de 1004 personnes représentatives de la population des 18 ans et plus, en terme de sexe, âge, PCS, catégorie d'agglomération et région d'habitation.

personnes « mangeant un peu moins de boeuf » (20%, contre 15% il y a deux mois). Est-ce le signe d'une première étape dans une remontée de la consommation? Ou au contraire, l'indication qu'existe aujourd'hui une frange importante de consommateurs qui n'envisagent plus de « consommer comme avant » ?

Une baisse durable de la consommation de boeuf.

C'est en fait cette seconde hypothèse que l'on doit privilégier. En effet, lorsqu'on leur demande de se projeter dans l'avenir, les 45% de Français consommant aujourd'hui moins de boeuf (ou plus du tout), sont très majoritaires à déclarer qu'ils ne reviendront pas à leur niveau de consommation antérieur. Et ce phénomène s'est grandement amplifié en deux mois.

Dans les mois qui viennent, avec l'arrêt des farines animales, est-ce que votre consommation de viande de boeuf...

Base : 45% des Français ayant diminué ou arrêté leur consommation de boeuf	Vague de novembre 2000	Vague de janvier 2001	Evolution sur 3 mois
Reviendra à son niveau antérieur	34%	21%	
Restera à un niveau moindre	37%	60%	
Continuera à diminuer	29%	14%	
TOTAL	100%	100%	

Source : CREDOC, Enquêtes novembre 2000 et décembre-janvier 2001

Alors qu'en novembre, un tiers des consommateurs ayant eu un comportement de « précaution » vis à vis du boeuf envisageaient de reprendre une consommation « normale », ils sont désormais un sur cinq, alors que 6 sur dix pensent rester à un niveau moindre. Deux phénomènes ont sans doute joué dans cette évolution :

- D'une part, les mesures annoncées, les débats qu'elles ont suscité, et l'impression générale qu'il faudrait du temps pour que tout se mette en place de manière à aboutir à une filière bovine sécurisée, ont sans doute tempéré les espoirs de certains Français. La sécurisation totale est une affaire de long terme, et c'est bien sur le long terme que les adeptes du principe de précaution semblent s'être calés.
- Par ailleurs, le fait de changer légèrement d'habitudes alimentaires (la diminution de la consommation de boeuf chez le plus grand nombre n'en induit pas la disparition dans les assiettes) peut, dans un contexte ambiant plus général de réflexion sur la « malbouffe » donner naissance à de nouvelles habitudes, plus en phase avec ce contexte.

La volaille, toujours premier produit de substitution

En effet, apprendre à remplacer de temps en temps un morceau de boeuf par un autre aliment peut contribuer à renforcer la diversité et l'équilibre alimentaire, surtout si cet aliment présente une image plus « sûre » en matière de risques, voire même d'un point de vue nutritionnel.

On constate d'ailleurs que la volaille –qui a fait l'objet depuis déjà de nombreuses années de l'édification de labels, de filières qualité- reste la grande gagnante de ce coup porté au boeuf. C'est dans les mêmes proportions qu'en novembre que les Français se sont reportés sur les poulets et autres dindes : pour quatre sur dix, c'est l'aliment principal de substitution, suivi comme en novembre, du poisson et du porc.

Par quoi avez-vous remplacé la viande de boeuf ? Principalement...

Base : 45% des Français ayant diminué ou arrêté leur consommation de boeuf	Vague de novembre 2000	Vague de janvier 2001	Evolution sur 3 mois
Volaille	43%	40%	↘
Poisson	23%	26%	↗
Porc	15%	13%	=
Autres viandes	6%	7%	=
Légumes	5%	3%	=
Oeufs, fromages	3%	2%	=
Gibier, lapin	2%	2%	=

Source : CREDOC, Enquêtes novembre 2000 et décembre-janvier 2001

Si l'on s'intéresse maintenant aux trois premiers produits de substitution, on constate sans surprise que l'on retrouve la même hiérarchie, la volaille, le poisson ou le porc concernant chacun au moins une personne sur deux.

On notera, comme en novembre, que cette « crise » n'est pas encore l'occasion d'une véritable remise en cause de notre alimentation : les produits non carnés ou sans chair ne sont consommés en supplément que par une minorité des Français ayant diminué leur consommation de boeuf. De même, cette crise profite peu aux autres viandes (mouton, veau, cheval) et encore moins au gibier et au lapin, aliments assez segmentants, il est vrai.

Par quoi avez-vous remplacé la viande de boeuf ? Au total (cumul de trois réponses possibles)

Base : 45% des Français ayant diminué ou arrêté leur consommation de boeuf	Vague de novembre 2000	Vague de janvier 2001
Volaille	79%	76%
Poisson	62%	59%
Porc	49%	49%
Autres viandes	13%	14%
Légumes	19%	18%
Oeufs, fromages	8%	8%
Gibier, lapin	9%	10%

Source : CREDOC, Enquêtes novembre 2000 et décembre-janvier 2001

Peu d'évolution également sur le « coût » perçu de la crise auprès des consommateurs qui ont modifié leurs habitudes alimentaires. C'est toujours l'impression d'un jeu à « somme nulle » qui prévaut : 54% des personnes concernées estiment en effet que les produits de substitution ne leur coûtent ni plus ni moins cher que le boeuf remplacé.

Considérez-vous que les produits de substitution vous sont revenus plus cher ou pas que le boeuf ?

Base : 45% des Français ayant diminué ou arrêté leur consommation de boeuf	Vague de novembre 2000	Vague de janvier 2001	Evolution sur 3 mois
Plus cher	12%	13%	=
Aussi cher/ Pas plus cher	50%	54%	→
Moins cher	30%	27%	→
Ne sait pas	8%	6%	=
TOTAL	100%	100%	

Source : CREDOC, Enquêtes novembre 2000 et décembre-janvier 2001

Une crise qui pèse aussi sur la distribution

Deux mois après le premier « point » les esprits semblent être restés sur des positions identiques. Ainsi, on trouve toujours 22% des Français qui disent moins fréquenter l'étal de leur boucher, et 38% qui continuent à le faire mais en ayant modifié le choix des morceaux de viande qu'ils y achètent.

De même, il semble bien que la fréquentation des fast-foods en ait pâti : 21% des personnes interrogées déclarent s'y rendre moins souvent.

Le principe de précaution paraît par ailleurs gagner un certain nombre de consommateurs. On note en effet une augmentation du nombre de personnes qui se rendent « davantage chez leur boucher qu'à l'hypermarché » (35%, + 4 points en deux mois). Sur un autre registre, les Français « préférant faire manger leurs enfants à la maison plutôt qu'à la cantine » sont

également en augmentation: 24% (+ 5 points). Il s'agit là, bien entendu, d'intentions déclarées, qui ne sont pas forcément suivies d'effet, mais qui témoignent l'une comme l'autre de l'acuité du malaise.

Enfin, si l'engouement pour les produits labellisés reste toujours à un niveau élevé (68%), on note en ce début d'année une augmentation sensible du nombre de personnes déclarant « choisir davantage des produits issus de l'agriculture biologique » : 34% (+ 5 points). Cette crise de la vache folle permettra-t-elle à ce segment de marché, connaissant jusque là un développement réel mais sans raz-de-marée, de rencontrer un public plus large que celui, encore très ciblé, auquel elle semblait devoir rester attachée ?

Compte tenu de la crise, diriez-vous que...
Réponses « OUI »

	Vague de novembre 2000	Vague de janvier 2001	Evolution sur 3 mois
Vous achetez moins de choses chez votre boucher	22%	22%	=
Vous achetez toujours autant de choses chez votre boucher, mais ce sont des produits différents	39%	38%	=
Vous allez davantage chez votre boucher qu'à l'hypermarché	31%	35%	↗
Vous allez moins au fast-food	23%	21%	=
Vous préférez faire manger vos enfants à la maison plutôt qu'à la cantine	19%	24%	↗
Vous choisissez davantage de produits issus de l'agriculture biologique	29%	34%	↗
Vous choisissez davantage de produits avec des labels de qualité	70%	68%	=

Source : CREDOC, Enquêtes novembre 2000 et décembre-janvier 2001

