

MUTATIONS RÉCENTES DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES. NOUVEAUX SERVICES ALIMENTAIRES

Par Alain Michel BOUDET*

L'alimentation est depuis toujours une préoccupation majeure de nos sociétés car elle est indispensable à la survie des hommes au même titre que la santé, mais plus prégnante car l'acte alimentaire se répète plusieurs fois par jour et à tout âge. Au temps présent, nos sociétés du monde occidental sont confrontées à un paradoxe : jamais il n'a été aussi facile d'obtenir de la nourriture et de se nourrir, et pourtant les nutritionnistes nous mettent en garde sur nos mauvais comportements alimentaires et l'opinion s'inquiète sur la qualité et la composition de nos aliments. Ceci alors qu'une analyse rationnelle conduit à conclure que l'alimentation des Français est l'une des meilleures au monde. On attend donc beaucoup de nos produits alimentaires à travers des exigences sanitaires, sensorielles, nutritionnelles, culturelles, culturelles, environnementales et individuelles alors que l'on s'est éloigné progressivement de l'origine de nos aliments qui sont issus majoritairement des industries alimentaires (de 60 à 90 % dans les pays développés). Dans ce contexte général les comportements alimentaires changent rapidement. Les grandes transitions et mutations alimentaires se positionnent tout au long de l'histoire de l'humanité et ont joué un rôle capital dans l'organisation des sociétés, l'empreinte environnementale et la santé des populations. On peut citer à titre d'exemple quelques étapes comme celle évoquée par Florent Quellier historien de l'alimentation à l'époque d'Henri IV (fig.1).

Une transition plus récente concerne une lente mais importante diversification de l'alimentation entre 1850 et 1950. Au cours de cette période on assiste au passage progressif d'une alimentation basée sur les céréales, les pommes de terre et les légumes secs vers une consommation croissante de produits frais, légumes, fruits... les produits sucrés, la viande, le poisson réservés initialement aux riches voient leur consommation augmenter au niveau des classes moins aisées. Ces évolutions sont facilitées par la révolution des transports, l'amélioration des niveaux de vie et les progrès de l'agriculture.

* Communication présentée à l'Académie des Sciences, Inscriptions et Belles-Lettres de Toulouse le 25 mars 2021.

FIGURE 1

-L'époque d' Henri IV est une période de transition. On commence à moins utiliser des épices comme le gingembre, le safran, la cannelle, la cardamome, dominantes dans la cuisine des élites depuis le Moyen Age jusqu'à la Renaissance.

-A une époque où la majorité de la population doit se contenter de bouillie de céréales et de bouillons de légumes la primauté de la viande s'impose comme marqueur social de l'aristocratie Européenne

Plus récemment, la seconde moitié du XX^{ème} siècle voit une rupture fondamentale après des siècles de malnutrition : dans les pays dits développés, tout le monde, ou presque, mange à sa faim, certes de façon socialement différenciée. Ceci sans oublier que 800 millions de personnes à l'échelle mondiale restent sous alimentées.

Au début des années 1960 apparaissent les hypermarchés qui prennent, en une génération, une position dominante dans la part des achats alimentaires. Le petit commerce et les épiceries s'effondrent mais les marchés de plein vent résistent et des circuits courts de distribution en vente directe à partir des producteurs tentent d'émerger. Les achats de produits alimentaires incluant des transformations réalisées hors du ménage augmentent considérablement. Industrialisée la nourriture suscite des questions qui peuvent se transformer en angoisse : d'où vient-elle ? Quelle transformation a-t-elle subie ? Par qui a-t-elle été manipulée...L'industrie coupe, en effet, le lien entre l'aliment et la nature, elle déconnecte partiellement le mangeur de son univers bioculturel. En proposant des produits de plus en plus près de l'état de consommation, les industries empiètent sur la fonction socialisante de la cuisine – l'aliment est désocialisé. On peut évoquer à ce propos les réactions de Claude Lévi-Strauss : « Il ne suffit pas qu'un aliment soit bon à manger encore faut-il qu'il soit bon à penser » et de Claude Fishler : « Si je suis ce que je mange et que je ne sais pas ce que je mange alors je ne sais pas ce que je suis ».

On assiste donc depuis une vingtaine d'années et avec une accélération permanente à des mutations importantes des comportements alimentaires. Ces évolutions récentes concernent des aspects qualitatifs c'est-à-dire la nature de ce que l'on mange, mais aussi la façon dont on le mange et au-delà, des exigences nouvelles par rapport aux critères de choix des aliments. Ces différents aspects sont abordés dans ce qui suit.

MUTATIONS RÉCENTES DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES. NOUVEAUX SERVICES ALIMENTAIRES

Les mutations dans les comportements alimentaires

L'aliment a été qualifié par les sociologues de construction psychoculturelle dans un contexte d'attraction-répulsion conduisant par la culture personnelle et les valeurs individuelles à admettre certains aliments et en refuser d'autres. On ne peut donc prétendre proposer un modèle alimentaire national bien que certaines valeurs soient associées à l'alimentation française. On peut seulement tenter d'identifier différentes tendances. Les critères des choix alimentaires s'avèrent en effet très divers et portent sur les composantes biologiques (santé, sécurité sanitaire), sociales (plaisir, convivialité, facilité d'achat et d'utilisation), sociétales (durabilité, solidarité, gaspillage, naturalité, bien-être animal) ou économiques (prix des aliments, revenus des agriculteurs). Le critère prix demeure important et prioritaire pour certaines catégories de consommateurs. Au-delà, la demande alimentaire évolue et fluctue avec l'apparition de nouvelles conduites alimentaires plus spécifiques que nous évoquerons plus loin. Cette diversité est une caractéristique du paysage alimentaire contemporain liée au foisonnement de l'offre et à la multitude des comportements qui relèvent de facteurs sociologiques et psychologiques complexes et évolutifs. Si l'on part du modèle français, stabilisé au XX^{ème} siècle, de trois repas par jour à heures relativement fixes, avec une cuisine préparée à la maison, souvent roborative, pour arriver aux profils alimentaires contemporains, il est possible de relever de profonds changements¹ qui sont présentés dans ce qui suit avec les moteurs de ces évolutions.

Les évolutions de la demande liées aux changements sociologiques

Les mécanismes mis en jeu en réponse aux mutations de la société ont été très bien analysés par B. Hérault.² On peut en rapporter les points essentiels suivants. L'urbanisation des populations, phénomène général et en forte progression à l'échelle mondiale, entraîne un éloignement des sites de production agricole et une accélération des rythmes sociaux, ce qui a un effet sur les comportements alimentaires : préférence pour la restauration rapide et les plats préparés, tendance au snacking (grignotage), alimentation nomade (portions individuelles prêtes à consommer n'importe où, n'importe quand) avec des objectifs de commodité, praticité et rapidité. À titre d'exemple on peut souligner que 55 % de la viande de bœuf consommée en France l'est

¹ J. P. Poulain, 2012. Mutations des pratiques alimentaires, colloque OCHA 2012.

² B.Hérault, J.Gassie et A.Lamy, Transformations sociétales et grandes tendances alimentaires, Centre d'études et de prospective du ministère de l'agriculture

sous forme de viande hachée. La féminisation du monde du travail et de la société dans son ensemble va dans le même sens en réduisant considérablement le temps dévolu à la préparation des repas et en entraînant une sollicitation croissante des services alimentaires (repas livrés à domicile, plats préparés prêts à consommer, aliments conditionnés faciles à utiliser tels que les salades lavées sous emballage) et de la restauration hors domicile. L'individualisation croissante des consommateurs résulte d'un affranchissement des influences familiales, culturelles ou professionnelles, de l'expression de choix individuels, de manières de penser et de juger. L'alimentation représente ainsi un facteur de différenciation individuelle, un élément de distinction et d'affirmation de valeurs. Ceci entraîne une diversité de régimes excluant ou intégrant certains produits ou ingrédients. Ces différentes mutations ont donc induit dans un temps relativement court des conduites alimentaires nouvelles qui semblent bien installées

Les évolutions de la demande associées à de nouveaux rapports de défiance vis-à-vis de l'alimentation

Cette défiance provient des incidents répétés dans le domaine alimentaire et qui se sont succédés depuis la crise de la « vache folle » dans les années 1995, grippe aviaire, lasagnes de cheval, lait infantile contaminé par des salmonelles... Ils ont entraîné inquiétude et perte de confiance dans l'alimentation et aussi dans les institutions chargées des contrôles. Ils ont aussi révélé certaines insuffisances industrielles. Le doute et l'appréhension sont amplifiés par des techniques considérées comme peu naturelles (OGM) ou insuffisamment validées (farines animales à destination d'herbivores) correspondant à une « artificialisation » des chaînes de production. Les craintes d'intoxication pour des causes microbiologiques qui ont longtemps meublé les époques précédentes et qui s'étaient estompées réapparaissent avec l'émergence des risques chimiques largement médiatisés. Ceci alors que sur le plan de la sécurité microbiologique nos aliments n'ont jamais été aussi sûrs³. Les consommateurs expriment par ailleurs une défiance vis-à-vis des grands groupes internationaux mais conservent cependant une estime et une confiance vis-à-vis des artisans et des PME/TPE implantés à proximité. Les itinéraires technologiques de fabrication des aliments transformés demeurent opaques pour le grand public⁴ et une méfiance s'enracine, illustrée par des

³ C. Babusiaux et M. Guillou, juin 2014. La politique de sécurité sanitaire des aliments. Rapport au ministère de l'agriculture

⁴ L'Ania vient de créer le site <https://www.decouvrezcequevousmangez.fr/> pour permettre aux consommateurs « D'entrer dans les coulisses des entreprises de l'alimentation et découvrir comment sont préparés vos produits du quotidien. »

MUTATIONS RÉCENTES DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES.

NOUVEAUX SERVICES ALIMENTAIRES

oppositions aux aliments ultra- transformés (ou plutôt ultra-formulés) qui renferment un grand nombre d'ingrédients et d'additifs. D'une manière générale, l'inquiétude augmente avec le nombre d'intermédiaires impliqués dans la commercialisation des aliments. Tous ces facteurs conduisent de nombreux consommateurs-mangeurs à dire qu'ils souhaitent privilégier des produits locaux, naturels, de proximité en favorisant les circuits courts. Quand ces filières ne sont pas accessibles, ils souhaitent une traçabilité et une totale transparence sur l'origine des produits : d'où vient un aliment, de quoi est-il fait, quelles sont les étapes entre la ferme et la commercialisation ? De façon intéressante, la crise sanitaire récente de la Covid-19 a servi d'accélérateur aux formules de vente directe et aux circuits courts ainsi qu'à l'exploitation des commandes par voie numérique, montrant une bien meilleure faisabilité que celle attendue de ces approches. Différentes solutions et sites web spécifiques ont permis aux producteurs de s'adresser au client final par internet avec des livraisons à domicile, des dépôts à la ferme ou en points relais. On a ainsi noté une amplification de la transition numérique du commerce alimentaire touchant les petits producteurs pour des produits bruts, mais aussi dans certains cas des plats cuisinés. Ces acteurs locaux ont souvent créé leurs propres sites web, effort amplifié dans certaines régions par la création de plateformes numériques gratuites recensant les producteurs et commerçants livrant leurs produits à domicile dans une zone géographique donnée. L'exploitation du numérique pourrait être encore élargie pour favoriser l'épanouissement du secteur par la création d'une plateforme nationale du type « Doctolib » qui donnerait plus de visibilité à ces initiatives en ne les limitant pas à des initiés. Dans ce sens le ministère de l'agriculture et de l'alimentation en partenariat avec les chambres d'agriculture a annoncé le 12 janvier 2021 l'ouverture de la plateforme « Frais et local »⁵ qui permet d'identifier facilement les producteurs des réseaux partenaires et leurs points de vente près de chez vous. Au-delà de ces tendances assez générales, une proportion plus limitée de la population s'inscrit dans des attitudes systématiques d'éviction de certains produits alimentaires ou de leurs constituants naturels (lait et produits laitiers, viandes, poissons, gluten) ou d'aliments « transformés » ou ultra transformés comprenant un nombre important d'additifs exogènes. Ces comportements sont alimentés par les déterminants évoqués plus haut, mais plus particulièrement par une méfiance générale vis-à-vis des institutions et parfois par une forme de rejet du type de société dans lequel

⁵ <https://www.fraisetlocal.fr>

nous vivons⁶. Un des moteurs individuels réside aussi dans une démarche autocentrée sur son propre corps, sa protection, son amélioration en cohérence avec l'aphorisme déjà cité de C. Fischler. Ces évolutions illustrent la distanciation entre certains mangeurs et leurs aliments qui s'est installée depuis plusieurs décennies. Le dilemme permanent pour ces populations est celui du bon choix alimentaire qui peut tourner à l'obsession. Que faut-il que je mange, dites-moi ce que je mange, d'où vient ce que je mange ? Ces comportements sont encore minoritaires, mais les sociologues s'intéressent à leur progression et aux valeurs qui les sous-tendent⁷. Transparence, traçabilité, naturalité et proximité sont donc les maîtres mots d'une consommation qui se veut éclairée alors que l'éloignement ne cesse de s'accroître entre les agriculteurs producteurs et le citoyen-consommateur dont le choix est guidé par ses valeurs et ses ressources.

Les demandes associées à la mondialisation et à la digitalisation de la société

Ces évolutions géopolitiques ou technologiques récentes induisent ou facilitent de nouvelles attentes des consommateurs. La pandémie récente de coronavirus a également modifié significativement les modes de consommation. Les échanges commerciaux accrus et la mobilité des individus toujours augmentée à l'échelle internationale ont plusieurs impacts sur la consommation et les profils alimentaires. La disponibilité de denrées très diversifiées issues de différents continents à toute époque de l'année amplifie la palette des choix pour les consommateurs, ceci au détriment du souci revendiqué de proximité (circuit court). L'acheminement par avion de produits exotiques frais par cargos aériens commence en effet à interpeller les citoyens inquiétés par « l'empreinte carbone » de telles pratiques. Les expériences alimentaires à l'étranger et les ouvertures de commerces spécialisés dans des cuisines « exotiques » entraînent une forme de « panachage » de l'alimentation tout en gardant un socle de référence national assez solide. Les influences extérieures s'amplifient comme l'illustre la vague croissante des burgers, sushis et autres kebabs. On assiste ici à un enrichissement relativement superficiel des choix alimentaires associé aux évolutions actuelles vers une alimentation rapide, pratique et facilement accessible. La digitalisation de la société a de multiples répercussions sur les

⁶ C. Fischler, mars 2020. Sociologie de la consommation de la méfiance à la défiance... mode d'emploi. Colloque du Fonds français pour l'alimentation et la santé.

⁷ Colloque OCHA, Quand manger reflète les valeurs de la société, Musée de l'Homme, décembre 2019

MUTATIONS RÉCENTES DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES. NOUVEAUX SERVICES ALIMENTAIRES

conduites alimentaires et la demande associée. Elle rend possible, pour certaines catégories de consommateurs, la commande à distance de denrées ou de plats ou repas préparés. Ceci s'accorde avec les critères énoncés précédemment de rapidité, commodité, praticité et de réduction des « activités cuisine » à domicile. De plus, elle intervient de façon croissante dans le choix des achats alimentaires par le biais d'applications smartphone du type YUKA⁸ qui notent les aliments en fonction de différents critères : leurs qualités nutritionnelles, leur origine « bio » et la présence d'additifs. Ce type de notation est également proposé par d'autres structures privées. Nous entrons donc dans une alimentation « codes-barres » dont le principe séduit les jeunes générations, rassure et donne l'impression de maîtriser son alimentation. Ces notations obtenues sur des critères souvent flous sont parfois contradictoires pour un même produit et leur validation par des instances officielles mériterait d'être envisagée. Sur un principe différent impliquant une évaluation sous forme de logos de couleur l'initiative Nutriscore⁹ est validée par le gouvernement et commence à être utilisée sur une gamme croissante de produits bien qu'elle se heurte encore à des résistances.

Deux tendances profondes : la recherche d'impacts positifs de l'alimentation sur la santé et l'environnement

Les progrès des recherches en nutrition, y compris celles récentes sur le microbiote intestinal, ouvrent de nouvelles pistes, encore timides, sur les relations entre alimentation et santé. Les populations jeunes et d'un niveau intellectuel élevé sont très sensibles à ce critère santé et orientent leurs profils alimentaires en conséquence. Cette préoccupation s'étend plus largement à une société éduquée et aisée qui retient les critères sur lesquels les pouvoirs publics communiquent largement (moins gras, moins salé, moins sucré, cinq fruits et légumes par jour), évite pesticides, additifs et perturbateurs endocriniens et s'attache à choisir des aliments aux vertus reconnues ou supposées. Dans ce contexte, le consommateur chemine dans un labyrinthe de préconisations et d'informations parfois contradictoires. Certains sont perturbés et sombrent dans une orthorexie¹⁰ préjudiciable à

⁸ <https://yuka.io>

⁹ <https://www.santepubliquefrance.fr/.../articles/nutri-score>

¹⁰ L'obsession de manger sain appelée orthorexie nerveuse, du grec *orthos* (correct) et *orexis* (appétit) est un phénomène qui prend de l'ampleur et qui peut avoir des conséquences graves sur la santé et la vie sociale (isolement dans des bulles nutritionnelles).

toute vie sociale et finalement à la santé. L'acheteur est attiré par les politiques marketing d'aliments soi-disant particulièrement bons pour la santé. Mais il faut voir cependant, dans ce marché peu régulé, que les promesses et les résultats sont rarement concordants, en dehors d'effets placebo toujours possibles. Les effets les plus évidents et concrets sur la santé devraient certainement venir d'une éducation nutritionnelle dès le plus jeune âge, d'un bon équilibre alimentaire et des efforts des industries alimentaires pour améliorer les paramètres santé de leurs produits. Une autre demande, qui devient de plus en plus générale, concerne la réduction de l'impact des chaînes alimentaires sur l'environnement et le réchauffement climatique. Ceci est analysé dans le récent rapport du GIEC (août 2019)¹¹ qui démontre que certaines préférences alimentaires ont une empreinte carbone plus importante que d'autres et qui préconise en particulier la limitation de consommation de viande et l'utilisation accrue de protéines végétales, ainsi qu'une réduction du gaspillage. Tous les secteurs, de la production agricole à la commercialisation en passant par la transformation et la distribution, sont fortement interpellés, en particulier par les jeunes générations.

Au-delà des caractéristiques déjà énoncées s'ajoutent d'autres critères de choix comme :

- les produits bio, sans additifs et pesticides
- la commodité, la praticité d'usage
- le plaisir et le goût

Cette diversité de paramètres (fig. 2) entraîne une balkanisation de la demande et une difficulté à identifier le consommateur moyen. La différenciation la plus nette repose cependant sur une fragmentation des comportements en fonction des revenus :

*foyers à l'aise, sensibles aux questions environnementales et à l'impact santé, préoccupés par "la fin du monde" avec des produits bio, une réduction de la consommation, moins de viande, des circuits courts....

*consommateurs contraints aspirant à consommer et préoccupés par "la fin du mois" pratiquant le magasin de déstockage, les solderies, les super promotions...

La grande distribution doit ainsi s'adapter à la diversité des acheteurs et à des comportements qui parfois s'opposent.

¹¹ [https://climat.be/changements-climatiques/changements-observees/...](https://climat.be/changements-climatiques/changements-observees/)

MUTATIONS RÉCENTES DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES. NOUVEAUX SERVICES ALIMENTAIRES

FIGURE 2

LES REGARDS DES CONSOMMATEURS SUR LES ALIMENTS : DES PRIORITÉS MULTIPLES ET VARIÉES

- Biologique et biochimique: composition en nutriments et en calories, molécules ayant un effet positif ou négatif sur la santé,
- Culturelle et culturelle : , portée symbolique, interdits religieux, origine, naturalité, , tradition,
- Citoyenne : impact sur l'environnement, durabilité, solidarité avec les pays pauvres, soutien à l'agriculture, gaspillage, bien être animal
- Economique : prix des aliments, revenu équilibré des acteurs professionnels

Les nouveaux services alimentaires

Pour satisfaire une demande très diversifiée de nouvelles formes de services alimentaires émergent rapidement. Les rapporter exhaustivement serait trop long mais nous ciblerons trois domaines en expansion :

- Le nomadisme ou snacking
- Les ventes de plats préparés dans les commerces alimentaires ou les marchés de plein vent
- Les diverses livraisons à domicile

Ces différentes formules répondent en particulier à des exigences de rapidité, commodité, praticité. Les consommateurs cherchent en effet de plus en plus à réduire au maximum le « temps cuisine » qui implique les achats, le traitement des produits bruts et la réalisation des recettes. Elles répondent également à un souci d'individualisation et de personnalisation des comportements et des contenus alimentaires.

Le nomadisme ou snacking. Ces appellations recouvrent la mise à disposition de portions ou de mets simples pour un consommateur mobile recherchant gain de temps et praticité. Ce nouveau consommateur souhaite se nourrir quand il veut et où il veut en se restaurant de manière rapide, mobile et bon marché. Cela concerne la vente de sandwiches, de salades simples ou de portions diverses accessibles dans les boulangeries, les rayons snacking des grandes surfaces ou des épiceries et au niveau des « food trucks » qui illustrent ce que l'on appelle la restauration de rue. Cette tendance aussi appelée « vagabondage alimentaire » a été analysée par des sociologues de l'alimentation comme Jean-Pierre Poulain écrivant que « jusqu'à il y a peu de temps, la culture alimentaire des français était du type

commensal (prise alimentaire centrée sur des repas structurés pris en commun deux à trois fois par jour dans un contexte codifié). On assiste maintenant à un déplacement vers une forme de vagabondage avec une déstructuration des repas traditionnels, une augmentation des prises alimentaires et une montée de l'individualisme ».

La vente de plats préparés. Cette activité existe depuis assez longtemps avec les domaines des conserves ou des produits surgelés et elle représente environ 6 % des productions des industries alimentaires. Elle s'étend cependant significativement au niveau des ventes « en frais » particulièrement dans les marchés de plein vent où sont particulièrement prisés les paellas, couscous et autres préparations en sauce de viande et de poisson. La demande, bien qu'elle soit difficile à chiffrer, augmente régulièrement en bénéficiant de cette recherche croissante d'une réduction du temps investi dans la préparation des repas. Les qualités sanitaires et nutritionnelles des plats ainsi commercialisés sont cependant plus approximatives et moins bien définies que celles des produits issus des industries alimentaires.

Les livraisons à domicile. Il s'agit d'une véritable tendance de fond favorisée par la conjonction d'une recherche de facilité et de commodité et du potentiel des outils numériques. Les livraisons à domicile connaissent une progression spectaculaire avec une croissance de plus de 20% par an. Plus d'un Français sur deux s'est déjà fait livrer à domicile ou au bureau... Les chiffres explosent particulièrement chez les jeunes. Les raisons principales d'un recours à la livraison sont :

(1) l'allègement du travail de cuisine (2) la simplicité de la commande (3) la rapidité de livraison (4) la possibilité de commander au dernier moment. Nous examinerons plus en détail trois domaines :

- La livraison de plats ou repas complets
- La livraison de « box alimentaires »
- La livraison de paniers repas à cuisiner

Plus de galère de course ni besoin de cuisiner clament les promoteurs de ces formules ! Et on observe une grande effervescence d'innovation entourant les différentes formes de cette nouvelle restauration.

1) **La livraison de plats ou de repas complets**

Cette formule est déjà bien installée avec la livraison en réponse à une commande sur internet ou par téléphone de pizzas, sushis ou plats indiens. Cependant elle s'est étendue avec la pandémie de Covid 19 à la livraison de plats plus élaborés et même à des repas complets. La prévision pour le futur considère qu'un restaurant traditionnel sur trois proposera un service de livraison de repas. Cette proportion passe à un sur deux pour les restaurants de type fast food. La livraison peut être internalisée au niveau des restaurateurs qui livrent eux-mêmes ou externalisée au niveau de grandes

MUTATIONS RÉCENTES DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES. NOUVEAUX SERVICES ALIMENTAIRES

plateformes de livraison type « Deliveroo » ou « Uber-eats » travaillant avec des livreurs spécialisés.

2) Les box alimentaires thématiques

Il s'agit de la livraison généralement sur abonnement avec une fréquence régulière d'une « box » contenant des produits surprise. Ceci permet de découvrir de nouveaux produits, souvent issus de producteurs locaux, et de sortir de ses habitudes. Ces box sont majoritairement appréciées par les jeunes adultes (moins de 30 ans) vivant en ville. A titre d'exemple on peut citer des box se référant :

- à la gastronomie, « La gourmet box » propose des produits artisanaux du terroir.

- aux fromages, « la boîte du fromager » livre chaque mois quatre fromages traditionnels ou d'exception accompagnés d'un vin adapté.

- à l'agriculture bio, « Rutabago » ne fournit que des productions bio

- à l'exotisme, « Closer to the world » se présente sous la forme d'un tour du monde culinaire en provenance des pays d'origine.

D'autres box thématiques : chocolat, pâtisserie, café ou thé sont également accessibles.

Le phénomène original mais assez onéreux est pourtant en croissance.

3) Les paniers repas à cuisiner

Cette formule hybride se développe en proposant aux abonnés les produits nécessaires à la préparation d'un repas complet qui aura été choisi par avance. Elle déculpabilise l'utilisateur en le sollicitant pour la préparation finale et offre différentes variantes : suivi diététique personnalisé, réponse à des objectifs spécifiques (perte de poids, santé, plaisir ...)

La démarche inclut les étapes suivantes :

- après abonnement, vous choisissez chaque semaine vos recettes parmi un large choix qui change régulièrement,

- vous recevez les produits à la maison ou en « click and collect » dans des colis réfrigérés,

- vous préparez vos plats en suivant les recettes proposées,

- vous gérez votre abonnement à votre rythme en pouvant le suspendre ou le résilier en un clic.

Il s'agit d'un secteur en forte progression, 20% par an et la tendance se confirme. Les éléments attractifs de ce système résident dans les sources d'inspiration, l'affranchissement des courses, la personnalisation des plats, chacun pouvant apporter sa note originale. Parmi les sociétés pratiquant cette formule on peut citer : Le Commis, Quitoque, Hello fresh.

Sur un plan général, les facteurs favorables à ces différentes livraisons incluent l'augmentation du nombre de personnes vivant seules et le

vieillessement de populations souhaitant se décharger des tâches ménagères. Parmi les freins et réticences on peut surtout évoquer le facteur économique et aussi une méfiance vis-à-vis des qualités nutritionnelles des plats et repas livrés à domicile.

En conclusion, les grandes tendances que nous avons développées dans les différents paragraphes depuis le début de ce texte sont résumées dans la figure 3.

Ces tendances vont-elles se confirmer dans un secteur caractérisé par une certaine volatilité ou des courants nouveaux inattendus vont-ils se manifester ? C'est ce que nous allons essayer d'évaluer dans l'épilogue de ce texte.

EPILOGUE

Comme le disait J.P. Poulain en 1997, « On ne se nourrit pas que de nutriments. Manger est un fait social complexe qui met en scène de façon concrète les valeurs, les angoisses et les contradictions d'une époque ou d'une culture ».

L'alimentation se situe ainsi aux interfaces entre le biologique, la sociologie et le culturel sans négliger la dimension économique qui, dans bien des cas prévaut. On voit ainsi combien l'alimentation est impactée par les grands courants de pensée qui irriguent nos sociétés avec la mise en avant de valeurs sociales, éthiques et écologiques. Celles-ci incluent origine et traçabilité des produits, respect des filières et de la saisonnalité, rigueur des conditions de production (label, bio...), diminution des déchets et du gaspillage et développement de menus « plus verts » et de produits moins transformés. On voit aussi l'influence du contexte d'hypercommunication dans lequel nous évoluons avec l'omniprésence de différents médias et maintenant des réseaux sociaux. Ceci entraîne une cacophonie nutritionnelle avec multiplication des injonctions alimentaires qui perturbe et peut angoisser le consommateur sursollicité et surinformé. Ce domaine alimentaire est aussi un miroir des ruptures qui traversent nos sociétés avec un individualisme de plus en plus accentué, une dissolution des cadres familiaux et sociaux, des remises en cause parfois radicales et une perte de confiance vis-à-vis de la science et des élites... Le mangeur est exigeant parfois capricieux et suit des effets de mode parfois temporaires tout en appréciant, en faisant le grand écart, la cuisine de grand-mère et les produits de la nouvelle gastronomie.

MUTATIONS RÉCENTES DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES. NOUVEAUX SERVICES ALIMENTAIRES

FIGURE 3

TENDANCES ACTUELLES DE LA CONSOMMATION

- Fin de l'hyper consommation ,consommer moins pour consommer mieux avec des grandes différences sociales.
- Pour 40% des ménages le prix demeure le critère principal mais une majorité est prête à payer plus pour des produits de meilleure qualité
- Recherche de produits sains:sans additifs,bio,transparence,circuits courts ...tout en conservant plaisir et gourmandise.
- Un consommateur versatile naviguant dans une fragmentation de l'offre:repas hors domicile(en hausse) ,snacking,livraisons à domicile..
- Un consommateur plus responsable engagé pour le respect des producteurs,de l'environnement,de l'animal...sans oublier prix et praticité
- Un développement croissant de l'utilisation d'internet

Il est toutefois clair que le système alimentaire global « de la fourche à la fourchette » et confronté à différentes crises (climatique, nutritionnelle, démographique au niveau mondial.) et à des transitions sociétales majeures (émergence du tout numérique, interpellations écologiques multiples) et les comportements alimentaires devront impérativement s'adapter à ces nouveaux contextes

De quoi demain sera-t-il fait ? On peut évoquer, comme le fait Veronica Pountcheva de la revue *Metro*, 2 scénarios diamétralement opposés (fig. 4).

FIGURE 4



Ce sera ou le « statu quo » avec la consommation d'une grande diversité de produits au risque d'épuiser certaines ressources, ou une évolution vers une nourriture conditionnée, formatée, faisant appel à de nouveaux nutriments et de nouvelles sources d'aliments (protéines d'insectes ou même protéines recombinantes obtenues en fermenteurs).

Des initiatives vont dans ce sens mais le réalisme conduit plutôt à anticiper un scénario médian avec vraisemblablement la réduction de la consommation de viandes et de poissons sauvages, l'augmentation des produits végétaux dans les repas et une amélioration générale de la qualité nutritionnelle des produits alimentaires issus du secteur industriel pour donner suite à la pression des consommateurs. Espérons que la valeur socialisante et conviviale du repas puisse se maintenir (comme dans le tableau de Renoir « Le déjeuner des canotiers »¹²) car manger est une nécessité mais peut devenir un plaisir ce qui est très bon pour la santé.

¹² https://www.musee-fournaise.com/www_musee/Decouvrir-le-musee/Le-Dejeuner-des-canotiers