

Les choix alimentaires des consommateurs: les voies de la durabilité

Jan Velghe



Résumé Si les pouvoirs publics et les stakeholders souhaitent que les consommateurs jouent pleinement leur rôle dans la transition vers un système alimentaire durable, ils doivent être bien mieux et plus systématiquement informés des choix alimentaires durables qu'ils ne le sont actuellement.

Mais une meilleure information des consommateurs n'est qu'une première étape : des

actions à différents niveaux (réglementation, production alimentaire, commerce de détail, etc.) sont nécessaires pour adapter l'environnement alimentaire, c'est-à-dire tous les facteurs qui déterminent les choix des consommateurs, tels que les prix, la disponibilité et le marketing, afin que les choix alimentaires sains et durables soient également les plus faciles et les plus évidents.

Le 17 novembre 2020, l' AB-RÉOC a organisé un webinaire intitulé "l'alimentation durable et le consommateur". Au cours de ce webinaire, deux thèmes ont été abordés qui sont plutôt exceptionnellement traités ensemble dans les formations ou les événements concernant l'alimentation durable: l'auto-alimentation des consommateurs et des ménages (cf. AB-RÉOC, 2020) et les choix durables des consommateurs chez le détaillant ou au supermarché ([cf. BEUC, 2020](#)).

Dans cet article, nous résumons pour vous les questions et réponses les plus importantes (cf. Camille Perrin, BEUC) du webinaire relatif à l'étude BEUC (2020).

Pourquoi l'enquête du BEUC se concentre-t-elle principalement sur les aspects écologiques de la durabilité ?

Les consommateurs Européens ont tendance à associer spontanément l'alimentation durable aux conséquences écologiques de la production et des choix alimentaires, bien qu'ils aient également eu la possibilité d'indiquer les aspects sociaux ou économiques de la durabilité au cours de l'enquête.

Ce sont précisément les consommateurs Belges qui, lorsqu'ils répondent à l'enquête, font le plus souvent le lien entre l'alimentation durable et la dimension socio-économique de la durabilité, c'est-à-dire un revenu viable et équitable pour les agriculteurs.

Le prix ne restera-t-il pas toujours le critère le plus important pour les consommateurs lors de l'achat de produits alimentaires ?

L'enquête du BEUC (2020) confirme l'importance du prix dans les choix alimentaires des consommateurs, mais ces dernières années, nous avons également observé un léger changement : de plus en plus de consommateurs semblent considérer que la qualité et le prix ont la même importance et on observe une augmentation significative de la part de marché des produits locaux et des produits bio.

Cependant, nous ne devons pas oublier qu'aujourd'hui encore, il y a des Européens et des Belges qui n'ont pas suffisamment accès à une alimentation abordable, et que leur nombre va probablement augmenter en raison de la crise corona. Il est donc presque certain que le prix comme critère d'achat des denrées alimentaires gagnera à nouveau en importance dans un avenir proche.

Mais une autre question est peut-être beaucoup plus importante et pertinente: comment faire en sorte que les choix alimentaires les plus durables soient aussi les plus intéressants financièrement ?

Pourquoi se concentrer exclusivement sur la surconsommation de viande rouge, qu'en est-il de la surconsommation de nourriture tout court ?

En attendant, il existe un large consensus sur le fait que la surconsommation de sucre et de sel, par exemple, doit être évitée autant que possible pour des raisons de santé uniquement. Cependant, le débat sur la consommation de viande fait toujours rage, tout comme celui, plus général, sur le rapport souhaité entre produits végétaux et animaux dans notre alimentation.

La production de viande rouge a - également par rapport à la production d'un certain nombre d'autres produits animaux - un impact écologique relativement important et il était donc intéressant d'interroger les consommateurs plus spécifiquement sur la viande rouge.

L'enquête (cf. BEUC, 2020) montre également que les consommateurs sont plus disposés à réduire leur consommation de viande rouge qu'à réduire leur consommation de produits laitiers.

Que peuvent faire les gouvernements pour s'assurer que nous choisissons tous des aliments durables ?

Il est nécessaire de disposer d'un avis gouvernemental clair et indépendant sous la forme de directives diététiques qui tiennent compte à la fois de la valeur nutritionnelle et de la durabilité. Cela aidera les consommateurs qui souhaitent faire des choix alimentaires plus durables à mettre leurs bonnes intentions en pratique.

Il doit devenir plus facile pour les consommateurs d'identifier les choix alimentaires durables dans les magasins grâce à de meilleures informations sur les étiquettes des produits alimentaires. Il s'agit notamment d'interdire autant que possible l'écoblanchiment et les allégations trompeuses en matière de durabilité.

Les consommateurs devraient être encouragés et soutenus pour passer à un régime plus végétal, car la réduction de la viande rouge est essentielle pour réduire notre empreinte alimentaire. Des messages positifs pour encourager les personnes et les ménages à manger davantage d'aliments d'origine végétale, la mise à disposition de sources de protéines alternatives attrayantes dans les magasins et les supermarchés et un plus large éventail d'options sans viande dans les hôtels, les restaurants et la restauration sont quelques-uns des moyens d'y parvenir.

Les gouvernements peuvent également veiller à ce que les cantines des écoles et des administrations publiques ne proposent que des aliments de saison, produits localement, bio et essentiellement à base de plantes.

Les prix des denrées alimentaires doivent envoyer le bon signal aux consommateurs. Dans le même temps, il est essentiel de veiller à ce que tous les consommateurs puissent continuer à s'offrir des produits alimentaires sains et durables. Les prix des denrées alimentaires doivent également garantir un revenu juste et équitable aux agriculteurs, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'UE.

Toutefois, une politique axée exclusivement sur les consommateurs ne suffira pas à entraîner un changement significatif de nos habitudes alimentaires. Une action à différents niveaux (réglementation, production alimentaire, commerce de détail, etc.) est nécessaire pour modifier l'environnement alimentaire (c'est-à-dire tous les facteurs qui déterminent les choix des consommateurs, tels que les prix, la disponibilité et le marketing) afin que les choix sains et durables soient également les plus faciles et les plus évidents.

Enfin, un objectif politique important est la réorientation des subventions agricoles européennes vers une production alimentaire durable.

N'y a-t-il pas déjà trop d'informations sur l'étiquette des aliments ?

C'est vrai, c'est pourquoi nous voulons avant tout rendre l'ensemble de l'approvisionnement alimentaire plus durable.

Mais les options pour des alternatives plus ou moins durables doivent également être suffisamment claires pour le consommateur. Si l'on regarde ce qui est écrit sur l'emballage ou l'étiquette dans la pratique, il apparaît qu'à l'heure actuelle, une grande partie de l'espace est encore occupée par la publicité et le marketing (par exemple, des photos).

En d'autres termes, il y a certainement encore de la place sur les étiquettes et/ou les emballages pour informer les consommateurs aussi précisément que possible sur les aspects de santé (cf. l'introduction réussie du Nutri-Score) et de durabilité d'un produit alimentaire spécifique.

Conclusion : des pistes pour des choix alimentaires plus durables de la part des consommateurs

Si les pouvoirs publics et les parties prenantes souhaitent que les consommateurs jouent pleinement leur rôle dans la transition vers un système alimentaire durable, ils doivent également être bien mieux et plus systématiquement informés des choix alimentaires durables qu'ils ne le sont actuellement.

Mais une meilleure information des consommateurs n'est qu'une première étape: des actions à différents niveaux (réglementation, production alimentaire, commerce de détail, etc.) sont nécessaires pour adapter l'environnement alimentaire, c'est-à-dire tous les facteurs qui déterminent les choix des consommateurs, tels que les prix, la disponibilité et le marketing, afin que les choix alimentaires sains et durables soient également les plus faciles et les plus évidents.