

***Les Européens***  
***et l'alimentation durable***  
***Étude qualitative***  
***dans 15 pays d'Europe***

*Rapport de synthèse*



---

***Les Européens***

---

***et l'alimentation durable***

---

***Étude qualitative***

---

***dans 15 pays d'Europe***

---

*Rapport de synthèse*

## Colophon

### Les Européens et l'alimentation durable – Étude qualitative dans 15 pays d'Europe – Rapport de synthèse

Une publication de la Fondation Roi Baudouin  
rue Brederode 21 à B-1000 Bruxelles

Cette publication existe aussi en anglais sous le titre :

### 'The Europeans and Sustainable food – Qualitative study in 15 European countries – Pan-European report'

#### Auteur

Daniel Debomy, Optem

#### Coordination pour la Fondation Roi Baudouin

Gerrit Rauws, Directeur  
Johan Alleman, Responsable de projet  
Pascale Prête, Assistante

#### Graphisme

Jean-Pierre Marsily

Cette publication peut être téléchargée gratuitement sur notre site [www.kbs-frb.be](http://www.kbs-frb.be)

Décembre 2005

Dépôt légal: D/2005/2893/31

ISBN : 90-5130-518-4

Avec le soutien de la Loterie Nationale belge

# Sommaire

Introduction	5
Synthèse et conclusions	7
Résultats détaillés	15
Chapitre I <b>Le choix des produits alimentaires et les informations recherchées</b>	15
I.1 Critères de choix des produits alimentaires	16
I.2 Degré de satisfaction à l'égard de l'information sur les produits	20
Chapitre II <b>Les habitudes alimentaires et leur évolution</b>	22
II.1 Facteurs influant sur les habitudes alimentaires	23
II.2 Propension à faire évoluer ses habitudes alimentaires	29
Chapitre III <b>Perceptions de la notion de développement durable</b>	31
III.1 Compréhension du concept	32
III.2 Implications de la recherche d'un développement durable	35
Chapitre IV <b>Attitudes à l'égard de l'alimentation durable</b>	38
IV.1 Perceptions spontanées de la notion d'alimentation durable	39
IV.2 Dimensions de la notion d'alimentation durable	41
IV.2.1 Dimension environnementale	41
IV.2.2 Dimension sociale	42
IV.2.3 Dimension liée à la santé	43
IV.2.4 Dimension éthique	43
IV.2.5 Dimension liée aux valeurs de diversité et d'authenticité	45
IV.2.6 Dimension économique	46
IV.2.7 Autres dimensions	48
Chapitre V <b>Attitudes à l'égard de l'agriculture durable</b>	49
V.1 Perceptions spontanées de la notion d'agriculture durable	50
V.2 Dimensions de la notion d'agriculture durable	52
V.2.1 Dimension environnementale	52
V.2.2 Dimension sociale	53
V.2.3 Dimension liée à la santé	53
V.2.4 Dimension éthique	54
V.2.5 Dimension liée aux valeurs de diversité et d'authenticité	54
V.2.6 Dimension économique	55
V.2.7 Autres dimensions	56
Chapitre VI <b>Perceptions du rôle de différents acteurs et attentes à leur égard</b>	57
VI.1 Les agriculteurs	58
VI.2 L'industrie alimentaire	59
VI.3 Les distributeurs	60
VI.4 Les autorités publiques	61
VI.5 Les citoyens et consommateurs eux-mêmes	63
VI.6 Autres acteurs	64
Chapitre VII <b>Influence sur les comportements des questions d'alimentation et d'agriculture durables</b>	65
VII.1 Influence actuelle de ces questions	66
VII.2 Propension à une plus grande sensibilité à l'avenir	67

Chapitre VIII	<b>Réactions à divers textes visant à illustrer l'alimentation et l'agriculture durables.</b>	68
VIII.1	Texte A	69
VIII.2	Texte B	70
VIII.3	Texte C	72
VIII.4	Texte D	73
VIII.5	Texte E	75
VIII.6	Texte F	76
VIII.7	Texte G	77
Chapitre IX	<b>Impressions finales</b>	79
Annexe I	Instituts partenaires	81
Annexe II	Guide d'animation	82

## Introduction

---

- ▶ Dans le cadre de sa collaboration au projet international «Sustainable Food Lab», la Fondation Roi Baudouin a pris l'initiative de faire procéder à **une étude qualitative sur le thème «Les Européens et l'alimentation durable»**.
- ▶ **Les principaux objectifs de l'étude** peuvent être définis comme suit:
  - ▷ Analyser les attitudes, les motivations, les attentes, et les comportements d'achat et d'usage en matière de produits alimentaires.
  - ▷ Comprendre en profondeur les éléments de contexte culturel qui sous-tendent ces attitudes.
  - ▷ Identifier les évolutions en cours, et des symptômes d'évolutions possibles des mentalités dans les années à venir (en d'autres termes, évolutions de nature socioculturelle), qui soient en phase avec les principes du développement durable.
  - ▷ Analyser la ou les signification(s), pour les citoyens-consommateurs, du développement durable, et les principales dimensions de leurs perceptions de ce concept, appliqué à l'alimentation et à la production alimentaire.
  - ▷ Identifier des facteurs et/ou des événements qui ont entraîné ou qui sont susceptibles d'entraîner l'adoption d'attitudes, et éventuellement de comportements différents, dans la perspective d'une alimentation durable.
  - ▷ De là, élaborer des concepts, accessibles au public, par lesquels on pourrait mieux faire comprendre les notions liées à l'alimentation durable, mieux sensibiliser le public à ces questions et le faire mieux y adhérer.
  - ▷ Dans ce cadre également, tester les réactions du public concerné à différentes hypothèses de «messages» sur l'alimentation et l'agriculture durables – ces tests devant permettre d'enrichir la réflexion sur les concepts évoqués ci-dessus.
- ▶ **Cette étude a été réalisée par la méthode des discussions de groupe dans 15 pays choisis pour illustrer la diversité des pays européens et de leurs traditions alimentaires, auprès de personnes représentant le «cœur» de la population urbaine adulte**: hommes et femmes de 20 à 50 ans. Deux groupes ont été réunis dans chaque pays: pour l'un d'entre eux, personnes de niveau socio-économique moyen-supérieur (incluant: catégories socioprofessionnelles des cadres, professions intermédiaires et professions indépendantes), pour l'autre, personnes de niveau moyen-inférieur (incluant: catégories socioprofessionnelles des employés, de la maîtrise et des ouvriers).

Les pays étudiés sont les 14 déterminés contractuellement avec la Fondation Roi Baudouin: Belgique, France, Allemagne, Suède, Royaume-Uni, Irlande, Espagne, Italie, Grèce, Hongrie, République Tchèque, Pologne, Estonie, Roumanie – auxquels a été ajoutée la Bulgarie à l'initiative du consultant.
- ▶ **Elle a été menée par OPTEM, avec son réseau de partenaires permanents.**
- ▶ **Ce document présente la synthèse des résultats sur l'ensemble des 15 pays consultés.**





## Synthèse et conclusions

---

### 1. Cette étude met en évidence **trois grands types d'approches**, chez les Européens, **dans le choix des produits alimentaires** qu'ils achètent et consomment.

- ▶ Une approche épicurienne sensorielle et affective – l'aliment étant d'abord source de plaisir et de sensations.

Elle concerne en premier lieu les produits «naturels», non transformés, qu'on appréhende directement par les sens – goût, vue, odorat, toucher – et/ou indirectement par des critères signifiants de qualité organoleptique – terroir ou origine géographique, lieu d'achat de proximité dans lequel on a confiance ... Lorsqu'il s'agit de produits transformés, les promesses de satisfaction gustative peuvent passer par la marque et l'emballage.

- ▶ Une approche **rationnelle et fonctionnelle**, dans laquelle jouent (outre la vérification de la date limite pour les produits frais pré-emballés) le prix et la praticité ou facilité d'usage pour les produits semi-manufacturés ou manufacturés.
- ▶ Une approche **diététique** – l'alimentation étant considérée pour ses effets sur la santé.

Il y a entre des éléments de la composition du produit, mais aussi son origine: plus le produit est «local», plus il tend à être considéré comme «naturel», «non trafiqué» et donc sain – sans aller toutefois dans la plupart des cas jusqu'aux produits biologiques, reconnus sains mais généralement d'un coût prohibitif et en outre souvent d'aspect peu engageant.

Le souci des effets sur sa santé, ou celle de ses enfants, amène aussi à veiller à un «équilibre» au travers de la variété des repas et de leur composition – indépendamment du choix de chaque produit individuel.

### 2. Ces approches sont présentes chez les consommateurs de tous les pays – elles peuvent coexister chez une même personne qui inclinera davantage vers l'une ou l'autre selon les circonstances.

#### Leur poids respectif varie toutefois.

- ▶ La dimension hédoniste, gustative et affective est particulièrement présente chez les citoyens de pays à forte tradition culinaire (France, Belgique, pays méditerranéens, Allemagne) et / ou encore proches de l'agriculture traditionnelle et de la ruralité (pays d'Europe centrale et orientale). L'origine, le terroir, y sont généralement fortement valorisés.
- ▶ Les considérations diététiques sont plus particulièrement mises en avant dans des pays du Nord de l'Europe (Suède, Royaume-Uni, Irlande notamment chez les femmes).
- ▶ Le critère rationnel du prix est logiquement plus sensible dans les groupes sociaux moins aisés économiquement, ainsi que globalement dans les pays de l'Est de l'Europe.

3. Il n'y a guère d'insatisfaction majeures exprimées spontanément à l'égard de l'information sur les produits alimentaires. Beaucoup reconnaissent ne pas prendre le temps, en général, de consulter les indications qui figurent sur les emballages. Les personnes les plus sensibles à l'approche diététique y font bien sûr beaucoup plus attention.

On peut **toutefois** discerner dans les discours **une inquiétude ou une méfiance latente**: quant à la composition des produits où à leur processus de production (traitements «chimiques», ingrédients, additifs ...); quant à leur origine; ou quant à la véracité des informations fournies sur ces plans. Les attentes sont de clarification et de transparence plutôt que d'information plus abondante.

4. Les habitudes alimentaires résultent d'**une combinaison d'influences** dans lesquelles interviennent:

- ▶ **L'histoire personnelle, familiale** – références à l'enfance et particulièrement à la cuisine de la mère – **et collective** – traditions culinaires nationales ou régionales.
- ▶ **Le cycle de vie**: à partir de ce passé fondateur, on développe son propre régime alimentaire, dans la continuité ou souvent en aménageant cet héritage (ou, pour certains aussi, en rupture avec lui).
- ▶ **Le statut familial**: le célibat conduit en général à une alimentation assez simplifiée avec des plats tout prêts; le mariage ou la vie commune en couple sont un moment de stabilisation et d'installation d'habitudes alimentaires durables; la présence d'enfants amène couramment à une remise en question des habitudes, en veillant notamment à un équilibre alimentaire.
- ▶ **Les évolutions de la société**: évolution économique notamment dans les anciens pays communistes qui ont vu l'offre de produits alimentaires disponibles s'ouvrir, mais où on observe aussi des craintes sourdes de perte de l'identité culinaire; «globalisation» potentiellement uniformisante et génératrice de perte des traditions; mode et rythme de vie modernes encourageant des pratiques culinaires simplifiées que l'offre de l'industrie alimentaire favorise par ailleurs; pression de la «norme» diététique pour se nourrir «plus sainement».

Ces facteurs, explicatifs des comportements actuels, sont également ceux qui entrent en jeu dans les intentions d'évolution du régime alimentaire à l'avenir: peu de bouleversements attendus, recherche d'un équilibre ou d'un compromis entre traditions, contraintes et bénéfices de la modernité, et préoccupations liées à la santé.

5. **La notion de développement durable n'est généralement pas familière** (malgré des différences d'un pays et parfois d'un groupe social à l'autre).

**Les citoyens européens interviewés en comprennent cependant intuitivement un certain nombre d'aspects – environnemental** en premier lieu; **éthique** (en pensant essentiellement à la solidarité avec le Tiers Monde illustrée par exemple par le commerce équitable); parfois aussi **social** – dans une perspective d'évolution planifiée, plus harmonieuse, plus équilibrée, de vision à long terme.

C'est avant tout des **autorités publiques** (au sens large, incluant les institutions internationales) qu'on attend qu'elles s'y engagent et dont on estime que **c'est la responsabilité**.

Les acteurs économiques sont généralement perçus comme **ayant un rôle négatif** à cet égard, pour ce qui est des grandes entreprises de production ou de distribution, volontiers jugées responsables de l'appauvrissement des économies locales, de la disparition des petites exploitations agricoles ou des petits commerçants perçus comme victimes des multinationales – et objets de sympathie pour cette raison.

Des agents d'évolution socioculturelle (associations, médias, enseignement) on attend qu'ils jouent un rôle d'information et d'éducation et qu'ils fassent pression.

**Les citoyens eux-mêmes** conviennent en général qu'ils «peuvent faire quelque chose» en théorie, mais se montrent pour la plupart **assez passifs** et peu disposés à faire évoluer réellement leurs habitudes – par manque de moyens, parce que cela implique des efforts ou parce qu'ils doutent de leur pouvoir effectif de faire bouger les choses. Ils se montrent **très partagés entre espoir et pessimisme** devant l'inertie des pouvoirs publics et la toute puissance économique.

- 6.** Le concept d'**alimentation durable** est en lui-même inconnu. Au travers des phases de discussion précédentes, les interviewés sont incités à lui donner un contenu positif, en lien avec le développement durable; d'ordre socio-politique, portant sur le système de production alimentaire dans son ensemble (plus équitable, plus respectueux de l'environnement) et sur l'alimentation elle-même (plus saine, meilleure pour la santé).

Les explorations plus approfondies sur ce sujet mettent en évidence:

- **Une appréhension assez claire et spontanée des dimensions environnementales de la question et des dimensions de santé**, d'ailleurs assez corrélées à celles-ci.

**Les valeurs de diversité et d'authenticité de l'alimentation peuvent s'y rattacher** (authenticité des produits «naturels» issus du terroir, diversité des terroirs et des traditions gastronomiques) bien que ces notions – abstraites pour certains – ne soient pas toujours comprises, au moins dans leur relation avec l'alimentation durable.

- **Une compréhension inégale de la dimension éthique ou de son champ d'application**: commerce équitable pour certains qui ne songent guère qu'au Tiers Monde; équité des termes de la relation économique entre industriels et agriculteurs plus largement pour d'autres; respect de l'homme (et de l'animal – conditions d'élevage); responsabilité envers les générations suivantes; mais aussi intégrité du producteur vis-à-vis du consommateur dans les informations qu'il lui fournit ou dans les engagements qu'il annonce.
- **Une compréhension inégale aussi des dimensions sociale et économique**. Elles rejoignent l'éthique pour ceux qui pensent à l'instauration de relations équitables avec les producteurs du Tiers Monde. Elles évoquent la perspective de maintien en vie de l'agriculture traditionnelle et du tissu rural notamment dans des pays situés à l'Est de l'Europe – mais avec plus ou moins d'optimisme ou de pessimisme selon les cas. La dimension sociale inclut parfois des considérations de santé publique (amélioration de la santé de la population par une meilleure alimentation).

L'une des questions posées au travers de l'examen de ces différents aspects est celle de l'instauration éventuelle d'**une alimentation «à deux vitesses»**, pour riches et pour pauvres, une sorte de «fracture sociale alimentaire» dont la perspective est alors très largement rejetée.

**7.** Le concept d'**agriculture durable**, dans l'ensemble plus aisé à assimiler que celui d'alimentation durable, lui est fortement lié. L'agriculture durable est à la fois **une composante de l'alimentation durable et son fondement «en amont» ou sa source**.

- ▶ On retrouve ici une relation faite spontanément avec **les considérations environnementales** (et **celles de santé** qui leurs sont liées), avec un accent plus spécifique sur le rejet de la «chimie», les méthodes culturales non intensives, la défiance envers les pratiques qui s'en écartent, ou encore sur l'économie de l'eau ou de l'énergie.

On peut toutefois relever un scepticisme répandu à l'égard des produits «bio»: interrogations sur la réalité du caractère réellement organique de leur production, soupçons d'exploitation commerciale d'une «mode», évocations aussi du risque d'une alimentation «à deux vitesses».

- ▶ Les considérations sur **les valeurs de diversité et d'authenticité** sont également de même nature que précédemment – avec des inquiétudes, visibles notamment dans certains des pays nouveaux entrants dans l'Union européenne, quant au risque de disparition de cultures et de productions spécifiques et originales.
- ▶ Les propos émis sur **la dimension éthique** rejoignent pour l'essentiel ceux qui s'étaient déjà exprimés précédemment – avec en outre une accentuation du rejet des manipulations, notamment génétiques.
- ▶ **La dimension sociale** est **plus claire et mieux comprise** lorsqu'elle est appliquée à l'agriculture durable; et on la retrouve aussi présente dans les réactions suscitées par le thème de la **dimension économique**: assurer un revenu décent aux agriculteurs, maintenir en vie les espaces ruraux, soutenir une production plus naturelle et plus traditionnelle, avec une vision qui prenne en compte le long terme.

On observe toutefois **un scepticisme assez fréquent** sur la possibilité de parvenir au renversement de tendance impliqué par un tel développement: utopie pour certains au vu de l'évolution économique générale ou de l'orientation des politiques publiques, contradiction ou au moins ambivalence pour d'autres – notamment à l'Est de l'Europe – eu égard à la nécessité de réorganisation de l'agriculture de leur pays dans le sens d'une plus grande productivité et d'une plus grande efficacité économique.

Le thème de la «fracture sociale alimentaire» est en outre à nouveau évoqué ici.

**8.** En ce qui concerne **les acteurs qui pourraient jouer un rôle** en faveur d'une alimentation et d'une agriculture plus durables, on retrouve:

- ▶ **Une propension à la sympathie envers les petits agriculteurs** (par opposition aux «gros», producteurs intensifs liés aux multinationales de l'industrie chimique ou de l'industrie alimentaire et absorbeurs de subventions). On les voit comme **des acteurs potentiels de l'agriculture durable, même s'ils sont aujourd'hui pour la plupart passifs** (en grande partie parce que victimes du système) – à condition d'être soutenus.
- ▶ **Une défiance généralisée envers l'industrie alimentaire**, perçue comme animée avant tout par la recherche du profit maximal, encline à dicter ses conditions aux producteurs en les «étranglant», et n'hésitant pas à utiliser des procédés et des composants potentiellement nocifs pour l'environnement aussi bien que pour la santé.
- ▶ **Une défiance de même nature envers les (gros) distributeurs** également mus par le profit – **mais** perçus comme **susceptibles d'avoir un rôle important** pour la promo-

tion d'une alimentation durable de par la position-charnière qu'ils occupent entre producteurs et consommateurs (campagnes d'information générale; efforts d'information sur les produits vendus, leur origine, leur composition, la labellisation...; développement de gammes ou de rayons de produits spécifiques, etc.)

- ▶ **La concentration sur les autorités publiques de fortes attentes en même temps que de vives critiques:** dépositaires d'un grand pouvoir, elles sont aussi décrédibilisées et jugées non fiables dans bon nombre des pays européens.
- ▶ **Une posture toujours ambivalente des citoyens-consommateurs eux-mêmes,** partagés entre un sentiment d'impuissance et une certaine culpabilité.

Leurs attitudes, on l'a vu, sont spontanément favorables à la notion d'alimentation durable ou peuvent y être éveillées, mais leur traduction en changement des comportements est plus problématique.

Rares sont ceux, de fait, qui déclarent prendre en compte ces considérations dans la vie quotidienne: quelques-uns qui achètent des produits biologiques (avec un souci lié à leur santé beaucoup plus qu'environnemental), ou qui achètent directement au producteur (motivation dominante d'authenticité et de plaisir gustatif), ou, en plus grand nombre, ceux qui se sont mis à l'achat de produits du commerce équitable (mais pour des produits limités).

Pour l'avenir, presque tous se montrent sensibilisés, mais reconnaissent la faible probabilité qu'ils sortent de «la force des habitudes» en l'absence de stimuli externes forts – outre que le prix, présumé généralement nettement plus élevé, des produits de l'alimentation durable, constitue un frein important

## 9. Au vu des résultats d'ensemble de cette étude, on peut avancer:

- ▶ **Qu'il y a, globalement, une sensibilité européenne aux questions relatives à l'alimentation** – par delà les différences qui peuvent exister, sur tel ou tel point, entre les citoyens de différents pays.
- ▶ **Que les dimensions d'appréhension de ces questions qui étaient explorées dans les discussions de groupe sont bien des dimensions structurantes des attitudes.**
- ▶ **Que, pour amener à une plus grande prise en compte de l'alimentation durable, le problème en Europe n'est pas l'absence de conscience des enjeux** – celle-ci existe largement – **mais la traduction des attitudes en modifications des comportements.**

## 10. Cela se confirme à l'analyse des réactions des interviewés aux courts textes qui leur étaient présentés à la fin des discussions, visant à sensibiliser à la problématique de l'alimentation durable en l'abordant sous différents angles et avec différents tons.

- ▶ **Sur le fond, le vecteur le plus efficace de sensibilisation se situe dans doute dans la corrélation qui s'établit assez spontanément dans les esprits entre préoccupations environnementales et préoccupations liées à la santé.** Les premières imprègnent les attitudes mais influent encore peu sur les comportements; les secondes sont plus susceptibles de les faire évoluer. En outre **à ces dimensions se relient celles d'authenticité et de diversité** qui constituent des valeurs culturelles fortes chez les Européens.

En résumé: une alimentation saine est une alimentation équilibrée (donc diverse) produite d'une manière qui respecte les lois de la nature (donc authentique et porteuse de plaisir gustatif); il peut s'agir bien sûr de produits transformés, dont on ne saurait se passer dans la vie moderne et dont la praticité est valorisée, mais issus d'ingrédients et de processus de fabrication «non trafiqués».

- **En second lieu, les Européens peuvent être aussi sensibles au trio des dimensions éthique, sociale et économique** qui sont largement liées entre elles.

Un système agro-alimentaire éthique est, entre autres, un système qui permette aux agriculteurs individuels de vivre de leur activité au lieu d'être «écrasés» ou «étranglés» par la machine économique toute puissante des grandes exploitations, de l'industrie ou des grandes entreprises de distribution. Bien que les premiers soient perçus pour la plupart comme passifs aujourd'hui, et si on ne leur décerne généralement pas un blanc-seing à cet égard, ce sont eux qui sont vus comme les acteurs potentiels d'une agriculture et d'une alimentation plus durables à l'avenir – pour peu qu'ils soient aidés, soutenus, ou stimulés pour avancer dans cette voie.

- Sur ces deux grands plans, **les citoyens peuvent être davantage alertés sur les implications à long terme** qu'auraient la poursuite et le renforcement de la tendance en cours d'une alimentation non durable.

Un des signes en est la réception du dernier des messages testés, qui évoque avec force le risque de dégradation irréversible des ressources naturelles si l'humanité continue de «jouer à l'apprenti sorcier»: même si tous n'acceptent pas un ton qu'ils jugent trop «dramatique» la plupart se sentent au moins interpellés par cet appel au principe de précaution.

- 11.** L'examen de l'accueil réservé aux différents textes permet en outre de formuler les considérations suivantes quant au **ton des messages** susceptibles d'entraîner l'adhésion.

- **Eviter l'emphase pathétique et la sensiblerie.** Des messages efficaces peuvent bien sûr, et doivent sans doute, inclure des éléments affectifs, mais suggérés à partir de faits présentés de manière rationnelle, objective, et équilibrée.
- **Eviter d'employer un ton impératif et moralisateur** – qui peut nuire à la crédibilité de messages alors perçus comme «slogans» politiques ou «publicitaires», culpabilisants pour le citoyen consommateur, voire méprisants (pour ceux qui craignent de l'instauration d'un système durable une alimentation «à deux vitesses» dont eux-mêmes ne pourraient pas bénéficier faute de moyens).
- **Eviter de suggérer des ruptures trop radicales** qui peuvent susciter l'angoisse et apparaissent en outre non crédibles, voire non souhaitables – dans tous les cas, non mobilisatrices. Il ne doit pas s'agir de rompre radicalement avec l'agro-alimentaire industrialisé en s'enfermant dans un «ghetto du bio», mais l'amener à évoluer et à se réformer graduellement.

C'est aussi une condition pour que le citoyen de base, qui se sent largement impuissant à faire bouger les choses – et qui se donne aussi bonne conscience en s'abritant derrière cette impuissance – prenne graduellement davantage conscience qu'il peut y contribuer lui-même par des initiatives personnelles et des actes mêmes modestes, mais qui peuvent concourir à une évolution dans le bon sens.

## 12. Pour les différents acteurs du système qui sont susceptibles de peser sur son évolution, ces résultats suggèrent:

- ▶ **Pour les autorités publiques européennes**, qu'elles peuvent mieux montrer en quoi certaines composantes au moins de leurs politiques en matière d'agriculture, d'environnement, de santé publique et de protection du consommateur vont dans le sens d'une plus grande durabilité.

Ces composantes apparaissent aujourd'hui très peu perçues, et les autorités concernées (aux plan européen ou national) sont peu objets de confiance, dans un climat général de dépréciation des responsables politiques et de distanciation par rapport à la politique.

- ▶ **Pour les industriels et les entreprises de distribution** (objets elles-mêmes de défiances dans un contexte où les citoyens s'inquiètent de plus en plus des «excès» et des «dérives» du libéralisme économique) il y a des opportunités à développer des produits, des gammes, des rayons, voire des types de magasins, qui soient en phase avec l'évolution souhaitée vers une alimentation plus durable – en veillant cependant à «ne pas en faire trop», à éviter de donner l'impression de simple exploitation commerciale d'un courant «à la mode», en s'abstenant de slogans publicitaires «ronflants» qui ne seraient pas crédibles et qui se révéleraient contre-productifs, mais au contraire en expliquant et en justifiant ses assertions et ses promesses par une transparence accrue.





## ***Résultats détaillés***

---

### ***Chapitre I***

---

#### ***Le choix des produits alimentaires et les informations recherchées***

---

## I.1 CRITÈRES DE CHOIX DES PRODUITS ALIMENTAIRES

- ▶ Dans leur ensemble, **les principaux critères de choix** des produits alimentaires se retrouvent de façon largement homogène d'un pays à l'autre, d'un groupe social à l'autre. Seuls leur hiérarchisation et leur poids respectif diffèrent, caractérisant des personnalités de pays, des styles de consommateurs et des types de préoccupations dominantes, assez distincts.

On peut ainsi définir **trois grandes familles d'approches**, certains critères pouvant être communs à plusieurs types d'approches et celles-ci pouvant se combiner selon des équilibres variés:

- ▷ **Une approche sensorielle, affective, «épicurienne»**; l'aliment est d'abord perçu comme source de plaisir. On en apprécie le **goût**, l'**aspect**, la **fraîcheur**, la **texture**, la **couleur**, la **saveur**, l'**odeur**. Ces critères s'appliquent préférentiellement aux produits **génériques**, «naturels», non manufacturés – légumes, fruits surtout, viande à la coupe. Pas toujours appréhendables directement, ces qualités organoleptiques peuvent être saisies au travers de critères plus globaux comme:
  - **l'origine** du produit – pays ou région, terroir, notamment pour les fruits et légumes, avec une préférence fréquente pour les produits nationaux ou locaux.
  - mais aussi le **lieu d'achat** – «son» boucher habituel, les marchés «de rue», voire le producteur lui-même.
  - par ailleurs, la «séduction», la «tentation», peuvent aussi passer par la **marque** ou même au travers de l'**emballage**, «beau», «attirant», tous deux promesses de la satisfaction **gustative** recherchée.

*«J'achète habituellement des choses non emballées. Si c'est un produit de boulangerie, on ne peut le mettre sous plastique, si c'est de la viande, on ne peut pas non plus l'emballer sur un plateau. Parce que je peux la toucher à travers un morceau de papier et vérifier si c'est frais. Et les produits emballés ont une durabilité prolongée artificiellement» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Je regarde le produit, s'il a des couleurs ou des odeurs bizarres je ne l'achète pas» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«En regardant le produit, la couleur, les taches qu'il y a ou pas sur les fruits par exemple, on se fait une idée de sa fraîcheur» (Suède. Groupe social moyen-inférieur)*

*«A la ferme, c'est meilleur qu'en grande surface...» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Franchement, pour moi, l'essentiel, c'est que ça soit bon, que ça me fasse envie... Quand je vois quelque chose d'appétissant, je craque... Tant pis si ça n'est pas 100% bon pour la santé» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«J'achète ce dont j'ai envie. Si j'ai une envie de beignets de pomme de terre (Reibekuchen), j'achète des beignets de pomme de terre, donc finalement, j'achète beaucoup au feeling» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

▷ **Une approche rationnelle, fonctionnelle**; l'aliment doit satisfaire à des règles communes extrinsèques, qui se situent **au-delà** de ses caractéristiques propres, intrinsèques à sa nature:

- **la date-limite**, systématiquement vérifiée sur tous les produits **emballés**, particulièrement les produits laitiers, la viande.
- **le prix**; dans cette approche, il est toujours appréhendé sous l'angle de **l'économie**, du coût «avantageux», du bon «rapport qualité-prix», à ce titre, il peut être directement associé à **un type de distributeur**, supermarché ou, de plus en plus, «discounteur», ou à une **marque**; quelques uns se disent également adeptes des «promotions».

*«J'achète le pain à Consumer (supermarché) parce qu'il est fait par Panrico et qu'il est moins cher» (Espagne. Groupe social moyen-inférieur)*

- **la praticité, la facilité ou simplicité d'usage**, elle concerne plus spécifiquement des produits **semi-manufacturés ou manufacturés**: il peut s'agir ici encore du type de distributeur (fonctionnalité des supermarchés qui concentrent la démarche d'achat, proches de chez soi ou qui livrent...) mais aussi les produits qui allègent la préparation – plats semi-préparés, surgelés, semi-cuits, pizzas...–; ce critère est notamment avancé par les célibataires (choix d'une «taille» de paquet, de produits proportionnables), par les salariés «stressés», notamment certaines femmes, qui estiment ne plus avoir de temps à consacrer à la cuisine.

*«Je suis une accro des discounters, je me moque de la qualité du moment que j'économise un Euro. Je fais toutes mes courses chez Aldi et Lidl. Je n'achète ailleurs que ce que je ne peux absolument pas y trouver» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Je suis un accro de raviolis et je peux dire que ceux de chez Aldi sont infiniment supérieurs à Maggi, qui coûte le plus du double» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Avec le peu de temps à disposition, le midi on mange dehors, le soir on s'arrange avec des plats tout prêts, des surgelés, des légumes déjà préparés et le week-end on cuisine comme il se doit» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Au début, à peine marié, je faisais plus d'essais, je suis même allé dans les hard discounts, puis je suis devenu plus sélectif et je me suis tourné vers le grande distribution, je préfère les produits de marque associés à la qualité, quelques chaînes en particulier apportent beaucoup d'attention à l'égard du consommateur» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Je préfère les grands magasins où je peux trouver n'importe quoi – type supermarché, Billa surtout. Et qu'ils soient près de chez moi.» (Roumanie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Je suis très paresseux. Comme je suis célibataire, pour moi il est important que ce que je fais à manger soit rapide et facile. Les pâtes, ça me va» (Suède. Groupe social moyen-inférieur)*

*«En particulier pendant la semaine, où je travaille, il est important que ce que je prépare ne prenne pas trop de temps. Les enfants ont faim et je suis fatiguée. Donc, combinaison de rapide et de facile, ça satisfait toute la famille» (Suède, Groupe social moyen-supérieur)*

▷ **Une approche «diététique»**; l'aliment est ici considéré dans ses **effets sur la santé**. Il est intéressant de noter que cette préoccupation est présente dans pratiquement tous les pays et de plus en plus signalée comme souci plus ou moins «prioritaire», en général, et plus particulièrement lorsqu'on a des enfants. Dans cette approche, on fait notamment attention:

- **à la composition du produit, à ses différents ingrédients**, ainsi qu'à leurs proportions respectives.
- **aux taux de graisse, de sucre**, souvent consultés de manière générale et plus spécialement en cas de régime (produits «light»), de cholestérol ou de diabète, ou en cas d'allergies (éviter des produits allergisants).
- **à la présence de «produits chimiques», conservateurs** (les «fameux E»), **les traitements subis** (pesticides), **les OGM**.
- **à l'origine** (pays, région), avec une nette propension à choisir les produits nationaux ou locaux, avec le sentiment que ces produits sont moins «trafiés», plus «naturels», notamment dans certains pays de l'Est où une tradition agricole est encore vivace et proche (parents ou grands-parents vivant à la campagne, agriculteurs ou cultivant un petit jardin).
- **au caractère «biologique»**, majoritairement associé à un caractère plus «sain», mais souvent jugé d'un surcoût rédhibitoire. Aussi se limitera-t-on parfois aux œufs, au lait, d'autant que les fruits et légumes «bio», outre leur prix, sont souvent d'apparence peu engageante, pas appétissants.
- enfin, indépendamment du choix de chaque produit individuel, **à une variété des repas et de leur composition qui relève de la notion «d'équilibre»**.

*«J'essaie d'éviter d'acheter des jus et des glaces pour les enfants parce que j'ai entendu dire qu'ils contiennent ces composants "E" qui ne sont pas bons» (Grèce, Groupe social moyen-supérieur)*

*«C'est bon (la nourriture bio) mais c'est très cher, non? Ils font une telle marge au dessus du prix normal ... J'en prendrais si c'était moins cher» (Royaume Uni, Groupe social moyen-inférieur)*

*«A mon avis, il faut acheter, en général, des produits traités le moins possible. Aussi naturels que possible – «Bio» ou comme vous voulez les désigner» (Roumanie, Groupe social moyen-inférieur).*

*«Les produits bio sont très chers. Payer presque 2 euros pour un concombre bio, ça n'est pas rien.*

*- En plus, des fois, les légumes et les fruits bio ne sont pas appétissants» (Allemagne, Groupe social moyen-supérieur)*

- ▶ Pour conclure et résumer, s'agissant de ces **grands critères récurrents communs**, on peut noter:
  - Que les pays à forte tradition culturelle culinaire – la France, la Belgique, l'Italie, l'Espagne, la Grèce, l'Allemagne – et/ou encore proches d'une agriculture traditionnelle – pays d'Europe centrale et orientale – se situent d'emblée, plus que les autres, sur le versant «**hédoniste**», sensoriel, affectif; dans ces pays, les mots «goût», «saveur», «odeur» sont parmi les premiers prononcés.
  - Que, comme on l'a déjà souligné, l'approche «**diététique**» est transversale à l'ensemble des pays mais qu'elle est plus particulièrement mise en avant en Europe du Nord – au Royaume-Uni, en Suède, et en Irlande particulièrement chez les femmes. On la trouve également présente ailleurs, dans une optique de repas équilibrés – par exemple en Espagne où la sensibilité aux problèmes de poids paraît avoir été activée récemment.
  - Que le critère du **prix** est plus sensible, bien sûr, dans les groupes de niveau social moyen-inférieur ainsi que dans les pays de l'ex-bloc de l'Est (où l'on observe que les produits «bio», souvent assimilés aux productions «naturelles» nationales et locales, sont concurrencés par des produits importés aux prix très compétitifs).
  
- ▶ De manière plus éparse et marginale, soient qu'ils concernent peu de pays ou peu de personnes dans chaque pays, des **critères plus périphériques** peuvent intervenir dans le choix des aliments:
  - **la publicité** soit pour sa propre consommation, soit parce que les enfants de la famille font pression pour tel ou tel produit ou marque.
  - **les revues de consommateurs**, qui font des tests, donnent des conseils.
  - **la presse ou des émissions de télévision**, notamment celles de «chefs» célèbres (Jamie Oliver en Grande Bretagne par exemple), des articles ou émissions à caractère médical, avec médecins spécialistes, diététiciens, nutritionnistes.
  - **le commerce équitable** – souvent associé aux produits «bio» ou mentionnés par ceux qui achètent déjà des produits «bio» –, qui apparaît encore très «réserve» à certains produits (café, chocolat) et à une frange seulement de la population (en Belgique surtout).
  - **la valeur nutritionnelle**, chez les femmes principalement, soit pour elles-mêmes (régime), soit par souci diététique pour leurs enfants.

## I.2 DEGRÉ DE SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'INFORMATION SUR LES PRODUITS

- ▶ En règle générale, il n'y a **pas d'insatisfaction grave** à l'égard de l'information sur les produits alimentaires. Dans leur grande majorité, les interviewés estiment que les informations utiles sont disponibles: essentiellement les dates de péremption, les principaux ingrédients, les conservateurs, les taux de graisses, de sucre.

En outre, bon nombre de participants avouent qu'en dehors de la date-limite et du prix, ils lisent peu les étiquettes sur place, achetant le plus souvent par habitude et/ou faisant confiance au revendeur ou au magasin.

*«On n'a pas toujours le temps de lire, cela fonctionne par habitude, on achète des choses connues» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Je ne passe pas ma vie à regarder ces informations. Je sais ce que je veux» (Belgique. Groupe social moyen-inférieur)*

- ▶ Les **manques** les plus souvent cités sont:

- la **provenance précise**; en particulier, la mention «pays de l'UE» est jugée insuffisante, en référence notamment avec les récentes crises sanitaires (ESB ou autres «scandales» propres à certains pays, par exemple le «scandale du paprika», étiqueté «made in Hungary», mais en fait venu du Brésil et comportant un ingrédient toxique), ou encore aux ambiguïtés sur la réelle origine du produit.

*«Je voulais acheter des biscuits estoniens, et j'ai découvert que les biscuits n'étaient pas produits en Estonie, mais seulement l'emballage!» (Estonie. Groupe social moyen-inférieur)*

- la mention de certains produits **allergisants**.
- la **traduction insuffisante** ou la non-traduction en langue nationale des étiquettes de certains produits importés (surtout dans les pays nouvellement entrants).
- la faible **lisibilité** (caractères trop petits) ou l'utilisation de **codes** ou de **mots** incompréhensibles.
- le **processus de production**, l'utilisation ou non de **pesticides**.
- une information **trop «touffue», ou trop complexe**.

- ▶ **Une critique plus générale porte moins sur l'information elle-même que sur sa crédibilité** et son caractère potentiellement «trompeur», bien que «légal», sous-entendant que les grands groupes et leurs «avocats» sont capables de respecter la législation tout en la contournant. On observe donc souvent une **méfiance latente**, sinon explicite, à l'égard des producteurs et distributeurs. A noter que cette défiance paraît être actuellement plus marquée dans les anciens pays communistes, encore peu accoutumés à l'étiquetage pratiqué dans l'Union européenne.

*«Je ne ferais pas confiance aux producteurs parce que les informations sont rédigées par leurs juristes dans des termes qui leur permettent de s'en tirer. Récemment il y a eu toute cette affaire Sunny Delight – «c'est bon pour vos enfants» alors qu'en fait ce n'est rien d'autre que du sucre» (Royaume Uni. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Dans mon enfance, il n'y avait pas de "E" et toutes ces sortes d'inscriptions sur les emballages!» «Les informations à la portée des gens simples manquent, il faudrait quelqu'un pour les expliquer. Les dirigeants et les commerçants devraient fournir ces informations. Elles devraient être affichées... et expliquées. Elles devraient être médiatisées.» (Roumanie. Groupe social moyen inférieur).*

- Globalement, **des insatisfactions paraissent se faire jour plus fréquemment dans certains pays**: la Hongrie (nombreuses questions notamment sur la véracité de l'information, et grande sensibilité à l'origine); l'Espagne et la Grèce au moins dans une partie de la population (crédibilité de l'information ou des contrôles); ainsi que la Roumanie (véracité et clarté de l'information); le Royaume Uni (ingrédients, composition).

*«Ils ne vous disent que ce qui les intéressent. Si nous savions comment tout ça est fait, nous n'achèterions jamais rien» (Espagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Il y a de gros intérêts en jeu dans ces industries. Elles ont leur manière de tourner la loi si elles le veulent» (Grèce. Groupe social moyen-supérieur)*

- Pour l'avenir, il semble qu'on attende surtout **la généralisation de quelques grandes améliorations**:
- clarification, simplification de l'étiquetage (lisibilité, compréhension).
  - mention précise de l'origine.
  - mention des traitements subis (en particulier pour les fruits et légumes).
  - présence ou non d'OGM.

---

## *Chapitre II*

---

# *Les habitudes alimentaires et leur évolution*

---



## II.1 FACTEURS INFLUANT SUR LES HABITUDES ALIMENTAIRES

- Les habitudes alimentaires actuelles résultent d'une combinaison d'influences dont on retrouve, dans tous les pays, de **grandes constantes**:
- le **passé**, à la fois l'histoire «personnelle», familiale, le milieu social d'origine, mais aussi l'histoire «collective», les traditions culinaires du pays ou de la région.
  - le **cycle de vie**, les **changements**, dans la **sphère privée** – prise d'autonomie, abandon du domicile des parents, déménagement, nouvel environnement... – ou dans l'ordre sociétal – évolutions et mutations de la société.
  - le **statut familial**, la vie en couple ou célibataire, la présence ou non d'enfants, l'âge des enfants.
  - l'**âge, l'état de santé**.
  - les **médias**, les tendances du moment – en particulier, le poids grandissant du mouvement «diététique», du «manger sain», du «manger varié».

De ces grandes constantes, chacun réalise un **équilibre spécifique**, entre tradition et modernité, entre goûts et choix personnels et tendances socio-culturelles de fond.

- ▷ **Le passé.** Il est clair, dans tous les pays et quel que soit le niveau social, que l'**histoire personnelle** et spécialement l'**enfance** ont fortement imprimé leur marque dans les habitudes alimentaires des individus, soit qu'on reconduise ce qui a été transmis – au moins en partie –, soit, au contraire, qu'on en prenne le contre-pied.

Tous font référence aux repas familiaux, aux «cultures» culinaires parentales, à la cuisine de la **mère** plus particulièrement – les grands-parents étant également fréquemment évoqués.

*«Quand j'y pense, je ne mange pas de poisson. C'est parce que ma mère n'en faisait jamais. Le poisson, il faut avoir grandi avec» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«J'ai grandi à la campagne et les traditions remontent à ma grand-mère. Depuis cette époque je mange des produits laitiers, des yaourts, de la viande en gelée, des pommes de terre, de la soupe aux pois, et tous ces plats de la campagne. La malbouffe ce n'est pas pour moi. Je mange du pain noir et je bois de la bière» (Estonie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«J'ai grandi avec le lait et le fromage de la campagne, mais seulement de vache. J'ai grandi à la campagne, ayant un culte pour les produits laitiers. Je n'ai pas fait de changements au moment où j'ai déménagé en ville. J'ai été conséquent. J'ai gardé aussi le potage...». (Roumanie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Ma mère faisait toujours cuire un rôti le dimanche alors j'en fais toujours un pour mes enfants» (Irlande. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Notre mère faisait attention à avoir une nourriture saine, pas de cuisine grasse, tout cuit à l'eau – mais ça n'avait pas de goût» (République Tchèque. Groupe social moyen-inférieur)*

Le maintien ou la reproduction des styles de repas et des menus hérités de la tradition familiale paraît particulièrement marqué dans les propos des interviewés italiens, espagnols, allemands, suédois, hongrois, roumains, irlandais (chez les plus âgés), polonais et estoniens (pour ces derniers, notamment dans les groupes sociaux moyens-inférieurs). Des références assez nombreuses y sont faites aussi dans d'autres pays (dont la France, la Belgique et la Bulgarie), mais plus fréquemment avec l'idée que l'évolution des choses a fait qu'on a pris des distances avec ces pratiques passées, assortie d'une certaine nostalgie.

- ▷ **Les traditions nationales et/ou régionales** sont bien sûr étroitement associées aux parcours personnels: soit qu'on exprime une forme de fierté nationale, qu'on valorise un patrimoine culinaire, des saveurs, des odeurs, des plats, des modes de cuisson..., propres au pays ou spécifiques à une région, une localité, soit, à l'inverse, soit qu'on les abandonne ou les renie.

Leur influence se manifeste tout particulièrement dans les pays méditerranéens, en France, en Hongrie, en Roumanie, en Estonie dans le groupe moyen-inférieur (plats traditionnels simples mais appréciés) et en République Tchèque (avec là une nostalgie de plats traditionnels «qui disparaissent»).

*«A la maison nous essayons de manger des plats fraîchement préparés, avec des produits bulgares, nous sommes pour le retour de la bonne cuisine bulgare traditionnelle». (Bulgarie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Le ragoût que fait ma grand-mère de Cordoue n'est pas le même que celui de ma mère ici ... les pois chiches ... tout a un goût différent, beaucoup plus ... authentique ...» (Espagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Je suis des montagnes de Krknose et là-bas il faut que les aliments nagent dans la graisse. Je ne peux plus manger de ça aujourd'hui. Quand je mange un steak, c'est sans sauce, et les pommes de terre aussi» (République Tchèque. Groupe social moyen-inférieur)*

- ▷ **Le cycle de vie personnel.** A partir de ce passé fondateur, la grande majorité des participants développent leur propre régime alimentaire, dans la **continuité** ou, le plus souvent, en **aménageant cet héritage** en fonction de leur mode de vie, leurs préférences, leurs propres expériences:

- **la prise d'autonomie**, le départ du foyer parental; pour certains, cela a été l'occasion d'un changement de milieu (venue en ville) ou de pouvoir économique (étudiant «fauché»); pour d'autres cela a représenté une forme de libération des habitudes familiales et une période transitoire de régime alimentaire instable, voire anarchique – «C'est l'ère des nouilles ou des pizzas..», «on se nourrit n'importe comment...».

*«Je pense que c'est de la faute de ma mère si j'ai maintenant trop de poids! Nous n'avions pas le droit de toucher à une barre de chocolat quand nous étions enfants, et dès que je sortais de la maison, j'en mangeais matin, midi et soir!» (Irlande. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Maintenant on peut se permettre de manger de la viande et des légumes frais. Ca n'a pas toujours été le cas» «Je viens juste de quitter la maison de mes parents. J'ai tendance à manger plein de macaronis, de spaghettis et de sauce à la tomate ... c'est rapide et pas cher» (Suède. Groupe social moyen-inférieur)*

«Avant quand j'étudiais, j'étais brouillon et dérégulé, puis je me suis habitué à respecter des horaires bien définis et l'entrée dans le monde du travail m'a aidé à maintenir un régime plus régulier.» (Italie. Groupe social moyen-inférieur)

- **les rencontres, les voyages;** dans tous les pays à des degrés variables, on observe un brassage des références, une multiplication des expériences.

«Mon répertoire alimentaire doit beaucoup à ma mère. Elle restait à la maison, elle a toujours fait la cuisine, elle a toujours fait ce qu'on aimait. Ensuite, j'ai vécu à l'étranger, donc forcément, on apprend à apprécier d'autres cuisines. En ce moment, je vis avec ma copine. Forcément, elle a d'autres habitudes. Ça me permet de goûter à autre chose» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)

«Pendant nos voyages en Thaïlande et ailleurs en Asie, nous avons appris à aimer cette cuisine. Il y a des magasins où on peut se procurer les ingrédients et même dans les magasins d'alimentation suédois normaux on peut trouver des épices dont on n'entendait jamais parler il y a quelques années» (Suède. Groupe social moyen-supérieur)

La rencontre de gastronomies d'autres régions du monde (asiatique, moyen-orientale, latino-américaine ...), soit par les voyages qu'on y a faits, soit par l'ouverture de restaurants de ces pays dans sa propre ville, soit encore par la disponibilité relativement récente de plats tout préparés dans les magasins, est particulièrement citée dans des pays du Nord de l'Europe: Royaume Uni, Suède, Irlande. De jeunes Espagnols en font également état.

- ▷ **Le statut familial.** C'est bien sûr l'un des facteurs de changement des habitudes alimentaires le plus couramment cité et l'un des plus déterminants:

- **le célibat** est, en général, associé à une alimentation assez simplifiée, qui nécessite peu ou pas de cuisine (plats tout prêts), ou à des sorties entre amis, aux repas dans des restaurants.
- **le mariage ou la vie commune en couple** est, en général, un moment de stabilisation, de régulation et d'installation d'habitudes alimentaires durables.

«J'ai vécu longtemps avec une fille qui était végétarienne et très portée sur la diététique. Ça m'a fait réfléchir et j'ai repris à mon compte certains de ses principes. Je continue à les appliquer, bien que je sois à nouveau en solo» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)

«Je vivais de fruits et de légumes mais depuis que je vis avec une personne qui n'en mange absolument pas, j'ai dû modifier mes habitudes» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)

- **la présence des enfants**, enfin, est couramment l'occasion d'une remise en question des habitudes; on cherche à la fois à exciter leur appétit, en se pliant en partie à leurs préférences, et à imposer des règles respectant l'**équilibre** des apports nutritifs – une nourriture **variée**, comportant, notamment, fruits et légumes frais, laitages..., des vitamines – et une **régularité** dans la prise des repas – trois par jour, à heures plus ou moins fixes. A cet égard, beaucoup soulignent qu'ils doivent freiner la tendance de leur progéniture à fréquenter les «fast food», à s'adonner à la «mal bouffe», à la «junk» ou «trash food».

«Dehors, les enfants vont au MacDonald's ou au KFC, ou dans d'autres fast-foods, comme s'ils étaient programmés à consommer uniquement ce genre de

*nourritures. Nous devons fournir des efforts pour modifier ces habitudes alimentaires. Voici pourquoi à la maison nous essayons de manger des plats fraîchement préparés, avec des produits bulgares, nous sommes pour le retour de la bonne cuisine bulgare traditionnelle» (Bulgarie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Traditionnellement, du porridge et des sandwiches pour le petit déjeuner. Le déjeuner entre trois et quatre heures de l'après-midi: des soupes et des plats de poulet, des fruits le soir. C'est très influencé par le fait que j'ai un enfant» (Estonie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Pour les enfants on prend plus de produits bio pour leur santé» (France. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Mon enfant adore les soupes aux pâtes à moitié prêtes à l'emploi, et ça me pose vraiment un problème. Je peux manger ça quand je fais un déplacement en bus mais dans la vie de tous les jours non. Elles n'ont pas bon goût et contiennent des ingrédients qui ne sont pas sains» (Estonie. Groupe social moyen-supérieur)*

#### ▷ Les évolutions ou mutations de la société.

Dans tous les cas, elles constituent la toile de fond sur laquelle se déclinent les habitudes alimentaires, influençant à des degrés divers les pratiques de chacun, soit qu'on les épouse, soit qu'on s'en démarque.

- **l'évolution politique et économique** qui a, dans certains pays, instauré un véritable bouleversement – disparition d'une «économie de pénurie», d'une «économie de conserves» (Bulgarie, Pologne...), d'une «cuisine des restes» (en Irlande), adhésion à l'Union européenne, irruption de nouveaux produits et d'une offre plus variée de produits classiques (notamment dans d'anciens pays communistes depuis l'instauration de l'économie de marché), de nouvelles «cuisines», des fast-food... , toutes évolutions qui suscitent parfois des attitudes ambivalentes: crainte sourde d'une perte d'identité culinaire et, à l'inverse ou en même temps, satisfaction devant l'abondance et la variété de l'offre, la découverte de cuisines inconnues, de nouveaux produits.

*«Les choses ont changé. Il y a des innovations. J'ai l'impression qu'il y a beaucoup plus de plats qu'avant. Il y a des nouveautés. Avant je mangeais seulement des côtes de porc, de la viande hachée et du chou, et c'était tout. Maintenant il y a plein de possibilités» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

- **la «globalisation»** perçue, de manière plus générale, comme potentiellement uniformisante, entraînant, à terme, la disparition des particularités nationales, régionales, locales, risquant, pour certains, d'instaurer une «Mac Donaldisation» généralisée, avec **perte** de certaines spécialités et traditions chez les jeunes générations.

*«Avant, la cuisine, des odeurs se dégageaient, cela donnait plus envie, et qui connaît les saisons des fruits et des légumes, on a perdu la saveur des choses» (France. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Des choses disparaissent, les tripiers» (France. Groupe social moyen-inférieur)*

*«On a perdu le vrai goût des légumes comme les tomates... même si on arrive à en faire pousser dans son jardin, ce n'est plus la même chose» (Grèce. Groupe social moyen-inférieur)*

- **le mode de vie «moderne».**

- **le manque de temps**, un environnement urbain «stressant», une vie professionnelle prenante, un encouragement à adopter des comportements nouveaux; on «saute» des repas (le petit déjeuner, le déjeuner), on «mange sur le pouce», on choisit des produits qui «facilitent» la vie.
- **le travail des femmes**, la «double journée», qui encourage également des pratiques culinaires simplifiées, plus rapides.

*«Nous allons devenir, nous aussi, peu à peu, un peu plus... occidentaux .. qu'on le veuille ou pas... c'est le devenir... Sous l'influence de la mode occidentale, la femme roumaine restera de moins en moins dans la cuisine...» (Roumanie. Groupe social moyen-inférieur).*

- **l'abondance de l'offre de l'industrie alimentaire**, les produits tout prêts ou semi-préparés, les portions adaptées à toutes les tailles de foyer, les nouveaux modes de cuisson (micro-ondes) et de conservation (surgélation, congélation), les services de livraison de repas à domicile.

*«Les entreprises alimentaires ont déjà compris à quel point on peut se laisser aller à la solution de facilité de la malbouffe et ils en profitent pour faire leurs bénéfices» (Grèce. Groupe social moyen-inférieur)*

*«On va plus vers la portion individuelle, mais je préfère l'idée de convivial, de familial» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Je me souviens de la maison de ma grand-mère, des odeurs quand nous préparions ensemble avec maman les confitures avec les fruits à peine cueillis, quand nous préparions les aubergines, les poivrons bouillis dans le vinaigre et mis ensuite dans l'huile. Maintenant mes parents mettent tout dans le freezer...» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«De nos jours, on a un réfrigérateur vide et un congélateur plein» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)*

- **le développement des loisirs**, le sport, les sorties culturelles, qui, pour certain(e)s, ont modifié les rythmes de vie, qui empiètent d'autant sur le temps qu'on peut ou qu'on veut consacrer à la préparation des repas.

- **la pression de la «norme diététique».** Cet aspect est récurrent, dans tous les pays. Cette tendance à se nourrir «plus sainement» se focalise sur quatre grands principes:

- introduire plus de **variété** dans son alimentation, en particulier multiplier les fruits et les légumes.
- **réduire les graisses et les sucres** (le sel parfois également ou les épices, les piments).
- **consommer moins de viande** (moins de viande rouge surtout), et plus de volaille, de poisson.
- **rester mince**, manger moins, moins de plats «en sauce», moins de charcuterie, supprimer l'alcool...

Ce souci diététique peut, bien sûr, avoir été déclenché par des problèmes personnels, de santé ou de vieillissement, mais, de fait, il apparaît très répandu, transversal, concernant à la fois jeunes et plus vieux, hommes et femmes (même si les femmes font, plus fréquemment que les hommes, un régime), tous les groupes sociaux. On remarque, notamment, que l'obésité est souvent perçue comme un risque contre lequel on doit se prémunir. Dans certains cas, le film «Super size me» a renforcé ce sentiment.

Sur ce thème du «manger plus sain», les exemples sont légion.

*«Maintenant on fait plus attention aux matières grasses: les frites ont presque disparu et le beurre a été remplacé par l'huile d'olive extra vierge» «Depuis tout petit j'adorais les fritures, on en faisait à la maison, elles ont à présent totalement disparu de mon alimentation» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«D'abord, j'ai eu un problème de cholestérol. J'ai fait un régime qui m'a fait maigrir, et puis notre fille ne mange pas de viande. Du coup, on s'est mis à privilégier les légumes ou la viande blanche» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Je suis souvent malade alors je fais attention» (République Tchèque. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Je pense que je le vis comme une nécessité. J'ai envie de vivre vieux» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Je mange pas mal de ragoûts et de viandes en sauce, mais maintenant je mange des lentilles «à basses calories», sans saucisses ni lard, et avec davantage de légumes» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Ça commence à la quarantaine, à la visite de la médecine du travail, quand on voit son cholestérol qui grimpe» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Je ne mange plus de fritures – des saucisses, des frites –. C'est venu avec l'âge; depuis que j'ai vieilli, je sens que mon organisme ne résiste plus à n'importe quoi.» (Roumanie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«J'ai tout changé et je suis revenu à une cuisine plus saine, avec plus de légumes, moins de féculents, et quand je reçois je reprends mes habitudes et j'aime préparer le couscous» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

*«On parle pas mal d'alicament, ils communiquent plus sur la santé, il y a la psychose du cancer, du diabète» (France. Groupe social moyen-inférieur)*

- ▷ **L'influence des médias.** Ils sont clairement partie prenante des évolutions de société, qu'ils ont contribué à répandre, promouvoir ou qu'ils ont commentées. Ainsi la «mode du light» et de la minceur, le développement des «produits bios», réputés plus sains, «non traités», préservant mieux les vitamines..., doivent-ils beaucoup aux relais médiatiques.

## II.2 PROPENSION À FAIRE ÉVOLUER SES HABITUDES ALIMENTAIRES

---

- Pour l'essentiel et dans un avenir proche, **les interviewés ne manifestent pas des intentions fortes et déterminées à changer radicalement leur régime alimentaire.** En tout état de cause, les éventuels facteurs qui pourraient les amener à modifier leurs habitudes sont semblables à ceux que nous venons d'examiner, à savoir et principalement:

- un changement de leur situation personnelle, une rencontre, le mariage ou la vie commune avec un partenaire.
- l'arrivée d'enfants.
- le désir de maigrir.
- la maladie (cholestérol, diabète..).

*«Aujourd'hui, je ne sais pas ce qui pourrait changer mes habitudes... Peut-être quand j'aurai un enfant et je mangerai moi aussi ce qu'il devra manger, ce dont il aura besoin...» (Roumanie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Franchement, je ne me vois pas changer mes habitudes. Je suppose qu'à l'avenir certaines choses vont devenir rares ou impossible à trouver. Si à un moment il y a un risque pour la viande de bœuf par exemple, il se peut qu'on ne mange plus de boeuf et qu'on change sur ce plan. Mais sinon, je ne me vois pas changer grand-chose» (Royaume Uni. Groupe social moyen-inférieur)*

- Au-delà de ces contingences d'ordre privé, une grande majorité observe que **les grands changements globaux sont collectifs et se sont déjà opérés**, ils sont, en outre, souvent perçus comme irréversibles:

- modes de vie et évolutions socioculturelles qui encouragent l'abandon des pratiques culinaires et des plats traditionnels, qui ont entraîné des modifications du rythme régulier et de la durée des repas.
- perte du goût des choses, des «vraies» saveurs (agriculture et élevage intensifs), produits proposés «hors saison».
- offre toujours plus variée de l'industrie agro-alimentaire (plats tout prêts, surgelés), dont d'ailleurs on peut penser que la qualité s'améliore.

*«La vie est différente d'il y a 20 ans, aujourd'hui on accepte de passer 2 heures de transport dans chaque sens pour avoir quelque chose en plus, on mange des pizzas le soir, on n'a plus le temps» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Il me semble que d'ici 10 ou 12 ans on n'achètera plus de viande à hacher, mais qu'il y aura seulement des plats tout préparés. Je n'utiliserai que ce qui me sera servi. Ou bien je n'aurai pas le temps de faire la cuisine ou bien je n'aurai pas envie. La cuisine deviendra simplement une pièce d'habitation (pas un endroit où on mange ou où on prépare à manger). Ca ne sera qu'un pièce de plus dans l'appartement» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*



«Je ne peux pas exprimer avec des mots la différence entre ce qu'on fait pousser dans son propre jardin et ce qu'on achète au supermarché» (Hongrie. Groupe social moyen-supérieur)

«On a beaucoup plus de diversité, de choix, on nous facilite l'existence»

«Oui, il y a plus de produits, cela n'arrête pas, c'est tentant, il y a plus de sollicitations» (France. Groupe social moyen-inférieur)

► **Pour l'avenir**, la plupart des participants projettent de se nourrir mieux, plus sainement ou à poursuivre leurs efforts en ce sens. Pour le reste, ils formulent des souhaits qui, souvent, ont des allures de vœux pieux et qui visent tous un **mieux-être** – en termes de plaisir ou de meilleure forme physique:

- retrouver les saveurs de l'enfance, en privilégiant, par exemple, les produits «bio» (notamment si on améliore sa situation financière), les achats «à la ferme» (surtout dans les pays d'Europe centrale dans lesquels on a souvent gardé des liens avec des parents «à la campagne»).
- intention d'instaurer un meilleur équilibre dans son rythme alimentaire: s'appliquer à prendre des repas «chauds», à heures régulières, ne pas «sauter» le petit déjeuner, de le prendre plus souvent «en famille».
- «prendre le temps» de faire la cuisine, voire même suivre des cours de cuisine.
- revenir à des plats traditionnels.

► De façon assez marginale, on note également:

- dans quelques cas, une attention plus grande portée **à l'origine** des produits, suite aux crises sanitaires des années récentes.
- chez quelques rares personnes un souci particulier de **protection de l'environnement** ou des **méthodes de production**.

«J'ai arrêté d'acheter des produits et des marques qui sont sur la liste de Greenpeace» (Grèce. Groupe social moyen-supérieur)

► Pour conclure, on soulignera que la propension à faire évoluer ses habitudes alimentaires s'inscrit **toujours en référence aux évolutions de fond perçues**:

- en maintenant, ou en revenant à, «ses» traditions – nationales ou familiales – en réaction à l'uniformisation ou l'occidentalisation des comportements alimentaires – pays à forte tradition gastronomique, ou sociétés récemment «ouvertes» (pays d'Europe centrale).
- en «suivant» le mouvement de «modernisation», d'ouverture, non sans plaisir (découverte de nouveaux produits, de nouvelles cuisines, saveurs..) ou avec un certain fatalisme («C'est la vie moderne...»).
- en épousant la tendance «dominante» de souci «diététique».



---

*Chapitre III*

---

***Perceptions de la notion  
de développement durable***

---

### III.1 COMPRÉHENSION DU CONCEPT

► **Le concept de développement durable n'est généralement pas une notion familière.**

Dans certains pays la plupart (voire la totalité) des interviewés paraît ne pas connaître du tout ce concept, ou n'avoir (pour certains d'entre eux) qu'entendu prononcer ces termes sans avoir d'idée claire de ce qu'ils recouvrent: en Allemagne, en Grèce, en Hongrie, en Bulgarie par exemple.

Dans d'autres, ces vocables semblent un peu plus connus, sans pour autant que les personnes interrogées leur donnent spontanément une signification précise: en Italie, en Espagne, au Royaume Uni, en Irlande.

Dans d'autres encore, le même constat s'applique à beaucoup des participants des groupes sociaux moyens-inférieurs, mais on observe une meilleure présence à l'esprit chez ceux des groupes moyens-supérieurs: en France, en Belgique, en Pologne, en Estonie et en Roumanie.

Il est deux des pays étudiés, enfin, dans lesquels les mots de développement durable évoquent spontanément des notions plus précises: la Suède et la République Tchèque.

► Au-delà de cette faible et très disparate connaissance de la formule elle-même, la plupart des participants lui donnent intuitivement **un contenu assez riche et pertinent.**

▷ **Un développement à caractère «écologique»;** il s'agit de la compréhension la plus immédiate, quasi unanime (non évoquée toutefois en Bulgarie) de la notion. Ce caractère contient, lui-même, un éventail de règles et pratiques, c'est un développement:

- qui tient compte des lois de la nature, qui produit le «plus naturellement» possible,
- qui réduit ou supprime le recours aux produits polluants, substances chimiques, pesticides, engrais..,
- qui s'attache à produire en respectant l'environnement, en n'épuisant pas les sols (on évoque parfois le retour à la pratique de la jachère), en préservant leur fertilité,
- qui économise l'énergie (réduction du transport), l'eau,
- qui prône le recyclage, le tri des ordures, la re-forestation..,
- qui protège la bio-diversité,
- qui se soucie des générations futures.

*«Préserver les sols, la nature, il y a un concept écolo derrière, moins de pesticides, préserver la terre pour avoir une meilleure alimentation» (France. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Avoir tout ce dont on a besoin sans causer de tort à l'environnement» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Un développement très lié et inspiré par la nature, bon pour l'environnement» (Grèce. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Vous savez les paysans d'autrefois semaient du trèfle pendant une année pour remettre de l'azote dans le champ ... Je suppose que ça fait partie du développement durable» (Irlande. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Pour moi, durable, c'est lié à l'environnement. Par exemple, faire la vaisselle tout de suite après le repas pour ne pas avoir à utiliser des substances qui causent des allergies. Et pour protéger notre terre» (Estonie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Pour la nature, ça veut dire limiter la consommation, penser aux générations futures» (Estonie. Groupe social moyen-inférieur)*

Dans la foulée de cette première et forte association à l'écologie au sens large, **les produits «biologiques»**, naturels, sont cités dans nombre de cas et souvent plutôt assimilés à la production nationale ou même **locale**. Ils sont alors également crédités d'une qualité «meilleure» pour la santé (la sienne propre notamment). On retrouve ici, plus ou moins explicitement, le souci «sanitaire» déjà signalé aux chapitres précédents.

*«Je suppose qu'on veut dire manger une nourriture saine?» (Belgique. Groupe social moyen-inférieur)*

▷ **Un développement qui redéfinit les relations entre pays riches et pays pauvres**, un concept qui renvoie au «**commerce équitable**» ou plus généralement à l'aide au décollage du Tiers Monde.

- achat à un prix «juste» – c'est à dire qui permette au producteur de vivre «décemment» – de la production des pays en voie de développement.
- aide sur place, soutien des «petits» producteurs locaux, protection de leurs propres semences (rejet des OGM), maintien des productions et élevages traditionnels.
- raccourcissement des circuits, réduction des intermédiaires.
- création, plus généralement, de conditions nécessaires pour le développement du Tiers Monde: suppression de la dette, lutte contre la corruption dans ces pays, mesures pour l'éradication de la faim dans le monde ...

*«Ça a à voir avec l'idée de protéger les agriculteurs partout dans le monde, les producteurs locaux, les protéger par le commerce équitable pour qu'ils puissent continuer à vivre et à produire sans vendre aux grands groupes. Pour moi, c'est donner les moyens d'autonomie à la production locale, au plan mondial» (Royaume Uni. Groupe social moyen-supérieur)*

*«On achète plus cher dans certains pays pour qu'ils aient une vie décente» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

Il est intéressant de noter que cette idée d'une «**autre**» **solidarité** entre les «puissances occidentales» et le «Tiers Monde», s'exprime dans les pays d'Europe les plus développés de notre échantillon – Allemagne, France, Royaume Uni, Belgique, Italie, Suède, Espagne, Irlande. Les Tchèques en ont également fait mention. Dans les autres pays d'Europe centrale et orientale – Pologne, Roumanie, Hongrie, Bulgarie, on peut observer, à propos du «développement durable», le sentiment que son propre pays est lui-même dans une situation de déséquilibre face aux pays «occidentaux». Dans ce contexte, quelques uns estiment que la production nationale et locale devrait être

l'objet d'une forme de «protectionnisme», que les multinationales «détruisent» l'économie domestique, que les investisseurs étrangers «rapatrient» leurs profits, que les changements ont été, pour certains – les «perdants de la transformation» –, beaucoup trop radicaux et trop rapides, à marche forcée. En d'autres termes, leur pays devrait bénéficier d'un soutien durable à son développement économique par les politiques communautaires de solidarité.

*«Il y des choses qui évoluent, mais lentement. Ça avance graduellement, mais il n'y a pas de saut. Il n'y a pas de grandes différences d'un seul coup» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«La politique sociale devrait mieux marcher en Hongrie. On ne devrait pas avoir une situation dans laquelle des gens perdent leur emploi dans l'agriculture parce qu'on importe des produits étrangers» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«On accorde des réductions d'impôts à des sociétés qui viennent mettre leurs bureaux, et puis elles quittent le pays d'un seul coup une fois qu'elles ont fait assez de profits» (Hongrie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«C'est toujours à l'étranger que s'en va l'argent qui vient des investisseurs étrangers. Il ne reste pas chez nous et notre pays sera tout le temps en recul. On se réjouit de faire ses achats chez Metro, mais l'argent disparaît. C'est un développement durable pour eux, pas pour nous. Pour que nous fassions quelque chose pour nous-mêmes, nous devons créer nos propres affaires où nous investirons, et l'argent reste chez nous.» (Roumanie. Groupe social moyen-inférieur)*

- ▷ **Un développement à caractère «social»,** y compris sous l'angle de la préservation des **emplois**. En ce sens, le développement durable peut être compris comme une forme «d'anti-mondialisation», à l'inverse du mouvement actuel de délocalisations et de chômage. C'est toutefois une dimension beaucoup moins spontanément évoquée dans l'ensemble.

*«Ça devrait être la philosophie de l'économie. La voie moyenne royale pour l'économie d'un pays. Produire beaucoup et préserver les emplois des gens» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Un développement pérenne des choses, on s'engage à ne pas délocaliser» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

- ▷ **L'idée, plus largement d'un développement conçu et planifié pour être pertinent, harmonieux, équilibré et régulier.**

Il peut inclure des dimensions politiques, démographiques, économiques, sociales, scientifiques, éducatives et culturelles aussi bien qu'environnementales, la notion de planification urbaine autant que rurale, etc.

Cette perception large et conceptuelle imprègne notamment les esprits de bon nombre de citoyens des pays d'Europe centrale et orientale étudiés – le plus nettement en République Tchèque, en Roumanie et Bulgarie – ainsi qu'en Irlande dans une moindre mesure.

Pour une partie d'entre eux, les interviewés concernés l'appliquent à un développement à l'échelle mondiale, d'autres pensant au moins autant au développement futur de leur propre pays.

## III.2 IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE D'UN DÉVELOPPEMENT DURABLE

► Les conditions jugées nécessaires à la recherche d'un développement durable concernent:

- les autorités publiques et politiques, Etats et gouvernements, instances internationales, nationales, locales.
- les acteurs socio-économiques, petites, moyennes et grandes entreprises, distributeurs ou producteurs.
- les agents d'évolution socioculturelle, associations, médias, enseignement.
- les citoyens dans leur ensemble, à la fois consommateurs et citoyens.

▷ **Les autorités publiques** sont pratiquement toujours citées, et souvent au premier rang. Il leur reviendrait à la fois d'impulser le mouvement, d'en définir les règles, d'en contrôler la bonne application. On cite notamment:

- bien sûr, les Etats et notamment les plus puissants – Etats-Unis, Union européenne –, susceptibles de mettre en œuvre des programmes de soutien aux pays défavorisés, de vérifier la destination des aides, de combattre les régimes corrompus, de collaborer avec les Etats «non dictatoriaux».
- les responsables politiques, capables de réguler le système, notamment les «écologistes» susceptibles de promouvoir les productions à faible impact écologique, de stimuler la réduction de l'exploitation des ressources.
- certaines instances supra-nationales du type Banque Mondiale, G8 ...

*«Il faudrait que le gouvernement fasse quelque chose. Les supermarchés ont un monopole et le gouvernement y est largement pour quelque chose. A moins qu'ils ne changent pour donner aux communautés locales et aux petits commerçants les moyens dont ils ont besoin ... les grands groupes ne rachètent pas les petits commerces» (Royaume Uni. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Cela signifie réduire les prix, diminuer les nombreux intermédiaires, mieux faire connaître les problèmes du pays d'origine, ainsi les gens seront disposés à payer ces produits un peu plus chers» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)*

▷ **Les acteurs socio-économiques.** Il faut distinguer:

- **les grandes entreprises, les gros producteurs, la grande distribution**, parties prenantes du système mais généralement pas perçus comme adeptes du développement durable. Ils apparaissent le plus souvent comme directement responsables de l'appauvrissement des économies locales (agricoles notamment) et de la disparition des petites entreprises, petits producteurs et détaillants. C'est contre leur lobbying que doivent lutter les tenants du développement durable.
- **les «petits» et «moyens» producteurs, les «paysans»**, en particulier ceux des pays «pauvres»: ils font figures de victimes des multinationales, et devraient être soutenus par le développement durable, pour améliorer leur niveau de revenu et leurs conditions de vie.

- ▷ **Les agents d'évolution socioculturelle:** tout ce qui est susceptible de faire pression, d'informer, de convaincre, d'apprendre:
- les associations «écologiques» et «de consommateurs», militantes, travaillant dans la proximité, le concret.
  - tous les médias, importants facteurs de diffusion, d'explication, de débat.
  - l'école, les enseignants, les éducateurs des jeunes générations.

- ▷ **Les individus eux-mêmes, consommateurs et citoyens.** En tant qu'acteurs potentiels du développement durable, les participants adoptent des positions diverses. Tous ou presque conviennent qu'ils «peuvent» faire quelque chose, mais tous ne sont pas disposés à modifier «réellement» leurs habitudes ou comportements, beaucoup déclarent n'être pas prêts à (ou n'avoir pas les moyens de) «payer plus» ou s'interrogent sur leur pouvoir effectif de changer les choses, si «tout le monde» ne change pas.

A cela, quelques uns opposent, au contraire, la conviction qu'ils sont – ou pourraient être – de très actifs moteurs de l'évolution, à condition de «faire masse», de recourir éventuellement au «boycott», de «prendre ses responsabilités» tant comme consommateur que comme électeur.

*«Si on me facilite les choses pour que je puisse apporter ma contribution bien sûr, mais ce n'est pas quelque chose à quoi j'ai envie de penser tous les jours. Les prix des produits écologiques devraient être plus bas, ou égaux à ceux des autres produits» (Estonie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Aider le développement des pays pauvres, le soi-disant Tiers monde, à travers le commerce et le tourisme responsables, on peut être touristes dans l'hémisphère Sud sans aller dans les hôtels Quatre étoiles, en se contentant d'être logés dans des familles... des programmes finalisés avec le support de banques éthiques, des micro crédits pour amorcer une petite activité... Cela ne sert à rien d'envoyer des aides aux gouvernements corrompus qui remplissent leurs caisses en laissant le peuple affamé» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)*

- ▷ Pour résumer, **le concept de «développement durable» – tous pays et types de groupes confondus – renvoie à des notions ou mots-clés valorisés qui suscitent, dans l'ensemble, des attitudes positives.** Il s'agit en effet:

- d'une vision à long terme.
- d'une démarche «raisonnable», «responsable», dans la mesure – sans anarchie ni excès – et le contrôle.
- du respect des générations à venir.
- de «justice», de ré-équilibre des richesses et des ressources entre pays développés et pays pauvres.
- de respect de l'humain.

toutes dimensions qui correspondent, plus ou moins explicitement, de façon plus ou moins impliquée, à des aspirations largement partagées.

► **En revanche et parallèlement se font jour des attitudes critiques ou sceptiques:**

- risque de dérive vers une société et une consommation «à deux vitesses», les produits du développement durable, notamment alimentaires, étant perçus ou supposés «plus chers», non accessibles à tous.
- «utopie» irréalisable, face au pouvoir des multinationales surtout avides de profit, ou aux manquements de certains Etats, dans une civilisation «moderne» acquise au «matérialisme».

*«Nous citoyens ... que pouvons-nous faire? Nous ne savons rien, nous sommes seulement exposés aux publicités des grandes multinationales...» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«C'est voué à l'échec, chacun veut son confort, veut du courant à la prise, tout le monde se moque de savoir d'où il vient. Finalement, les consommateurs des pays riches se moquent de tout ça» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«On va à fond vers une alimentation pour riches et une alimentation pour pauvres» (France. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Le développement durable ne fonctionne nulle part, le monde est trop matérialiste...» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Tout ça est très beau, mais les Etats Unis n'ont toujours pas ratifié le Protocole de Kyoto!» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

► **En l'état, les participants sont généralement très partagés, entre pessimisme et espoir, entre sentiment personnel d'impuissance et conviction d'un pouvoir collectif potentiel décisif.** Pour la plupart, il leur manque:

- clarification, information et sensibilisation aux objectifs.
- facilitation des démarches individuelles.
- assurance sur les effets bénéfiques pour eux-mêmes et pour les destinataires.
- disponibilité, lisibilité et crédibilité garantie des produits du développement durable, coût accessible.

*«C'est un défi gigantesque!» «Pour moi, c'est comme Don Quichotte ...» (Belgique. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Il ne faut pas être totalement pessimiste, il y a des mouvements timides, il faut sensibiliser chacun à ce qu'il peut faire même à petite échelle» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

---

## *Chapitre IV*

---

# ***Attitudes à l'égard de l'alimentation durable***

---



## IV.1 PERCEPTIONS SPONTANÉES DE LA NOTION D'ALIMENTATION DURABLE

- ▶ La notion d'«alimentation durable» est inconnue, dans tous les groupes et tous les pays, et laisse parfois les participants assez perplexes.
- ▶ La phase précédente de la discussion incite toutefois à la rattacher à celle du «développement durable» et à lui prêter généralement un contenu positif:
- ▷ D'ordre **socio-politique**, portant sur le **système de production alimentaire** dans son ensemble:

- **distribution plus équitable des ressources.**
- **meilleure rétribution des producteurs**, en particulier ceux du «Tiers Monde», avec, parfois, le souhait exprimé d'une réduction ou suppression des subventions à l'agriculture européenne.
- **suppression des surproductions**, réduction des gaspillages.

*«On doit changer notre mentalité avec la politique agricole commune de l'EU, on se retrouve à importer de tout, on est contraints d'importer et nous jetons ce que nous produisons, lait, tomates...» (Italie. Groupe social moyen-inférieur)*

- **éradication de la faim** dans le monde.

*«Durable, ce serait bien que tout le monde puisse avoir manger 2 fois par jour, même dans ces pays là» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

- **soutien aux pays défavorisés, aide à l'auto-suffisance, à l'autonomie.**

*«Si on pense au niveau global, l'alimentation durable signifierait aussi la distribution différente des ressources. Par exemple, si nous pensons à nos semblables des pays africains, de beaucoup de pays de l'Asie, qui n'ont pas la possibilité de se nourrir comme il faut, alors ces gens doivent être aidés, parce que nous en avons, et même en excès. Et non pas leur donner le poisson, mais la ligne, et qu'on les aide à faire des irrigations, comme on dit en Egypte..» (Roumanie. Groupe social moyen supérieur)*

- **respect de l'environnement**, dans la production et la distribution (énergie, limitation des transports, des emballages).

*«De nos jours on entend parler de transport en tous sens à travers l'Europe. Il faut qu'il y ait un débat là-dessus, et qu'on y mette fin» (Suède. Groupe social moyen-inférieur)*

- **méthodes d'élevage dans le respect des animaux.**

*«La manière dont on traite les poulets, les vaches et les cochons, dans mon esprit c'est important quand on parle d'alimentation durable. On veut de la viande de bonne qualité, mais en traitant décemment les animaux» (Suède. Groupe social moyen-supérieur)*

▷ Portant sur **l'alimentation** elle-même:

- alimentation «**plus naturelle**», «**moins industrielle**», **produits «bio**», sans pesticides, sans conservateurs, sans OGM.
- alimentation de meilleure qualité, plus «saine», **meilleure pour la santé**.

► La notion peut également, de façon minoritaire à ce stade mais non marginale, évoquer **quelques dimensions négatives**:

- une alimentation «à deux vitesses», l'une pour les riches, l'autre pour les pauvres.
- des produits «bio» trop chers, peu appétissants, et qui ne se conservent pas longtemps.

*«J'achète des produits qui ont un aspect appétissant et qui sont bons» (Belgique. Groupe social moyen-inférieur)*

► On note enfin **quelques contresens**:

- des produits «longue durée», de base (farine, sucre, riz...) ou lyophilisés («en sachet»).
- une «**durabilité**» **des aliments obtenue par traitement chimique, ajout de conservateurs**, une alimentation «chimique», pas naturelle.

*«Si les produits sont encore plus durables, ce sera encore plus de produits chimiques» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Du point de vue de l'UE, l'alimentation durable signifie le perfectionnement des E... Je lisais dans un journal qu'ils ont inventé je ne sais pas quel type de latex ou caoutchouc qui imite la viande. C'est à ça que je pense, qu'ils produisent des additifs qui imitent les arômes naturels, en essayant de ne pas les faire aussi toxiques qu'ils le sont maintenant. Je ne vois rien d'autre.» (Roumanie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Prenons Danone comme exemple. C'est un aliment durable qui ne se détériore pas, qui est toujours le même, mais ce n'est pas une qualité car un tel résultat est dû aux conservants. J'arrive à la conclusion que c'est un produit durable. Les aliments plus naturels sont moins «durables». Donc «durable» n'est pas une qualité.» (Bulgarie. Groupe social moyen-supérieur).*

## IV.2 DIMENSIONS DE LA NOTION D'ALIMENTATION DURABLE

### IV.2.1 Dimension environnementale

- C'est la dimension **la plus communément associée spontanément** à l'alimentation durable par la majorité des participants. Le lien est direct, crédible, non problématique.

Le respect de l'environnement évoque à la fois:

- des méthodes de production qui n'épuisent pas les sols, non polluantes, sans (ou sans excès de) pesticides, engrais, produits chimiques, et des pratiques d'élevage respectueuses des animaux – espace suffisant, nourriture adaptée, techniques d'abattage...
- des réglementations précises et des contrôles sérieux.
- une distribution économe en énergie (réduction des distances et temps de transport) et en production de déchets: emballages réduits, biodégradables ou recyclables.
- une consommation de produits «de saison».
- la préservation des ressources et des sols pour les générations futures.

*«Selon que l'emballage est en carton, en verre ou en plastique» (Espagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Des produits naturels, sans pesticides, sans mettre les animaux dans des endroits où ils ne peuvent même pas respirer» (Espagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«De faibles doses de produits chimiques, le minimum nécessaire pour que ça ne cause pas de dommages. Pour ne pas exagérer avec la couleur du jambon et la date (de conservation)» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Plus de fermes et moins d'entrepôts d'élevage en batteries» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Les fermes bio sont quelque chose qui existe à l'Ouest. C'est bien mieux là-bas» (République Tchèque. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Du point de vue environnemental, il devrait y voir aussi peu d'emballage que possible. Et il faudrait prendre en compte aussi le type d'emballage, plastique ou papier» (Suède. Groupe social moyen-inférieur)*

Cette dimension est présente dans les groupes de tous les pays, quoique de manière plus limitative dans quelques-uns d'entre eux: Italie; Espagne où on se concentre surtout sur la question de l'emballage des produits alimentaires; et Royaume Uni où on ne songe guère non plus à d'autres aspects – et où l'implication dans cette dimension environnementale paraît en outre particulièrement faible.

## IV.2.2 Dimension sociale

- ▶ La dimension sociale de l'alimentation durable est à la fois **moins évidente** et plus **ambiguë** que la précédente. Dans certains groupes (notamment de niveau social moyen-inférieur), les participants restent même très perplexes ou s'engagent dans des discussions qui portent en réalité sur d'autres thèmes (santé publique, environnement à nouveau ...).
- ▶ Les aspects «sociaux» induits par l'alimentation durable sont en effet assez **divers**, peu homogènes et pas toujours positivement perçus.
  - **développement du «commerce équitable»**. C'est un des aspects «sociaux» les plus valorisés. Les producteurs du Tiers Monde obtiendraient un juste prix qui leur permettrait de vivre décemment, de garder leur exploitation, de ne pas migrer vers les villes. C'est évoqué notamment en Belgique, en Italie, en Espagne, en Suède, en Irlande, et au Royaume Uni de manière plus incertaine.

*«Dans le commerce équitable il y a une vraie dimension sociale. Pour s'assurer que la nourriture a été produite avec des conditions sociales correctes, avec des heures de travail raisonnables, et sans travail des enfants, c'est exactement ça» (Suède. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Le Tiers Monde a le droit d'avoir sa chance» (Belgique. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Cela peut permettre à certains de garder leur exploitation» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

- **amélioration de la santé des populations**, allongement de l'espérance de vie.
- **maintien ou développement de l'agriculture et du monde rural**. On évoque la revitalisation des campagnes ou au moins le maintien d'un tissu rural vivant, parfois l'arrivée de «nouveaux» agriculteurs, des créations d'emploi.

Ce thème est particulièrement présent en Pologne, en République Tchèque, en Estonie, en Roumanie et en Bulgarie.

*«Faire des choses à la main, pas avec des machines. Dans des conditions plus naturelles» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

On le trouve évoqué aussi en Hongrie, mais avec pessimisme: mécanisation jugée irréversible et risque de pertes d'emploi. On estime que la demande est d'abord «quantitative» et qu'une production satisfaisant les besoins grandissants est nécessairement «intensive», «industrielle».

Des Belges et des Français évoquent, sous un angle un peu différent, la protection des petits agriculteurs.

- **bipolarisation des consommateurs, en favorisés et défavorisés**. Dans ce cas, l'alimentation durable apparaît comme une source d'aggravation de l'inégalité sociale, avec parfois même des effets à long terme sur la santé (chez les consommateurs de produits non issus de processus durables). En parlent notamment des Français, des Tchèques, des Estoniens et des Bulgares.

*«Cela va creuser les écarts» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Les riches mangent des pommes de terre écologiques produites en Estonie, et les pauvres des pommes produites en Pologne avec des engrais. Les gènes de ces gens-là finissent par muter» (Estonie. Groupe social moyen-supérieur)*

### IV.2.3 Dimension liée à la santé

► Avec l'aspect environnemental, **le lien entre alimentation durable et «santé» est clair**, «évident» pour certains et parmi les plus motivants.

- **élimination des produits chimiques, des conservateurs, potentiellement facteurs de maladies**, «cancérogènes» disent quelques uns; l'idée de risques potentiels dérivant des **traitements et manipulations** des produits dans la chaîne alimentaire est assez répandue. Dans le même esprit, les **OGM** sont évoqués explicitement dans plusieurs pays.

*«Du poulet à la dioxine et de la vache folle!» (Belgique. Groupe social moyen-supérieur)*

- **mieux-être individuel et collectif.**
- **produits sains, moins de «junk food», moins d'obésité.**

*«Plus l'alimentation est propre et dépourvue de produits chimiques, meilleure est ma santé, et si un jour j'ai des enfants, je ne voudrais pas qu'ils aient des problèmes de santé parce moi j'ai eu de mauvaises habitudes alimentaires» (Estonie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«La façon dont on faisait les choses, le fromage, les conserves. Avec un goût qui vient de la nature sans ingrédients artificiels» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Si l'humanité continue à se nourrir dans les fast-food, ça risque de modifier durablement la santé» «Par exemple, j'ai lu qu'aux Etats-Unis, il y a tellement de gens obèses qu'il faut faire des cercueils plus grands. C'est un problème de santé qui a des retombées économiques» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

Les perceptions sont ici assez homogènes d'un groupe et d'un pays à l'autre.

### IV.2.4 Dimension éthique

► **C'est l'une des dimensions les plus clivantes:**

- parce qu'elle suscite des **niveaux d'implication personnelle très contrastés**, certains estimant que l'éthique relève surtout de la responsabilité des producteurs, décideurs, grands groupes..., d'autres se déclarant très concernés personnellement,

*«L'Éthique, le groupe (agro-alimentaire) il s'assoit dessus» (France. Groupe social moyen- inférieur )*

- parce qu'elle **déconcerte** une partie des interviewés, qui ne voient pas de lien avec la notion d'alimentation durable.

*«Pffff. Question difficile» (Belgique. Groupe social moyen-supérieur)*

«... (long silence) ...» (Belgique. Groupe social moyen-inférieur)

► Pour l'essentiel, **elle implique:**

- **le commerce équitable**, encore une fois, mais centré ici autant sur les **conditions de travail et de production ou d'élevage** que sous l'angle du «juste prix». Il est surtout évoqué dans les pays d'Europe occidentale.

«Si j'achetais quelque chose maintenant, je ne saurais pas non plus si c'est durable ou pas, par exemple, vous ne voudriez pas acheter du poisson espagnol s'il n'était pas un produit durable ... mais vous n'en savez rien. A moins qu'on n'indique mieux d'où viennent les choses, qu'est ce que vous pouvez faire?» (Royaume Uni. Groupe social moyen-inférieur)

«Des choses comme l'importation de pois mange-tout qu'on a forcé des enfants à aller récolter dès le réveil au petit matin. Ou les poules en batterie, par exemple, voilà des facteurs éthiques. C'est pourquoi je suis passé aux poules élevées en plein air, mais je me demande maintenant est-ce que ces poules sont plus heureuses, qu'est-ce qu'elles ont comme liberté de mouvement?» (Royaume Uni. Groupe social moyen-supérieur)

- **parfois aussi, l'équité des termes de la relation économique entre industriels ou agriculteurs et leurs salariés** (dans son propre pays, et pas seulement dans le Tiers Monde).

«J'ai suivi un reportage sur un des principaux producteurs bulgares d'huiles végétales, de mayonnaise, etc. Les ouvriers travaillent dans des conditions exécrables, ils sont enfermés pendant 20 heures, sans jour de repos, avec des salaires misérables. C'est un supplice pour les gens. Je n'achèterai plus jamais leurs produits, même s'il y a des publicités à la télé tous les jours». (Bulgarie. Groupe social moyen-supérieur)

- **l'honnêteté du producteur vis-à-vis du consommateur, la véracité des informations, le strict respect des engagements annoncés.**

«Il est important que le producteur ne me mente pas. S'ils disent que le produit est propre, il faut qu'il le soit vraiment» (Estonie. Groupe social moyen-inférieur)

C'est un thème particulièrement présent dans les discours d'interviewés de pays de l'Est (Pologne, Hongrie, Estonie, Roumanie) et du Sud (Espagne, Grèce) de l'Europe – avec des doutes assez fréquents étant donné la vocation première des entreprises à rechercher le profit.

- **la responsabilité envers les générations suivantes**

«Si nous voulons que nos enfants et petits-enfants et la génération à venir soit en mesure de vivre sur cette planète, il nous faut réfléchir à notre manière de vivre, et à ce que nous faisons à la terre» (Suède. Groupe social moyen-supérieur)

- C'est **une dimension qui reste quelque peu abstraite pour nombre de citoyens**, qui reconnaissent que c'est une préoccupation «de principe», pas forcément facile à mettre en pratique, pour laquelle on n'est pas vraiment prêt «à payer plus», ou qui estiment que le comportement «éthique» concernera plus et mieux les jeunes, les générations futures.

«C'est beaucoup plus facile d'être éthique dans les discussions occasionnelles sur ce genre de choses avec des collègues de travail que quand on est devant l'étagère du magasin. Là, ça tend à être toujours les mêmes produits» (Suède. Groupe social moyen-supérieur)

#### IV.2.5 Dimension liée aux valeurs de diversité et d'authenticité

- **Les notions de diversité et authenticité ne sont pas toujours comprises, au moins pour ce qui est de leur relation avec le concept d'alimentation durable;** en outre, le lien entre ces deux notions n'apparaît pas évident à tous.

«Ce sont des mots difficiles ...» «Je ne vois pas la relation. Du moment que ce que je mange est sain et a du goût ...» (Belgique. Groupe social moyen-inférieur)

«Nous ne sommes pas compétents en la matière, vous devez demander ce type d'analyse à d'autres» (Italie. Groupe social moyen-inférieur)

- Il est des pays dans lesquels cela fait évoquer **l'idée centrale de terroir**, de sauvegarde et de valorisation des spécialités régionales ou nationales.

C'est le cas très clairement en France, en Hongrie, en République Tchèque en Roumanie et en Bulgarie ainsi qu'en Espagne (derrière des termes un peu différents) et, après davantage de réflexion, en Irlande et dans le groupe moyen-supérieur belge (l'autre groupe réuni dans ce pays ayant des difficultés conceptuelles à en saisir les implications).

A ces pays on peut ajouter l'Italie où la compréhension spontanée est toutefois gênée par une appréhension initiale du développement (et donc de l'alimentation) durable trop exclusivement centrée sur le développement du Tiers Monde et l'établissement de relations équilibrées avec lui – mais, lorsqu'ils dépassent cette interprétation restrictive, les Italiens évoquent avec justesse l'idée d'appellations d'origine contrôlée. Certains Estoniens en viennent aussi, indirectement, à la notion d'origine.

Le soutien des (petits) producteurs locaux face à la production de masse est parfois liée explicitement à cette compréhension de la diversité.

**L'idée plus générale et plus vague de non-uniformité** apparaît dans les propos de participants des groupes allemands et suédois (qui la souhaitent). On la discerne aussi dans les groupes polonais – mais qui tendent à voir dans l'alimentation durable des produits d'un haut de gamme restreint donc a priori peu divers.

Les Britanniques quant à eux ne pensent guère (et avec difficulté) qu'à la diversité d'une offre venant de tous les pays du monde (mais nullement à une quelconque spécificité de terroirs au sein de leur propre pays).

- **En ce qui concerne la notion d'authenticité** elle rejoint celle de **la préservation de la bio-diversité** ou celle plus générale de **produits «non trafiqués»**.

Outre les pays précédemment cités, où diversité et authenticité, et le lien entre elles, sont spontanément compris, on en fait état en Allemagne, en Pologne et en Estonie.



«Vous imaginez acheter de l'huile d'olive de Smaaland? Non, ça doit venir d'Italie. La variété c'est quelque chose de positif en soi, ça doit être encouragé, au moins dans une perspective européenne» (Suède. Groupe social moyen-inférieur)

«Quel enfant sait aujourd'hui à quoi ressemble une vache, quand ce n'est pas la vache violette de Milka!» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)

«La salade chopska, par exemple, ne peut être préparée qu'en Bulgarie. A l'étranger le fromage, les légumes, sans parler des poivrons rouges grillés, sont tout à fait différents» (Bulgarie. Groupe social moyen-inférieur)

«En Espagne, nous avons une diversité de climats. Il y a des choses qui poussent mieux dans certains endroits que dans d'autres» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)

«Si tel produit pousse mieux dans telle région, c'est sans doute aussi qu'il aura meilleur goût» (France. Groupe social moyen-inférieur)

«Je pense à certaines céréales ou certaines pommes de terre qui donnent un rendement meilleur s'ils sont cultivés dans certaines zones, ils donnent une qualité meilleure, comme ceux qui chez nous portent le label IGP (Indication Géographique Protégée) ou DOP (Dénomination d'Origine Protégée), mais je ne vois aucun lien avec la santé» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)

► Il est à noter qu'on retrouve, à propos de ces deux notions de diversité et authenticité, des **interrogations** et des **critiques**:

- scepticisme à l'égard la «réalité» de l'authenticité du produit, d'où la nécessité réaffirmée de contrôles, de labellisation sérieuse et fiable, facilement identifiable.
- risque de dérive vers la «mode», le «snobisme» exploité par le marketing.
- risque de cherté et d'élitisme.

«Authenticité, cela va de pair avec un certain standing» (France. Groupe social moyen-supérieur)

#### IV.2.6 Dimension économique

► Les réactions à cette dernière dimension sont diverses et non univoques.

- **Dans certains pays, la promotion d'une alimentation durable est mise en relation avec la perspective de développement économique de secteurs de l'agriculture ou de l'agro-alimentaire** qui s'y consacraient, de maintien en vie ou de revitalisation du tissu rural.

C'est une perspective clairement évoquée – et positive – en Pologne (où le succès des exportations de produits alimentaires depuis l'adhésion à l'Union européenne se fait déjà jour), en Roumanie (une agriculture de qualité y est perçue comme un élément clé pour l'économie), en Bulgarie et en Grèce.

Elle transparaît de manière plus ponctuelle et plus floue dans certains propos entendus en France (soutenir une agriculture de qualité, moyennant des règles précises), et en Italie (améliorer la situation des producteurs par des circuits de distribution plus courts et plus directs).



Cette question est abordée d'emblée par les participants des groupes hongrois et tchèques, mais avec un grand **scepticisme** – eu égard aux prix plus élevés des produits de l'alimentation durable, de l'impossibilité pratique pour ses (petits) producteurs de répondre aux contraintes imposées par la grande distribution ou de la tendance massive d'évolution vers l'industrialisation et la rentabilité à tout prix. Cette idée est aussi partagée par les Estoniens du groupe moyen-inférieur – alors que ceux de l'autre groupe envisagent plus volontiers des effets globaux positifs pour l'économie agricole, la santé publique, etc. Dans les groupes suédois, on voit mettre en cause dans le même esprit la politique des entreprises multinationales, orientée vers l'industrialisation – avec en outre de grands doutes sur la capacité de l'agriculture suédoise à être compétitive face aux produits importés.

La question des aides à une agriculture plus durable est posée dans plusieurs pays, avec des opinions variées: favorables dans plusieurs pays, critiques dans d'autres (réminiscences en Irlande, par exemple, des surplus agricoles européens).

- **Certains, à cet égard, ne songent guère qu'au commerce équitable ou aux relations économiques et commerciales avec le Tiers Monde.**

C'est le cas d'une partie des Français, de nombreux Italiens, de Britanniques (du groupe moyen-supérieur) qui critiquent sur ce plan les comportements des groupes multinationaux (références aux OGM «imposés» à des pays pauvres, à Monsanto...).

- **La question des prix, présumés plus élevés, des produits de l'alimentation durable, est à nouveau posée dans plusieurs pays.**

Certains (dans des groupes socialement plus aisés) paraîtraient disposés à accepter des prix (légèrement) plus élevés en contrepartie des bénéfices personnels ou collectifs qu'ils en attendraient.

D'autres craignent en revanche des prix non accessibles à tous, une «fracture sociale alimentaire», un écart croissant entre une alimentation pour riches et une alimentation pour pauvres – en France, en Belgique notamment.

- **Enfin, sur un autre plan, est mentionné parfois le problème de la durabilité de la ressource** – à propos de **la pêche**: par certains Belges, Britanniques et Espagnols (ces derniers s'insurgeant contre le non-respect par les pêcheurs français, selon eux, des règles établies au sein de l'Union Européenne).

*«Je suis sûr que d'un côté c'est plus économique pour les multinationales de produire des produits alimentaires à grande échelle. Mais quid du chômage dans les différents pays? A la fin, ça peut se révéler pas bon du tout, pas en prenant un point de vue seulement économique, mais en prenant en compte la qualité et la diversité des produits pour le consommateur» (Suède. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Il y a une relation directe entre l'alimentation durable et le développement économique... Mais, à mon avis, l'alimentation est dirigée par l'aspect économique et pas inversement». (Roumanie. Groupe social moyen supérieur)*

*«La qualité n'a pas d'importance, seulement la quantité pour faire de plus en plus de profits» (Hongrie. Groupe social moyen-supérieur)*

«Une petite goutte dans une mer de gens blasés mais c'est important de prendre conscience, peut être sommes nous allés trop loin et il faut trouver un compromis acceptable entre riches qui mangent bien et les pauvres mal» (France. Groupe social moyen-supérieur)

«J'ai trois enfants et, même si je sais qu'il serait mieux de prendre des produits alimentaires écologiques ou des aliments qu'on a fait pousser soi-même, je suis bien forcée d'acheter ce qui est bon marché. Les enfants mangent beaucoup maintenant, et je ne peux pas me payer des produits plus chers» (République Tchèque. Groupe social moyen-inférieur)

«Il y a des gens qui sont prêts à payer plus pour ce type de produits. Mais il y a aussi ceux qui ne peuvent pas se permettre des prix plus élevés, pas notamment les jeunes, les familles ou les retraités» (Suède. Groupe social moyen-inférieur)

«Les agriculteurs reçoivent des aides de nous en fait, il faudrait introduire des critères pour l'attribution» (France. Groupe social moyen-supérieur)

«Si on donnait aux jeunes des motifs pour le faire, ils retourneraient dans leur province et ça contribuerait, pour ma part je sais que le ferais» (Grèce. Groupe social moyen-supérieur)

«De manière générale, si nous avons une alimentation durable, une bonne alimentation, ça peut être bon pour le pays, si nous avons cette réputation. On peut exporter vers d'autres pays et ça va créer de la croissance économique ici» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)

#### IV.2.7 Autres dimensions

- ▶ Très peu sont évoquées spontanément.
- ▶ On peut citer:
  - en Hongrie, l'évocation d'une dimension «**ethnique**», (en fait, une variante de l'aspect «authenticité»), le souhait de voir soutenues les «identités» et productions nationales «typiques», hongroises particulièrement.
  - en Italie et en République Tchèque, la dimension «**supra-nationale**», la nécessité, vitale pour l'alimentation durable, que s'engagent des instances et autorités «mondiales», du type ONU, G8.
  - en République Tchèque, la dimension «**pédagogique**», l'importance de l'éducation.

---

*Chapitre V*

---

***Attitudes à l'égard  
de l'agriculture durable***

---

## V.1 PERCEPTIONS SPONTANÉES DE LA NOTION D'AGRICULTURE DURABLE

- ▶ Dans la grande majorité des cas, «l'agriculture durable» est comprise comme une **composante de l'alimentation durable, ou comme son «fondement», «en amont»**. L'agriculture durable délimiterait donc un **champ plus restreint** que l'alimentation durable qui inclurait, quant à elle, la production, la transformation et la distribution des produits alimentaires – mais elle en est la source.

De manière générale, ce concept paraît plus aisé à comprendre que celui, plus abstrait, d'alimentation durable.

*«L'agriculture est le début de la vie alimentaire, le développement durable est un point fort: au début, je vous montre, vous cultivez et vous consommez, après je vous paie pour avoir vos produits et ainsi on arrive à l'alimentation» (Italie. Groupe social moyen-inférieur)*

- ▶ Les deux notions donnent donc lieu, dans l'ensemble, à **des réactions, contenus et commentaires spontanés assez voisins**, déjà mentionnés:

- **souci environnemental** – rejet des pesticides, emploi d'engrais naturels, gestion responsable de l'eau, économies d'énergie.
- **méthodes culturelles non intensives**, de type «**biologique**», – préservation des «petites» exploitations, respect de la fertilité des sols, recours à la jachère ...
- **valorisation du naturel, du «local»** – productions adaptées aux régions, respect des saisons, reprise de variétés «traditionnelles», pas de productions «hors sols», pas d'OGM..., préservation et entretien des paysages...
- préoccupation de **santé** – produits plus sains, non toxiques...
- souhait **d'une rétribution équitable des agriculteurs**, d'échanges mieux équilibrés, «gagnant-gagnant», notamment avec les paysans des pays «pauvres».

*«On pourrait connaître la différence entre agriculture durable et alimentation durable? Ça devient confus» (Royaume Uni. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Pour moi, il est important qu'il continue d'y avoir à la fois de l'agriculture à grande et à petite échelle» (Suède. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Une gestion sensée des procédés de production alimentaire, pour que le consommateur ait un produit sain, et que l'agriculteur en vive» (Pologne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Il s'agit d'avoir des produits non OGM, parce que les OGM il n'y a pas de doute que ce n'est pas durable. Mais je me suis pas suffisamment capable de les distinguer» (Royaume Uni. Groupe social moyen-supérieur)*

*«L'agriculture durable, ça veut dire que nos agriculteurs continuent à cultiver la terre, et que le paysage ne se transformera pas beaucoup» (Suède. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Introduire une alimentation durable, tout le monde y serait gagnant. L'agriculteur pourrait produire avec des quantités qui lui permettraient de gagner sa vie et de survivre. Et le citoyen pourrait se la payer et l'acheter» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

► Au-delà de ses convergences avec l'alimentation durable, **l'agriculture durable suscite des attitudes spécifiques:**

- dans nombre de cas, une **«proximité affective» plus grande** avec le sujet, comme si le thème à la fois «rapprochait» de l'humain – les agriculteurs, les «paysans» – et du «sensoriel» – plus d'évocation de goûts, saveurs, odeurs –, et actualisait un plus grand **sentiment d'appartenance** à une «terre», à une communauté – «nos» paysans, «notre» agriculture, «nos» paysages» ...

*«C'est le tissu local, c'est plus explicite, on voit le vrai travail» (France. Groupe social moyen- inférieur).*

- dans cet esprit, **dans les pays d'Europe centrale et orientale particulièrement, l'accent est mis sur l'état actuel de «leur» agriculture et sur les nécessaires évolutions, réorganisations et soutiens qu'elle réclame.**

*«Actuellement, l'agriculture roumaine est à plat grâce aux dirigeants de l'Etat depuis 15 ans, qui ont permis la destruction du système d'irrigation, de la base technique – à l'heure actuelle on laboure la terre à l'aide de la charrue et du cheval. Sans subventions de la part de l'Etat - les meilleurs exemples en sont la France et les Etats-Unis -, sans crédits à long terme, on n'aura jamais une agriculture durable». (Roumanie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Nous sommes extrêmement arriérés. Nous avons des sols fertiles, mais ils sont cultivés de manière primitive. En Espagne on cueille les tomates avec une échelle car elles poussent à deux mètres de hauteur, alors que chez nous les vieilles femmes ont du mal à cueillir trois tomates dans leur jardin» (Bulgarie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«L'agriculture tchèque est dans une situation défavorable. Il est difficile pour les agriculteurs de résister à la concurrence dans une situation de marché ouvert et leur premier problème c'est la survie» (République Tchèque. Groupes sociaux moyen-inférieur et moyen-supérieur)*

- dans ces mêmes pays, s'expriment parfois **des craintes, critiques ou revendications à l'égard de la politique agricole européenne:** subventions inéquitables, pays «favorisés», concurrence «déloyale» des produits importés, risque de mainmise par des «groupes étrangers» sur l'agriculture locale. (On notera que ces critiques trouvent également un écho dans quelques Etats membres plus anciens).

*«Ils (L'Union européenne) ne paient pas pour les petits. Ils sont tout simplement mis à l'écart. Ils ne versent qu'aux gros. Tout se limite à une question de prix: si l'Etat ne prend pas des mesures en faveur des petites exploitations, qui veulent faire quelque chose et nous permettre d'acheter des produits sains, elles vont disparaître» (Estonie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Avant on pouvait acheter des pommes de terre estoniennes, pourquoi se fait-il que maintenant on n'en trouve que de Pologne ou d'Italie?» (Estonie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Il y a un danger: que les étrangers viennent, parce qu'en Roumanie le terrain arable est bon marché, et qu'ils utilisent la fertilité du sol roumain à leur profit.» (Roumanie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Ça m'énerve vraiment. Les agriculteurs français manifestent dans les rues et sur les routes dès qu'il y a quelque chose qui ne leur plait pas. Ils ont tellement de soutien financier de l'Union européenne. Les agriculteurs suédois reçoivent moins, mais ils auraient besoin de soutien pour pouvoir continuer à fonctionner» (Suède. Groupe social moyen-supérieur)*

Il convient de noter cependant que, **dans la plupart des cas, ce n'est pas le principe de soutien à l'agriculture** (ou aux petits producteurs, ou aux producteurs s'orientant vers la qualité) **qui est en cause**, mais des modalités des aides européennes (qu'on connaît d'ailleurs mal) – ou les craintes qu'une agriculture nationale manquant d'organisation, de modernité et d'efficacité ne puisse résister à la pression concurrentielle.

## V.2 DIMENSIONS DE LA NOTION D'AGRICULTURE DURABLE

Dans un très grand nombre de cas on retrouve pour toutes les dimensions analysées, des évocations et remarques très semblables à celles qui s'expriment au sujet de l'alimentation durable. Elles sont, simplement, parfois plus centrées sur tel ou tel aspect, avec des connotations plus «spécifiées» (sur la «nature», ou les «agriculteurs»).

### V.2.1 Dimension environnementale

#### ► Le lien, répétons-le, est évident, spontané.

Outre les aspects déjà mentionnés aux chapitres sur le développement puis l'alimentation durables, on peut signaler l'accent mis sur:

- **l'eau**, les problèmes d'irrigation, le gaspillage, la pollution par les nitrates.
- **la question des engrais, pesticides**, qui épuisent durablement les sols.
- **les aspects climatiques**, inquiétudes sur les changements, le réchauffement de la planète.
- **la déforestation** qu'il convient de contenir, le reboisement.

*«Il faut réglementer l'eau, et construire des systèmes d'irrigation goutte à goutte. On ne peut plus se permettre de gaspiller l'eau» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«En Castille, de l'avoine; à Murcie, des légumes irrigués ... et ainsi de suite ... les cultures qui conviennent à chaque type de terre» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)*

### V.2.2 Dimension sociale

► Cette dimension sociale apparaît plus claire et mieux comprise que dans le cas de l'alimentation durable; il n'y a guère qu'aux Britanniques qu'elle apparaît totalement opaque. Il s'agit essentiellement:

- **d'assurer un revenu décent aux agriculteurs**, rendre l'agriculture «économiquement» attractive, rajeunir la population rurale, maintenir ou créer des emplois.
- **de soutenir une production «alternative»**, non intensive, «plus traditionnelle».
- **de maintenir en vie les espaces ruraux, diversifier**: «tourisme vert», coopératives opposées aux grands groupes agro-alimentaires.
- **de développer l'achat direct aux paysans**, et/ou raccourcir les circuits, avec soutien des produits locaux, économies d'énergie (pas de transport).

*«Si les gens n'ont pas de terre à exploiter, de quelle durabilité parlons-nous? Il faudrait aider les petits agriculteurs. Ca veut dire aussi qu'il faut que les gens aient du travail, et qu'il y ait moins d'exclus à prendre en charge» (Estonie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Si une ferme répond à certaines conditions, elle reçoit certaines subventions et les gens peuvent rester au pays, faire de l'élevage, de l'agriculture, etc. Il y a une dimension sociale parce que les fermes peuvent se développer» (Pologne. Groupe social moyen-supérieur)*

### V.2.3 Dimension liée à la santé

► On retrouve ici toutes les évocations déjà relevées:

- produits sains, sans pesticides, pas toxiques, non à base d'OGM, «bio» (ou «plus bio»)..., etc.
- amélioration de sa propre santé.
- amélioration de la santé publique, lutte contre les maladies «modernes» – obésité, hypertension, cancers ...

Mais de la même façon, s'expriment aussi **le scepticisme à l'égard des produits «bio»** – «mode» ou «vrai bénéfique» sanitaire? Fiabilité des informations, des contrôles? – et, parfois, le risque d'une alimentation et d'une santé «à deux vitesses».

*«C'est plus naturel, moins industriel, pas issu d'une chaîne, donc il y a un bénéfice direct pour moi» (France. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Si on utilise moins de produits chimiques (dans la production), nous en absorberons moins. Nous serons en meilleure santé, nous n'aurons pas besoin de dépenser autant en médecin et en médicaments» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Une bonne alimentation implique une bonne santé. Oui mais essayez d'acheter de bons produits, la moitié de votre salaire y passe!» (Hongrie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Je ne crois pas au bio. Le bio, c'est une pomme tout ridée que vous payez trois fois plus cher» (Belgique. Groupe social moyen-supérieur)*

#### V.2.4 Dimension éthique

► Comme, à propos de l'alimentation durable, **on retrouve**:

- le souci d'une rémunération équitable des agriculteurs, avec un centrage particulier sur les paysans «du Sud» dans certains pays.
- l'attente de l'honnêteté et de «bons» principes du producteur (véracité des informations fournies sur les méthodes de culture et d'élevage, parfois aussi traitement réservé aux travailleurs).
- la responsabilité envers les générations suivantes (pas de surexploitation, d'épuisement des sols, de la mer..).

**En outre**, on remarque (en liaison, peut-être avec la répétition de la question):

- une accentuation du **rejet des manipulations notamment génétiques**, qui apparaissent ici plus nettement comme une transgression menaçante.
- l'expression de **scepticismes** sur la réalité du souci éthique, des individus, mais aussi des nations, auto-centrés, de «plus en plus égocentriques», un sentiment plus marqué **d'utopie**.

#### V.2.5 Dimension liée aux valeurs de diversité et d'authenticité

► Ici encore, **reviennent les thèmes** de:

- respect et protection de la bio-diversité.
- développement des cultures ou élevages dans les régions les plus aptes à en fournir la meilleure qualité, conservation des particularités locales, variétés, races, semences («terroirs», spécialités «typiques»).

*«Je l'imagine comme création de petits monopoles. Ici la soie, là l'orge, là-bas le maïs... Pas pour transformer la population locale en esclaves mais pour les prédisposer à un profit futur» (Italie. Groupe social moyen-inférieur)*

- respect des saisons («pas de fraises à Noël»).

Par rapport aux évocations associées à l'alimentation durable, l'agriculture durable suscite **en outre**:

- le sentiment de devoir de transmettre aux enfants une relation vivante aux produits «naturels», dans leur milieu.
- une relative inquiétude, notamment chez certains nouveaux entrants dans l'Union européenne, quant au risque de disparition de leurs productions spécifiques, originales, exclusives: abricots et pommes de terre tchèques, yaourts bulgares, pommes de terre irlandaises ... etc.



*«Aujourd'hui, tous les produits agricoles sont produits industriellement – en Hollande, en Espagne, dans des serres. Déjà nous, on ne connaît presque plus que ça. Il faudrait que nos enfants sachent que les choux-fleurs poussent dans le sol et non pas sur un arbre» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«L'UE veut nous priver de notre soupe aux tripes, mais nous devons conserver nos aliments traditionnels. Les étrangers les apprécient et nous pouvons nous faire connaître par ces aliments. Ainsi par exemple les Japonais connaissent la Bulgarie grâce au yaourt qu'ils apprécient énormément, car il est porteur de longévité». (Bulgarie. Groupe social moyen-inférieur).*

Les éléments cités sont dans l'ensemble assez homogènes d'un pays à l'autre – sauf à nouveau au Royaume Uni où ces concepts paraissent largement échapper à la compréhension des citoyens.

## V.2.6 Dimension économique

► **Le contenu de la dimension économique de l'agriculture durable recoupe généralement celui de l'alimentation durable.** On y retrouve les mêmes espoirs mais aussi les mêmes doutes et interrogations.

- politique de «long terme», projet de meilleur équilibre entre pays riches et pays pauvres.
- prix raisonnables et qui assurent une meilleure rétribution des agriculteurs.
- soutien et refonte positive des agricultures nationales (particulièrement dans les pays de l'ex-bloc de l'Est).
- réorganisation des circuits des producteurs aux consommateurs

**mais aussi:**

- scepticisme et attentisme, sentiment d'«utopie» – par exemple en France, en Allemagne, en Hongrie, en Estonie ...
- consommateurs qui n'accepteront pas de «payer plus» («diktat du bas prix»).
- coûts plus élevés, produits non accessibles à tous: idée de «fracture sociale alimentaire» déjà évoquée plus haut, et qui apparaît ici à nouveau en particulier chez des Français, des Belges, des Polonais...
- dans quelques pays, «subventions agricoles de l'UE» pas toujours bien comprises ou bien perçues, craintes de disparition des productions locales, notamment des nouveaux pays entrants, questions sur l'engagement de la politique agricole européenne dans le «durable» (pas de soutien à une agriculture «alternative»).

*«Des prix corrects, une limitation des marges des transporteurs, du marché, de l'agriculteur ... il doit y avoir une limite aux marges bénéficiaires» (Espagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Cela va peut être permettre de diminuer les intermédiaires et donc peut être les prix» (France. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Cela va être plus cher, c'est une manière d'augmenter les prix» «Les grands groupes ne seront pas prêts à diminuer leurs marges» (France. Groupe social moyen-inférieur)*

*«La qualité ne compte pas, seulement la quantité, pour faire de plus en plus de profits» (Hongrie. Groupe social moyen-supérieur)*

### **V.2.7 Autres dimensions**

---

► Sont évoquées, très marginalement:

- l'information et l'éducation des agriculteurs.
- l'information et l'éducation des consommateurs.
- des actions auprès des jeunes (faire évoluer les mentalités).
- l'encouragement des compétences à rester sur le terrain (agronomes, vétérinaires,.. etc.).
- le développement du «tourisme vert».

*«Les agriculteurs n'ont pas les moyens financiers de faire de la publicité ou d'autres formes d'information. L'information c'est important dans le monde et l'économie d'aujourd'hui, ils ne peuvent pas s'affirmer sans ça. L'Etat devrait les aider sur ce plan» (République Tchèque. Groupe social moyen-supérieur)*

---

*Chapitre VI*

---

***Perceptions du rôle  
de différents acteurs et  
attentes à leur égard***

---

## VI.1 LES AGRICULTEURS

- Les agriculteurs sont, bien sûr, perçus potentiellement comme **des acteurs privilégiés** du système, **mais** ils sont, **en même temps, jugés impuissants** à peser efficacement sur lui.

*«Je pense qu'il y a le problème qu'aujourd'hui, toute la société repose sur l'argent ... Toute cette affaire de l'ESB, je ne pense pas que c'était la faute des agriculteurs, c'était le gouvernement qui leur disait comment nourrir les animaux. Je ne sais pas vraiment quel pouvoir ils pouvaient vraiment avoir eux-mêmes là-dessus» (Royaume-Uni. Groupe social moyen-supérieur)*

- Dans le contexte de l'agriculture durable, on distingue:
- **les «gros»**, profiteurs affidés de l'industrie chimique («pollueurs») et de l'agro-alimentaire (multinationales), surtout guidés par le profit et «gouffres à subventions», qui sont quasi unanimement **décriés**,
- **les «petits»** qui, à l'inverse, jouissent globalement d'une **bonne image**, apparaissent comme «victimes» du système, ayant des difficultés à assurer leur survie, mais parmi lesquels peut émerger une minorité, valorisée, de tenants de l'agriculture «biologique», assimilée, en l'occurrence, à «l'agriculture durable», qui propose de meilleurs produits; certains – minoritaires – ont les moyens et l'opportunité de les acheter «directement» au producteur.

*«Ils (les plus gros) sont des professionnels, comme les banquiers, ce qui les intéresse, c'est l'argent ... l'agriculture durable, ils s'en moquent éperdument» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«A long terme, il n'y aura plus de petits agriculteurs parce que leurs produits sont trop chers comparés à la production de masse» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Ils n'ont aucune prise sur les prix, c'est la distribution, Aldi, Lidl qui les étrangle» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

- Dans l'ensemble, on les voit donc surtout comme «un maillon de la chaîne» et **les attentes se portent essentiellement sur les autorités publiques** dont on voudrait qu'elles les aident mieux et avec plus de discernement à produire dans le respect des règles d'une agriculture durable.
- **Ce appel au soutien des agriculteurs «durables» est amplifié dans les pays de l'Est de l'Europe** où l'agriculture nationale est perçue comme sinistrée, peu efficace et nécessitant une réorganisation.

*«En Espagne par exemple, un fermier élève 800 porcs, alors que chez nous il n'en a qu'un ou deux, 10 au maximum. Dans de telles conditions il est impossible d'avoir une agriculture durable, elle sera toujours influencée par les importations et la conjoncture du marché. Il faudra atteindre un certain niveau de mécanisation et de rentabilité pour que les producteurs puissent garantir une agriculture durable» (Bulgarie. Groupe social moyen-supérieur).*

*«Les agriculteurs sont individualistes. Ils ne s'allient pas les uns aux autres». «Même le gouvernement ne sait pas quoi faire, sur comment aider les agriculteurs» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Les agriculteurs devraient jouer un rôle positif, mais ils ne le jouent pas. Ils n'ont que faire si la société ne les soutient pas...» (Roumanie. Groupe social moyen-supérieur)*

- ▶ Les attitudes à l'égard des agriculteurs sont, dans l'ensemble, plutôt **bienvueillantes**. En même temps, on dénonce certaines pratiques (agriculteurs qui ne consomment pas leur propre production et se réservent leurs «poulets bio»), ou, plus souvent leur dépendance à l'égard des subventions ou leur conservatisme. **L'opinion générale reste que, toutefois, bien soutenus et formés, ils sont, potentiellement, des artisans majeurs d'une évolution favorable vers l'agriculture durable, même s'ils sont pour beaucoup passifs aujourd'hui (on ne leur décerne un blanc seing dans aucun pays).**

## VI.2 L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE

- ▶ Avec la distribution, l'industrie alimentaire constitue l'un des acteurs les plus critiqués du système.
- ▶ A l'inverse des agriculteurs, **c'est donc un acteur à la fois très actif mais néfaste pour l'agriculture durable.**
- ▶ Hormis quelques opinions minoritaires distantes – «on ne connaît pas assez pour juger» – ou positives – confiance relative dans leur «compétence», leur «expertise» –, la très grande majorité des réactions est dominée par la **défiance** voire la **réprobation**:
  - entité **uniquement animée par la recherche du profit, le court-terme.**
  - **multinationales toute-puissantes qui dictent leurs conditions aux producteurs**, qui les ont appauvris ou réduits au chômage.
  - utilisateurs d'additifs et de conservateurs dont on soupçonne les **effets nocifs sur la santé.**
  - **pollueurs**, pourvoyeurs de déchets non recyclables (plastiques, sur-emballages...).
  - à l'extrême, **exploiteurs cyniques et malhonnêtes** des pays du Tiers Monde.

Les réticences les plus vives à l'égard de l'industrie alimentaire sont observées en Grèce, en Allemagne, en Pologne et en Hongrie, suivies de la République Tchèque, de l'Estonie et de la Roumanie.

A l'inverse, les attitudes les plus neutres émanent de France, d'Italie, d'Espagne et de Suède.

*«L'industrie, ce qui l'intéresse, c'est les profits à court terme. Le principal, c'est que ses revenus soient assurés pour les 30-40 prochaines années» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Ils achètent de telles quantités qu'ils dictent leur prix. Le petit agriculteur s'escrime, n'arrive pas à faire des prix bas. L'industrie achète aux gros, en Allemagne ou même à l'étranger» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Ils ont le pouvoir. Pourquoi le feraient-ils? Quel intérêt pour eux?» (Belgique. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Y a-t-il vraiment un quelconque besoin de tout ce plastique qu'ils mettent autour de ces plats tout préparés; est-ce que ce ne serait pas tout aussi simple de les emballer dans du papier qu'on puisse jeter dans sa poubelle verte?» (Irlande. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Ils ont une influence sur les sortes d'aliment que nous recevons, ce sont eux qui les fabriquent. Pas toujours sains. Et ce sont eux qui pourraient contribuer à accélérer l'évolution» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Elle (l'industrie alimentaire) est responsable devant ses actionnaires et voilà, tout est dit. C'est la seule responsabilité qu'ils se donnent. Ils n'ont aucune obligation parce qu'ils n'ont aucune moralité.» (Royaume Uni. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Ce sont des voleurs.» «Ils ne paient pas correctement leurs salariés». «Ils sont tous possédés par des étrangers. Ce n'est pas bon pour nous» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Semper vendait du lait au Tiers Monde, ce qui avait des conséquences négatives pour les gens là-bas. L'industrie a maintenant changé de stratégie de production, de distribution et de marketing, principalement grâce aux médias qui se sont penchés sur la question» (Suède. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Il y avait moins de concurrence, maintenant la concurrence fait qu'il faut travailler à moindre coût et avec moins de salariés» (Estonie. Groupe social moyen-inférieur)*

- ▶ Dans les cas les plus optimistes, rares, on envisage qu'ils mettent leur formidable pouvoir au service d'une meilleure production agricole, qu'ils développent, à terme, une part de l'agriculture durable, en imposant des règles de production aux agriculteurs, en court-circuitant, notamment, les intermédiaires. Mais, même dans ce cas, on observe un certain fatalisme ou le risque de «récupération» marketing («exploiter la niche du bio»).

*«Ils pourraient mettre la qualité à la portée de tous, mais il y aura toujours une alimentation de bonne qualité et une alimentation de mauvaise, c'est un aspect économique pour celui qui achète» (France. Groupe social moyen-supérieur)*

### VI.3 LES DISTRIBUTEURS

- ▶ Comme l'industrie agro-alimentaire, **les distributeurs concentrent les critiques**, parfois de manière très virulente.
- ▶ Egalement investis d'un **énorme pouvoir**, ils sont jugés d'autant plus condamnables qu'ils en font mauvais usage:
  - politique exclusive du profit, réalisation de **marges excessives**, imposant à la fois des bas prix aux producteurs et le prix fort aux consommateurs.
  - **exploitation sans vergogne des «modes»**, dont le «bio».

- **tromperies** sur la marchandise.

*«Ils ne pensent qu'à leurs profits et à leur chiffre d'affaires» (Belgique. Groupe social moyen-inférieur)*

*«La distribution a constaté qu'elle pouvait faire de l'argent avec les produits bio – donc, il y a des supermarchés bio ou des espaces bio dans les supermarchés classiques. Avant, c'était des produits qu'on proposait dans un coin à la sauvette, maintenant, on leur consacre un espace bien placé» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Ils ne font rien. Une partie de la viande qu'ils vendent est pourrie» (Belgique. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Ils «rafraîchissent» les produits. Ils trompent les clients. Sur le poids, sur la date d'expiration» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

Dans quelques pays, les attitudes sont moins négatives – ou prête même parfois à certains distributeurs des initiatives positives. Ces attitudes sont celles de Belges (au moins dans le groupe moyen-supérieur), d'Italiens, de Suédois, de Britanniques et d'Irlandais avec plus de réserves, et de Tchèques.

- ▶ Cependant, compte tenu de leur position de fait – relais privilégiés de la demande des consommateurs – ils sont **crédités d'un rôle potentiel positif pour promouvoir le développement durable**:

- campagnes de sensibilisation au respect de l'environnement (exemples de chaînes de magasins engagées dans ce processus, avec par exemple la suppression des sacs plastiques).
- prise en compte de la demande des consommateurs, rayons dédiés aux produits «bio», au commerce équitable ...
- efforts d'information sur les produits, origine, composition, «labellisation»...
- création de «concepts» de magasins engagés dans une démarche de développement durable.

*«Je pense que des «concept stores» pourraient contribuer au développement durable et aussi être quelque chose qui attire le consommateur» (Suède. Groupe social moyen-supérieur)*

## VI.4 LES AUTORITÉS PUBLIQUES

- ▶ De façon assez habituelle et stéréotypée, caricaturale, les autorités publiques – on entend par là les gouvernements, les politiques, mais aussi des instances supra-nationales comme l'Union européenne ou la Banque Mondiale – **sont l'objet à la fois des plus vives critiques et des attentes les plus pressantes.**
- ▶ **En théorie**, elles sont dépositaires d'un grand pouvoir:
  - capacité à **réguler, légiférer.**

- disposition **de fonds, de «subventions»**.
- moyens de **contrôle**.
- faculté de **sanctionner**.

**Mais elles sont, dans nombre de pays, décrédibilisées, jugées non fiables:**

- **absence de «volonté» politique**, de stratégie à long terme.
- **mauvaise répartition** des aides financières et soutiens, particulièrement des «subventions européennes».
- **dysfonctionnement, incompétence**.
- voire, notamment dans certains pays de l'ex-Europe communiste, **corruption et malversations**.

On trouve là le reflet de la défiance à l'égard des gouvernements et des autorités politiques constatée dans nombre d'études en Europe, pratiquement quel que soit le domaine de politique. Dans l'échantillon interrogé, seuls les Suédois tendent à leur prêter un rôle positif, et des attitudes moins défavorables s'observent chez une partie des Belges (du groupe moyen-supérieur), des Irlandais, des Tchèques et des Estoniens.

*«C'est le gouvernement qui est responsable, pas nous» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Franchement, je ne comprends vraiment pas grand-chose à la production alimentaire à base d'OGM, et, franchement je ne crois pas non plus qu'un seul d'entre nous comprenne non plus, mais c'est au gouvernement de comprendre, et d'y mettre fin si cela doit dégrader la terre irlandaise» (Irlande. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Le G8, les autorités sont en général peu crédibles, ils travaillent à moitié et placent leurs intérêts en premier, en cherchant à développer la vente des armes, ensuite ils pensent à la nourriture pour les populations affamées» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«On n'entend pas les autorités publiques. Elles sont sous l'influence du chantage des hommes d'affaires» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«L'Etat devrait simplifier les choses pour qu'il soit facile aux consommateurs d'acheter et aux agriculteurs de produire. Les agriculteurs devraient avoir un système pour écouler leurs produits. L'Etat n'a pas à leur payer plus, mais il devrait permettre de rendre l'alimentation durable plus facilement accessible» (Estonie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Il y a de grands projets de financement de l'agriculture, à des critères solides, non politiques. Comme j'ai lu dans la presse, l'Europe a attiré beaucoup de fois l'attention, la Banque Mondiale aussi, qu'il y a de très grands fonds, des sommes d'argent importantes pour le développement sur d'autres bases de l'agriculture roumaine. Or, cet argent est allé quelque part, dans un trou noir.» (Roumanie. Groupe social moyen- inférieur)*



«Ils (l'Europe) ne répartissent pas les aides comme il faudrait». «Ca amène à des lacs de lait et des montagnes de beurre.» «Leur approche est non-éthique.» «Il n'y a aucune politique visant à la durabilité» (Belgique. Groupe social moyen-supérieur)

## VI.5 LES CITOYENS ET CONSOMMATEURS EUX-MÊMES

- ▶ Les participants ont, dans tous les pays, une **attitude très ambivalente**, partagés qu'ils sont entre un **sentiment d'impuissance** et une certaine **culpabilité**, liée à une **conscience de leur pouvoir** potentiel, surtout collectif.

«Nous devrions nous en prendre à nous-mêmes pour acheter des saletés» (Pologne. Groupe social moyen-supérieur)

- ▶ Le sentiment d'**impuissance** est souvent largement développé, les «bonnes» raisons, prétextes ou alibis étant légion. On explique notamment son propre manque de pouvoir effectif:

- face au **marché**, au système de production et de distribution.
- en regard des **moyens économiques** de chacun, les moins favorisés se trouvant ainsi privés des produits de l'«agriculture durable», réputés plus chers.
- au travers du supposé **égocentrisme de chacun**, de l'absence d'actions collectives (de type «associations de consommateurs», ou «boycott» par exemple).

«Les citoyens se sentent impuissants face à ce problème: nous sommes refermés sur nous-mêmes» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)

«Comment faire pour faire pression sur les supermarchés? Si vous dites je vais boycotter les trucs pas chers et acheter les trucs chers, ça les fait rigoler! Alors que faire? Rien» (Royaume Uni. Groupe social moyen-inférieur)

«C'est totalement paradoxal. D'un côté, le consommateur veut pouvoir disposer d'une offre variée, il veut des produits sains, nourrissants – seulement, il ne veut pas payer ces produits à leur juste prix – donc les producteurs pèsent sur les prix et produisent n'importe quoi» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)

«Le consommateur aurait le pouvoir s'il voulait, car c'est lui qui a l'argent, mais il n'y a aucune solidarité entre les consommateurs!» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)

«Ça veut dire quoi? Que le consommateur qui n'a pas de quoi se payer de bonnes pommes n'a pas le droit de manger des pommes» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)

«On peut décider de se fournir auprès de Groupes d'achats solidaires (GAS) mais c'est bien peu par rapport à l'ampleur du problème» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)

«Je vais faire la même chose. Personne d'autre ne va travailler pour moi de toute manière» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)

*«Tant que le prix joue le rôle principal, on ira dans une direction qui n'est sans doute pas le meilleur pour le développement durable» (Suède. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Il faudrait que nous achetions des produits hongrois. Mais c'est impossible. Ils sont trop chers» (Hongrie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Je ne peux tout simplement pas décider d'acheter des produits biologiques. Je sais que c'est ce qu'il faudrait faire, mais je ne peux pas me les payer» (Grèce. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Boycotter certains produits, ça suppose d'avoir un choix, qui n'existe pas aujourd'hui» (Grèce. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Ce que nous achetons dépend de ce qu'ils produisent. Quand nous avons un problème avec un produit, toute la procédure pour réclamer et essayer d'obtenir satisfaction est tellement longue et pénible que tout le monde dit «non merci» au milieu du processus voire même dès le début. Pour 3 zlotys? Tout ce temps et tout ce stress...» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

- ▶ Seuls quelques uns ont déjà changé leurs habitudes, notamment suite à des scandales sanitaires ou par convictions personnelles – achats de produits «bio», de produits du «commerce équitable», achats directs au producteur... – ou envisagent un comportement plus actif en tant que consommateurs en Espagne, en Pologne, en République Tchèque, en Roumanie et en Bulgarie – notamment dans des groupes sociaux moyens-supérieurs.
- ▶ En définitive, au-delà de ces réticences ou aveux de renoncement à changer ses comportements, même si la plupart des participants se déclarent sensibles à la question, **le scepticisme demeure sur l'avènement prochain du développement durable.**

## VI.6 AUTRES ACTEURS

- ▶ Tous les «**communicateurs**», **journalistes**, **médias** sont assez souvent cités, considérés comme pouvant jouer un rôle décisif de sensibilisation et d'information, notamment comme «contre-pouvoir» de la «pression publicitaire» des grands groupes.

*«Les grandes compagnies peuvent se permettre des campagnes publicitaires agressives et coûteuses qui forment le goût sans même qu'on s'en rende compte. Les produits de qualité créés par des producteurs moins importants ne peuvent pas atteindre les consommateurs car ils ne peuvent pas se permettre de telles campagnes de publicité. Il leur faudrait peut être l'aide de fonds spéciaux, afin de limiter l'influence des publicités agressives de chips, de snacks, de gaufrettes, etc». (Bulgarie. Groupe social moyen-supérieur).*

- ▶ Plus marginalement on évoque aussi:
  - **l'enseignement, l'éducation**, comme facteur d'évolution socio-culturelle.
  - **le corps médical** (campagnes d'information, préventives ...).
  - **les ONG.**
  - **des personnalités** du type «chef» célèbre ou scientifique populaire.
  - **l'ONU.**

---

*Chapitre VII*

---

***Influence sur les  
comportements  
des questions d'alimentation  
et d'agriculture durables***

---

## VII.1 INFLUENCE ACTUELLE DE CES QUESTIONS

- ▶ Dans l'immense majorité des cas, **les participants déclarent effectuer leurs achats en dehors de considérations explicites de développement, d'alimentation ou d'agriculture durables.**

Seuls des interviewés suédois estiment que les consommateurs sont très influencés par les débats actuels sur l'écologie et l'agriculture durable, sensibilisés qu'ils sont par les médias. Ils estiment, en outre, disposer d'un repère clair pour leurs achats – label du cygne.

- ▶ Quelques consommateurs seulement, dans la mesure où ils assimilent les produits **«biologiques»** à l'agriculture «durable», pensent être dans la démarche, en quelque sorte «avant la lettre», comme M. Jourdain faisait de la prose sans le savoir. En outre, la plupart reconnaissent qu'il s'agit là d'une préoccupation de leur «propre» santé ou de celle de leur famille plutôt que d'un souci global et collectif du long terme.

*«Si je l'ai fait, c'est plutôt par souci de ma propre santé, par exemple ne pas acheter des fraises en février ou mars parce qu'elles sont bourrées d'insecticides, pas parce que c'est mieux pour les générations futures» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

- ▶ De même, **les achats «directs» au producteur** – soit qu'on en ait l'occasion, du fait d'une résidence à la campagne, soit qu'on soit d'un pays encore «physiquement» proche de ses agriculteurs – qui peuvent être des «parents» – (République Tchèque, Pologne, Roumanie..) – sont effectués dans cette même perspective d'agrément personnel (goût, saveur, absence de produits chimiques...).
- ▶ En revanche, l'achat de produits du **«commerce équitable»** est perçu, lui, comme relevant d'une démarche délibérée proche du concept de développement durable.
- ▶ En règle générale, les concepts débattus sont **approuvés**, rencontrent un accueil d'autant plus favorable qu'ils répondent, en partie, à des préoccupations actuelles assez largement partagées: souci écologique, souci sanitaire et diététique, retour à une forme de «bonnes traditions» perdues (saisons, cuisine, spécialités), souhait d'un meilleur équilibre entre pays riches et pays défavorisés.

Mais cela étant, chacun n'est prêt à changer **qu'à la condition que le «prix»** – économique bien sûr, mais aussi en termes de disponibilité, clarté, simplicité d'accès «physique» (magasins, approvisionnement, étiquetage...) – en soit raisonnable et accessible «pour tous».

*«Je continuerai à acheter des choses comme le café dans les magasins du commerce équitable, mais tout y est beaucoup plus cher que dans les magasins ordinaires» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)*

## VII.2 PROPENSION À UNE PLUS GRANDE SENSIBILITÉ À L'AVENIR

- ▶ Presque tous s'accordent à se dirent «sensibilisés» par le débat sans pour autant envisager des changements radicaux dans leurs comportements.
- ▶ Beaucoup reconnaissent qu'ils risquent d'en rester aux «déclarations de bonnes intentions».

*«Je ne vais pas changer de manière révolutionnaire» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

- ▶ Tous rappellent:

- le frein du **prix**, principalement.
- de fortes **attentes d'informations convaincantes, d'arguments, de preuves, de garantie de contrôles...**
- la force des **habitudes**.
- l'attrait de la «**commodité**».

*«On se met à douter de tout car on nous dit c'est bien et 10 ans après c'est mal, le tout est de diversifier» (France. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Je ferais peut-être un effort pour acheter de temps en temps mon pain noir à la boulangerie ou mon savon chez le droguiste, quitte à le payer 10 cents de plus, pour favoriser le petit commerce, mais à part ça...» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

*«En ce qui nous concerne, nous ici, on ne peut pas dire que ce soit quelque chose à quoi nous avons particulièrement réfléchi ou dont nous connaissions grand chose. On en sait plus maintenant et peut-être qu'on va y faire plus attention, comme pour la recommandation de manger 5 fruits et légumes par jour dans les publicités pour la nourriture saine. Tout commence à nous être tambouriné dans les oreilles, on apprend quand ça devient un sujet majeur» (Royaume Uni. Groupe social moyen-inférieur)*

- ▶ Quelques uns, assez rares toutefois, se déclarent **non concernés** ou **dénient** la question, d'autres encore estiment qu'il y a des priorités plus vitales pour eux-mêmes ou leur pays.

*«Je ne changerais rien parce que je n'ai pas l'ombre d'une mauvaise conscience. Il y a d'autres problèmes plus graves dans le monde que de savoir si j'achète mes pommes chez un agriculteur bio» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Les gens en Hongrie se soucient de leur survie, pas de cette question» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Pourquoi financer les autres pays: résolvons d'abord nos problèmes!» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)*

---

## *Chapitre VIII*

# ***Réactions à divers textes visant à illustrer l'alimentation et l'agriculture durables***

---

## VIII.1 TEXTE A

*«Une alimentation durable, cela veut dire des produits alimentaires variés qui conservent les caractéristiques et la saveur propres à chaque terroir local. C'est l'inverse de l'agriculture à l'échelle industrielle, avec des produits standardisés et sans caractère, qui tend à se développer.*

*Nous devons réagir contre cette évolution si nous ne voulons pas que les générations futures aient perdu le sens du goût et le plaisir de savourer des produits et des plats hérités de la tradition de chaque pays et de chaque région.»*

- ▶ Ce texte est **diversement apprécié**.
- ▶ Il fait appel à des **notions positives**, centrées sur le **plaisir, le goût, les saveurs, les terroirs**. En cela, il s'adresse à l'affect, à la sensorialité, et associe l'alimentation durable à une promesse valorisée et gratifiante. Les évocations plaisantes – les spécialités traditionnelles, régionales... – sont nombreuses et motivantes, en particulier quand il s'agit de préserver ces plaisirs pour les générations futures.

**Ces notions sont présentes et bien comprises pratiquement dans tous les pays et tous les groupes.**

Dans quelques-uns d'entre eux seulement, le lien entre diversité et alimentation durable n'est pas ou pas toujours perçu (en Belgique; en Suède; en Pologne où certains interviewés, voyant dans les produits de l'alimentation durable une «gamme» restreinte car soumise à un cahier des charges très spécifique, y perçoivent même une contradiction).

- ▶ **Il suscite, en même temps, des critiques:**
  - **jugé exagéré** par ceux qui tendent à l'interpréter comme une incitation à rompre radicalement avec l'agro-alimentaire industriel.
 

Parmi eux se trouvent notamment des Allemands, des Suédois, des Irlandais, des Hongrois, des Tchèques du groupe social moyen-supérieur, des Estoniens du groupe moyen-inférieur, et un sur deux des interviewés bulgares: soit parce qu'ils y voient une attaque trop vive contre une industrie qui se montre après tout capable d'offrir des gammes de produits alimentaires variés, soit parce que certains produits au moins (de base) relèveront toujours de celle-ci.
  - **jugé utopique** (même si cela serait un idéal désirable) par certains des mêmes ainsi que par des Espagnols et une partie des Roumains.
  - **mis en cause pour son ton impératif et quelque peu moralisateur** – voire parfois inspiré par un esprit de propagande – d'autant que l'injonction n'est pas accompagnée des moyens d'agir (on a vu précédemment l'écart qui existe entre attitudes largement favorables au développement d'une alimentation durable et l'inertie au changement des comportements).

Cela choque particulièrement des interviewés britanniques, français (surtout ceux du groupe moyen-inférieur), et tchèques (de l'autre groupe). Dans plusieurs autres pays, il est suggéré avec moins de vivacité de rechercher une formulation moins culpabilisante et plus incitative.

On peut noter en outre **des remarques sur le fait que ce texte n'aborde pas toutes les dimensions de l'alimentation durable**, telles qu'elles apparaissent dans les phases de discussion précédentes. On les trouve exprimées en Belgique, au Royaume Uni, ou en Irlande.

Certains groupes ne formulent aucune critique (ou seulement marginalement): ainsi en Italie, en Grèce, et dans le groupe tchèque moyen-inférieur; pour une moitié d'entre eux, les Bulgares (de l'une ou de l'autre catégorie sociale) les rejoignent.

*«Ça crée quand même une émotion positive car on va vers un produit naturel»  
(France. Groupe social moyen-inférieur)*

*«C'est culpabilisant pour nous alors que c'est eux qui entretiennent cela» (France. Groupe social moyen-inférieur)*

*«L'agriculture non industrialisée est peu efficace. Elle condamne les agriculteurs à la pauvreté et à la misère... (...) Voici pourquoi la Bulgarie doit atteindre un certain niveau de modernisation et pourquoi il est impossible d'appliquer les mêmes critères qu'en Europe de l'Ouest qui se trouve à une autre étape du développement»  
(Bulgarie. Groupe social moyen-inférieur)*

## VIII.2 TEXTE B

*«Une alimentation durable, ce sont des aliments dans lesquels on peut avoir confiance parce qu'ils sont sains et produits avec le souci de préserver la nature et l'environnement: avec le minimum d'engrais et de produits chimiques, et en respectant des conditions naturelles d'élevage et de traitement des animaux»*

- ▶ C'est un texte reçu **favorablement dans la plupart des cas**. Souvent comparé au texte A précédent, il est apprécié pour son côté plus informatif qu'émotionnel, plus mesuré, moins agressif, moins «propagandiste».
- ▶ Il est, en outre, jugé **plus pertinent sur le sujet et en phase avec les perceptions spontanées de «l'alimentation durable»** – souci sanitaire, moins de produits chimiques, dimension environnementale et éthique.

Quelque uns, cependant, déplorent que manque l'aspect «social». D'autres perçoivent que le concept est trop limité au «biologique» (voire simplement à une alimentation «naturelle»).

- ▶ Par ailleurs, **l'appel à la «confiance» suscite des réactions variables**:
  - positives pour le côté rassurant, sécurisant qu'il suggère à l'inverse de «l'agressivité» perçue dans le premier texte (notamment en Belgique, en Grèce, au Royaume Uni, en Suède en partie, en Roumanie...).
  - dubitatives ou interrogatives sur les garanties ou les contrôles: en Suède, dans les groupes moyens-inférieurs polonais et estonien.



- ▶ **L'idée d'utopie ou d'idéal difficilement réalisable demeure dans certains groupes mais nettement atténuée:** en France, en Espagne, en Hongrie (impossibilité d'imaginer une alimentation conforme à cette définition dans sa totalité, ne serait-ce que pour des raisons de prix).

Cela amène à suggérer une «troisième voie» intermédiaire entre agriculture biologique et industrielle (en Grèce, en Irlande).

- ▶ **Il est à noter enfin qu'une expression du texte suscite souvent des interrogations qui peuvent conduire à des doutes:** celle de «minimum» d'engrais et de produits chimiques.

L'intention du texte apparaît **ambiguë** – «minimum» pouvant signifier qu'on s'efforce d'en mettre le moins possible, ou bien qu'une certaine quantité sera de toute manière conservée.

Certains regrettent même la référence à la présence d'engrais et de produits chimiques en elle-même, ayant dans l'esprit un idéal de modes de production entièrement naturels.

Cette ambiguïté apparaît notamment dans les propos de Français, de Belges, d'Italiens, de Grecs, de Suédois, d'Estoniens, de Roumains.

- ▶ **Globalement bien perçu, ce texte peut toutefois être jugé trop «neutre»** en ce qu'il propose une définition et donne une explication sans toutefois déboucher sur une incitation à l'action.

*«C'est très bien en théorie, mais en pratique c'est autre chose» (Espagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«C'est du rêve. Personne ne va respecter les réglementations» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Il faut savoir ce qu'on veut. Si on veut tous manger de la viande tous les jours, on n'a pas la place d'élever tous ces animaux à l'ancienne et si tout le monde veut manger du yaourt aux cerises, il faut les parfumer synthétiquement. Il faut savoir vivre dans une certaine hypocrisie. Je ne peux pas avoir mauvaise conscience chaque fois que je jette quelque chose sous prétexte qu'il y a des enfants qui meurent de faim» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Pour produire sans produits chimiques, c'est trop tard» (Allemagne. Groupe social moyen-inférieur)*

### VIII.3 TEXTE C

*«L'industrie alimentaire nous apporte des produits qui sont souvent de qualité convenable, pratiques à conserver et à utiliser, et qui nous permettent de nous nourrir à des prix acceptables.*

*Mais nous savons de moins en moins comment sont faits ces produits, quels ingrédients et additifs ils utilisent, et quels effets ils peuvent avoir sur la santé à plus ou moins long terme.»*

► **Ce texte est reçu de manières variables:**

- **positivement** dans l'ensemble par les Français de niveau social moyen-supérieur, les Grecs, les Britanniques, les Tchèques, les Estoniens, les Roumains et les Bulgares.

Il évoque **des préoccupations qu'ils ressentent eux-mêmes** quant à l'effet nocif éventuel de composants mal connus des produits alimentaires.

Il y a **peu de critiques** dans les groupes concernés. Elles peuvent porter sur l'absence de référence explicite à l'alimentation durable, sur le fait que toutes les dimensions de celle-ci ne sont pas mentionnées, sur l'affirmation exagérée de détérioration du contenu informatif (il y en a plutôt plus qu'avant), ou sur des questions de forme.

- **modérément positivement ou avec neutralité** en Italie, en Espagne, en Allemagne, en Irlande, en Pologne et en Estonie.

L'idée générale y est comprise et acceptée malgré quelques contestations ou demandes d'ajustement du vocabulaire: qu'on puisse manquer d'information (claire) est vrai, mais pas qu'on en aie moins qu'avant.

- **avec nettement plus de réserves dans les autres pays ou groupes.**

Pour certains dans ce cas, elles sont liées à **un refus** explicite ou implicite **de voir mettre en cause trop vivement l'industrie alimentaire** et/ou l'information qu'elle fournit au consommateur (et qu'on peut considérer comme une amélioration par rapport au passé) (en Belgique, en Suède).

L'usage du terme «convenable» et/celui de «souvent» entraîne parfois des réactions de rejet, le premier du fait de son ambiguïté, le second quand il sous-entend que les produits vendus sur le marché ne sont pas forcément toujours de ce niveau de qualité.

**Le texte peut** du coup **susciter l'inquiétude, être angoissant, ou encore mépri-sant** (pour des personnes qui, n'imaginant pas avoir les moyens d'acheter des produits durables, se sentent désignées et victimisées).

Les réactions les plus réservées sont enregistrées dans le groupe moyen-inférieur français, en Belgique, en Suède, et en Hongrie.

**A cet égard, de nombreux interviewés font état de leur sensibilité aux «prix»** ainsi qu'aux avantages décrits dans le premier paragraphe (facilité, disponibilité).

► Il ne débouche pas non plus sur un message motivant à l'action.

*«On est d'accord avec la première phrase, mais pas avec la deuxième. Les prix raisonnables, ça n'existe pas» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

## VIII.4 TEXTE D

*«Certaines entreprises de l'industrie alimentaire et certaines chaînes de distribution font de réels efforts pour développer des gammes de produits alimentaires qui correspondent aux règles du développement durable: par des achats à des producteurs locaux qui s'engagent à des pratiques de culture et d'élevage clairement spécifiées qui respectent l'environnement; par des accords de commerce équitable avec des producteurs du Tiers-monde; par des procédés de production industrielle clairs et transparents. Nous devrions concentrer nos achats sur ces marques et ces magasins-là.»*

► Ce texte est l'un des plus clivants:

- plutôt **bien reçu dans les pays d'Europe occidentale** (sauf:réception assez neutre, ou perception d'une proposition théorique dans les groupes sociaux moyens-inférieurs français et belges, et étonnement en Grèce).
- il est, à l'inverse, **très contesté dans les pays d'Europe centrale et orientale** – à l'exception de la République Tchèque et de la Bulgarie où l'hypothèse évoquée n'est pas rejetée en principe.

► Dans les pays d'Europe occidentale, les principaux **aspects positifs** du texte sont les suivants:

- la dimension **contractuelle**, la référence au **«commerce équitable»**, aux pays du Tiers Monde.
- la **définition claire** du développement durable.
- pour quelques uns, la résonance avec des marques, magasins ou labels **effectivement connus** (pas exemple SuperQuinn en Irlande, Le Cygne en Suède...).

► En même temps, subsistent des **critiques**:

- **l'injonction finale** peut être perçue comme trop autoritaire et/ou exclure ceux qui ne peuvent accéder à ces marques ou magasins (notamment pour des raisons économiques).
- **problème de crédibilité** sur la réalité des efforts des chaînes et entreprises évoquées, sur la qualité de leur engagement «responsable» dans le développement durable (entre autres, sur l'équité des «contrats» avec le Tiers Monde).
- **non accessibilité de ces produits à tous.**

*«On a l'air d'oublier que beaucoup de gens ne peuvent pas se le permettre» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

► Dans les autres pays, le texte est largement décrié:

- **vive contestation de l'injonction à acheter.**
- **méfiance marquée** pour les entreprises et chaînes soi-disant respectueuses du développement durable.
- **attitudes ambivalentes à l'égard du Tiers Monde**, soit parce qu'on estime que les méthodes de production y sont peu fiables, pas contrôlées, soit qu'on ne se sente «pas concerné», soit aussi qu'on se perçoive soi-même implicitement comme membre d'un pays en développement.

*«Je crois que nous sommes au niveau du Tiers Monde comme dotation, mais comme niveau de qualité, nous ne sommes pas au niveau du Tiers Monde» (Roumanie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Oui, l'Europe civilisée est un grand producteur de produits alimentaires ... Mais ils utilisent la matière première de chez nous et ils la transforment ... Ils nous regardent comme des producteurs du Tiers Monde ...?» «Je crois que c'est comme ça que nous sommes considérés par les Occidentaux, comme étant le Tiers Monde en ce qui concerne l'agriculture» (Roumanie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Est-ce qu'un seul d'entre vous peut me donner les noms de ces chaînes? (Hongrie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Vous vous souvenez d'amendes que ces chaînes ont dû payer pour vendre de la nourriture de mauvaise qualité? Ha, Ha!» (Bulgarie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Ca évoque des images déplaisantes ... dans les pays du Tiers Monde, les conditions du marché sont chaotiques, il y a de l'exploitation...» (Grèce. Groupe social moyen-inférieur)*

*«(Rires). Les pays du Tiers Monde, ce mot équitable ... si nous étions honnêtes il n'y aurait pas de Tiers Monde ...» (Pologne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Je n'y crois pas. Ce serait bien si les producteurs alimentaires le faisaient. La première phrase est idéalisée» (Pologne. Groupe social moyen-supérieur)*

- **ton trop «publicitaire»**, trop centré sur les entreprises et les distributeurs.

## VIII.5 TEXTE E

*«Deux scénarios pour l'avenir. Le premier, une agriculture de très grandes exploitations, concentrées sur les terres les plus rentables et cultivant toutes les mêmes produits sur des dizaines et des dizaines de kilomètres, et un «désert rural» de terres laissées à l'abandon dans les autres régions.*

*Le second, un système permettant de maintenir partout des exploitations de taille moyenne avec des cultures variées qui préservent la diversité des formes et des couleurs de nos paysages. Lequel voulons-nous?»*

- ▶ C'est le texte perçu comme **le plus extrême, voire «caricatural» ou «simpliste»**.
- ▶ **Les scénarios proposés sont jugés par beaucoup trop violemment opposés**, opèrent une sorte de «coup de force émotionnel» qui entraîne l'adhésion «forcée» au second système.
- ▶ **Le second scénario est trop idyllique, «utopique»**. En outre, il renvoie moins à l'agriculture durable qu'à une vision «romantique» de la ruralité, sans propositions concrètes.

*«Comment est-ce possible?» (Grèce. Groupe social moyen-inférieur)*

- ▶ **Dans certains pays d'Europe centrale et orientale** (notamment République Tchèque, Bulgarie, Hongrie, Estonie), **l'opposition entre les deux scénarios n'est pas pertinente**: la réorganisation de l'agriculture – et parfois le remembrement des terres – est «le» problème prioritaire. En outre, les «petites» exploitations sont généralement perçues comme peu rentables: le second scénario est, en ce sens, **non crédible** même s'il serait idéalement préférable.

*«L'agriculture à réorganiser. Voilà la vraie question!» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Le premier scénario n'est pas encore le problème en Estonie. L'Estonie a déjà ses terres abandonnées» (Estonie. Groupe social moyen-supérieur)*

- ▶ Il est à noter que **le lien entre agriculture durable et diversité des paysages n'est pas une idée fortement présente dans les esprits** (sinon chez certains Polonais et Estoniens).

## VIII.6 TEXTE F

*«Une agriculture moins intensive, moins mécanisée, moins consommatrice d'engrais et de produits chimiques, c'est un système qui tient compte de préoccupations sociales.*

*D'abord, en préservant des emplois agricoles et en évitant ainsi de contribuer à l'accroissement du chômage.*

*Ensuite, en maintenant vivant le tissu rural de nos campagnes. Un village dans lequel il n'y a plus d'agriculteurs est souvent un village dont disparaissent aussi peu à peu les artisans, les commerçants, la poste, le café du coin; ou bien il meurt, ou bien il devient un village-dortoir sans âme et sans vie locale.»*

► Ce texte est **largement critiqué sur le fond comme sur la forme.**

▷ **Sur le fond:**

- **contestation de la présentation «négative» de la «mécanisation»;** il paraît «absurde» de la remettre en cause, particulièrement dans les pays d'Europe centrale et orientale, où, justement, il est dit que l'agriculture se meurt par «manque» de machines, qu'elle a besoin de subventions pour se moderniser.

*«Il est nécessaire d'aider notre agriculture. On a négocié des conditions désavantageuses pour nos agriculteurs quand on est entré dans l'UE...» (République Tchèque. Groupe social moyen-inférieur)*

- **sentiment d'irréversibilité de la «globalisation».**

*«Nous sommes dans l'ère de la globalisation...Le petit ou le trop petit ne réussit pas à survivre» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)*

- **emplois agricoles** jugés non motivants et d'ailleurs occupés par des migrants, donc sans aucun effet sur le chômage.

*«Les récoltes, ce sont les travailleurs polonais. Les agriculteurs ne peuvent se payer ni des machines, ni des ouvriers allemands. Ils vont chercher un camion de Polonais – bonjour les conditions de «détention» – et les font travailler à 2,50 Euros l'heure, ce qui permet aux dits Polonais de faire vivre leur famille toute l'année»*

*«La réalité, c'est que les jeunes ne veulent pas reprendre la ferme de leurs parents parce qu'elle n'est pas rentable et que c'est trop de travail, des horaires impossibles» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

- **«villages-dortoirs», ou «morts», qui sont déjà une réalité.**

*«Les villages se vident à cause du manque de mécanisation! De nos jours, on ne voit que de rares vieilles femmes courbées dans les champs. Les jeunes ne veulent pas faire un travail éreintant sans machines» (Bulgarie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«C'est ce qui est arrivé à ma ville près de Bristol. Tout a fermé» (Royaume-Uni. Groupe social moyen-supérieur)*

- revitalisation des campagnes par l'agriculture durable **non crédible**.

Seuls certains Grecs, Polonais et Tchèques apparaissent moins négatifs dans leur propos.

▷ **Sur la forme:**

- **texte trop verbeux, pas motivant.**
- **vision «bucolique», «à la Disney», nostalgique, de la ruralité.**

*«Quel concept étroit. Ça sort d'un film de Disney, mais en version française»  
(Suède. Groupe social moyen-supérieur)*

- **ton «mélodramatique» ou «électorale», côté «slogan».**
- **situation projetée déprimante, non motivante.**

## VIII.7 TEXTE G

*«L'humanité est en train de jouer dangereusement à l'apprenti sorcier en développant des pratiques de production alimentaire qui tournent le dos aux lois de la nature. Dans quelques décennies à peine, si nous poursuivons dans cette direction, la dégradation des ressources naturelles de la terre sera irréversible.*

*Une alimentation durable nécessite des aliments produits et distribués de manière responsable.*

*Mais il faut aussi des consommateurs responsables qui acceptent de payer un prix un peu plus élevé pour contribuer à préserver l'avenir de la planète.»*

- ▶ C'est un texte qui **«interpelle» assez violemment**: langage cru, rude, «frappant», mise en cause directe du consommateur.
- ▶ Il peut être jugé **«le meilleur» de tous les textes proposés** – c'est le cas au Royaume Uni et en Roumanie. Il suscite aussi des réactions positives en Italie, en Suède, moins fortement en Pologne et en Allemagne, et chez une partie des interviewés belges, espagnols et estoniens du niveau social moyen-supérieur.

- Il énonce des faits sans émotion.

*«Vous avez gardé le meilleur pour la fin parce que ça nous donne des faits – si nous ne changeons pas les choses telles qu'elles sont actuellement, il y aura des dommages irréversibles, et il faut que nous payons le prix de la nourriture»  
(Royaume Uni. Groupe social moyen-inférieur)*

- Il est clair dans ses attendus (conséquences logiques, échéance annoncée...).
- Il est en phase avec ce qu'on sait.
- Il responsabilise sans ambages le consommateur.

- ▶ Pour certains, au contraire, il est **trop dramatique**, «pathétique» et peut ainsi perdre en impact, suscitant soit une mise à distance – on ne se sent pas concerné par le «sauvetage de la planète» – soit une déculpabilisation – il faudrait impliquer «tous» les acteurs et «tous» les pays (dont, en particulier, les Etats Unis, la Chine...).

*«Formulation ridicule...» (Hongrie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«Je paie plus cher pour préserver ma santé, pas pour préserver la planète»  
(Estonie. Groupe social moyen-supérieur)*

- ▶ D'autres le trouvent **trop négatif, et donc démotivant**.
- ▶ **La notion de «responsabilisation» est positive, bien accueillie mais induit le demande de contrôles, de preuves fiables de la réalité des engagements des producteurs, des distributeurs...**
- ▶ **L'évocation du surcoût réactive les attitudes ambivalentes déjà signalées**: frein important pour certains, création contestable d'une «alimentation à deux vitesses». Dans nombre de pays, les personnes de la catégorie sociale la moins aisée s'opposent nettement à l'idée qu'elles devraient ou pourraient payer un prix plus élevé.
- ▶ **Texte très centré sur l'«environnement» et anti-OGM** (apparemment en liaison avec le terme «apprenti sorcier»), qui n'évoque pas directement les dimensions liée à la santé (une des plus motivantes), sociale et éthique.



---

*Chapitre IX*

*Impressions finales*

---

On observe, dans tous les pays, une quasi unanimité pour estimer la **discussion positive**, constructive, «très intéressante» et stimulante, incitant à réfléchir. Tous ou presque saluent la démarche et son initiateur.

- ▶ La grande majorité reconnaît que le débat a eu des vertus:
  - de prise de conscience, d'éveil, ou renforcement de la préoccupation relative à l'avenir de la qualité des produits, du système de production.
  - de responsabilisation.
  - d'information.
- ▶ Cependant, la plupart remarquent ou répètent également:
  - que la discussion est restée «théorique», que manquent des propositions concrètes.
  - que le citoyen «lambda» a peu de pouvoir.
  - que l'impulsion doit venir des gouvernements.
  - que l'information et l'éducation seront déterminantes.
  - que le terme «durable» n'est pas forcément le plus pertinent, motivant, et convaincant.
  - que la démarche sera longue et complexe, qu'ils restent sceptiques sur sa mise en œuvre.

*«Je m'imagine que cette étude a été réalisée pour vous aider à quelque chose. Alors c'est une chose positive. J'apprécie l'initiative». «Je ne me suis pas du tout ennuyé, je n'ai pas eu l'impression d'avoir perdu mon temps. Ce serait bien si l'on en discutait à un niveau plus large». (Roumanie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Cela a été un débat très intense, Monica nous a expliqué beaucoup de choses que nous ne connaissions pas et elle nous a donné envie d'en savoir plus» (Italie. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Sans aucun doute une discussion intéressante, nous avons découvert quelque chose qui peut aider dans le développement personnel, plutôt difficile à débattre mais agréable à approfondir, qui nous aide à prendre conscience de nos responsabilités à l'égard des générations futures» (Italie. Groupe social moyen-inférieur)*

*«On est restés un peu trop dans l'abstrait, il faudrait savoir quoi faire exactement à notre niveau» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Peut-être que maintenant, en allant dans mon épicerie, je ne penserai pas uniquement à **ma** santé, mais à ce dont nous avons discuté aujourd'hui» (Allemagne. Groupe social moyen-supérieur)*

*«Bon, on a juste discuté de certaines théories, mais la vie est la vie, et elle continue. On aimerait que ce soit comme ça, mais je n'y crois pas» (Pologne. Groupe social moyen-inférieur)*

## *Annexe I*

### *Instituts partenaires*

---

Belgique	<b>EADC – Yellow Window</b> (Anvers)
Bulgarie	<b>Alpha Research Lt</b> (Sofia)
République Tchèque	<b>MARECO</b> (Prague)
Allemagne	<b>Echanges Marktforschung</b> (Cologne)
Estonie	<b>TNS EMOR</b> (Tallinn)
Grèce	<b>FOCUS</b> (Athènes)
Espagne	<b>Escario Research</b> (Madrid)
France	<b>CSA</b> (Paris)
Irlande	<b>TNS – MRBI</b> (Dublin)
Italie	<b>Market Dynamics International</b> (Milan)
Hongrie	<b>Ad Hoc Plus Research</b> (Budapest)
Pologne	<b>BSM</b> (Varsovie)
Roumanie	<b>Data Media</b> (Bucarest)
Suède	<b>Kommunicera</b> (Stockholm)
Royaume-Uni	<b>Andrew Irving Associates</b> (Londres)

---

## Annexe II

# Guide d'animation

### INTRODUCTION

Bonjour, je suis ....., de l'institut ..... qui réalise l'étude auprès des consommateurs pour laquelle nous sommes réunis aujourd'hui. Pour commencer, je vais demander à chacun(e) d'entre vous de se présenter rapidement: qui vous êtes, où vous habitez, si vous vivez seul(e) ou en couple, si vous avez des enfants et de quels âges, et quelle est votre profession (ou celle de votre conjoint si vous ne travaillez pas vous-mêmes).

---

### THÈME I

- I.1** Notre discussion va porter sur les produits alimentaires. Je voudrais savoir tout d'abord ce qui vous amène à choisir les produits alimentaires que vous consommez, quels sont vos critères de choix, quelles sont les informations sur les produits auxquelles vous faites attention, etc.

Réactions spontanées

Explorer:

Nature des critères de choix

Critères autres que le prix

Importance respective des différents critères, et pour quelles raisons

Différences éventuelles selon les types de produits

- I.2** Dans l'ensemble, estimez-vous que vous disposez des informations suffisantes pour bien choisir les produits alimentaires que vous achetez, ou bien y a-t-il des choses qui manquent ou qui sont difficiles à trouver, lesquelles?

Réactions spontanées

Explorer:

Niveau global de satisfaction ou d'insatisfaction

Nature des insatisfactions

Différences éventuelles selon les types de produits

---

### THÈME II

- II.1** J'aimerais que nous poursuivions cette discussion sur ce que nous consommons, et plus largement sur nos habitudes alimentaires.

Les habitudes alimentaires sont liées à de nombreux facteurs très divers. Il y a bien sûr les goûts personnels, éventuellement des règles qu'on suit ou qu'on s'impose à soi-même, le type de vie qu'on mène, mais aussi des habitudes familiales, ou des traditions de la région dont on est originaire, etc, etc.

Qu'en diriez-vous, en ce qui vous concerne les uns et les autres, en essayant de vous interroger sur tous ces facteurs – ou sur d'autres qui peuvent vous venir à l'esprit? En d'autres termes, j'aimerais que chacun d'entre vous essaie de nous raconter sa propre «histoire alimentaire».

Réactions spontanées

Explorer:

Faire raconter à chaque participant sa propre «histoire alimentaire»

- II.2** Il y a des habitudes alimentaires que l'on conserve, mais aussi d'autres qui peuvent changer. En pensant, disons, aux 10 dernières années, qu'est-ce qui a changé en ce qui vous concerne: c'est-à-dire en quoi consistent vos repas, les types de produits alimentaires que vous achetez, la façon dont vous les préparez, le temps que vous y consacrez, etc?

Réactions spontanées

Explorer:

Faire expliciter par chaque participant ses changements de comportements alimentaires et les facteurs ayant conduit à ces changements

- II.3** Pour prolonger ce que vous venez de dire, pensez-vous que dans les années qui viennent vous changerez quelque chose à vos habitudes alimentaires – toujours en pensant à vos repas, aux produits consommés, à leur préparation, au temps qui y est consacré, etc?

Réactions spontanées

Explorer:

Faire expliciter par chaque participant ses changements futurs éventuels de comportements alimentaires, et les facteurs qui pourraient induire ces changements

---

### **THÈME III**

---

- III.1** Après cette discussion sur l'alimentation, nous allons maintenant aborder un thème plus général: celui du développement durable. Est-ce une idée qui vous est familière, qu'évoque-t-elle pour vous?

Réactions spontanées

Explorer:

Degré de familiarité et de compréhension  
Différentes dimensions de ce concept évoquées par les participants  
Domaines d'application évoqués du développement durable

- III.2** Quand on parle de viser davantage à un développement durable pour l'avenir, qu'est-ce que cela implique à votre avis, et qu'en pensez-vous?

Réactions spontanées

Explorer:

Importance perçue du problème  
Mesures à prendre pour conduire à un développement durable; par quels acteurs et avec quelles responsabilités pour chacun?  
Prédisposition à s'impliquer soi-même ou non; comment; en faisant quoi?

## THÈME IV

---

- IV.1** Ceci nous amène plus précisément au thème du développement durable en matière d'alimentation ou, pour le formuler autrement, de l'alimentation durable.

Qu'est-ce que c'est, ou qu'est-ce que ça pourrait être à vos yeux, qu'une alimentation durable?

Réactions spontanées

Explorer:

- Degré de familiarité et de compréhension
- Différentes dimensions de ce concept évoquées par les participants
- Domaines d'application évoqués d'une alimentation durable

- IV.2** Dans l'idée générale d'alimentation durable, il peut y avoir plusieurs aspects – que je vais vous citer. J'aimerais que vous me disiez, pour chacun d'entre eux, ce que vous en pensez, et ce que ça évoque pour vous.

Pour chaque aspect:

Réactions spontanées

Explorer:

- Compréhension et interprétations du concept
- Evocations suscitées
- Intérêt et crédibilité

**A.** L'aspect environnemental – le fait qu'on peut concourir à une meilleure protection de l'environnement de par la nourriture qu'on consomme et les produits alimentaires qu'on choisit d'acheter.

**B.** L'aspect social – en quoi la recherche d'une alimentation compatible avec le développement durable peut-elle avoir des effets sur le plan social au sens large?

**C.** Les questions de santé – en quoi alimentation durable et santé sont-elles des questions qui sont liées?

**D.** L'aspect éthique – en quoi des facteurs éthiques peuvent-ils être liés à l'idée d'alimentation durable?

**F.** Des valeurs telles que la diversité et l'authenticité – en quoi une alimentation durable peut-elle y être liée?

**E.** L'aspect économique – en quoi une alimentation durable peut-elle contribuer à un développement économique qui persiste à moyen et long terme?

- IV.3** Il y a peut-être d'autres dimensions de la question, d'autres idées qui vous viennent à l'esprit à propos d'alimentation durable (en dehors des aspects environnementaux, sociaux, liés à la santé, éthiques, liés aux valeurs de diversité et d'authenticité, et économiques).

Quelles sont-elles?

Réactions spontanées

Explorer:

- Les différentes autres dimensions évoquées
- Dans quelle mesure elles peuvent se rattacher à l'un des 6 aspects explorés dans le IV.2

---

## THÈME V

---

### V.1 Une autre manière d'aborder cette question serait de parler d'agriculture durable

Qu'est-ce que c'est, ou qu'est-ce que ça pourrait être, qu'est-ce qui vous vient à l'esprit à ce sujet?

Réactions spontanées

Explorer:

Degré de familiarité et de compréhension

Différentes dimensions de ce concept évoquées par les participants; sont-elles les mêmes ou non qu'à propos d'alimentation durable?

Domaines d'application évoqués d'une agriculture durable

### V.2 Nous allons reprendre les différents aspects de la question que nous avons discutés à propos d'alimentation durable.

Pour chacun d'entre eux, vous me direz ce que vous en pensez et ce que ça évoque, quand on parle d'agriculture durable.

Pour chaque aspect:

Réactions spontanées

Explorer:

Compréhension et interprétations du concept

Evocations suscitées

Intérêt et crédibilité

**A.** L'aspect environnemental d'une agriculture durable

**B.** L'aspect social d'une agriculture durable

**C.** Les aspects liés à la santé d'une agriculture durable

**D.** Les aspects éthiques d'une agriculture durable

**F.** La contribution d'une agriculture durable au maintien de la diversité et de l'authenticité

**E.** Les aspects économiques d'une agriculture durable

**G.** Les autres aspects éventuels d'une agriculture durable

---

## THÈME VI

---

Vous avez évoqué, au début de notre discussion, différents acteurs qui peuvent jouer un rôle, positif ou négatif, en matière de développement durable en général.

En ce qui concerne particulièrement l'alimentation et l'agriculture, je voudrais que nous discussions de plusieurs types d'acteurs: pour chacun, du rôle qu'il joue actuellement selon vous dans ce système, et de ce qu'il pourrait ou devrait faire pour contribuer à un développement durable en matière d'alimentation et d'agriculture.

Explorer, pour chacun des types d'acteurs:

Ce qu'il fait actuellement ou non (en positif ou en négatif)

Quelles sont ses responsabilités dans la situation actuelle

Ce qu'il pourrait ou devrait faire

Degré de confiance en ce type d'acteur et crédibilité de ses actions actuelles ou potentielles

- A. Les agriculteurs
- B. L'industrie alimentaire
- C. Les distributeurs, comme les chaînes de supermarchés
- D. Les autorités publiques, par leurs différentes politiques
- E. Les citoyens et consommateurs que nous sommes nous-mêmes
- F. D'autres acteurs éventuels. Lesquels?

---

## THÈME VII

- VII.1** Dans votre consommation ou vos achats de produits alimentaires, est-ce qu'il arrive actuellement que ces facteurs, liés à l'alimentation ou à l'agriculture durables, jouent un rôle et influent sur ce que vous faites d'une manière ou d'une autre?

En vous interrogeant sur vos propres comportements, pouvez-vous me donner quelques exemples qui vous reviennent à l'esprit?

Réactions spontanées

Explorer:

Exemples de comportements de chaque participant, liés de près ou de loin aux préoccupations d'alimentation/d'agriculture durable

- VII.2** Et en pensant à vos comportements alimentaires futurs, diriez-vous que vous serez ou non plus sensibles à des questions d'alimentation/d'agriculture durable? Dans quelle mesure, et comment cela pourrait-il se faire?

Réactions spontanées

Explorer:

Degré de sensibilité et d'implication réelles dans le problème

Exemples de comportements futurs prenant en compte ce problème

---

## THÈME VIII

Pour terminer, je voudrais vous présenter quelques idées qui ont été émises sur l'alimentation durable et sur la manière dont on pourrait en parler pour mieux faire comprendre de quoi il s'agit: je vais donc vous demander de lire quelques courts textes portant sur différents aspects de la question. Pour chacun, vous me direz ce que vous en pensez.

Pour chaque texte:

Réactions spontanées

Explorer:

Compréhension

Intérêt

Crédibilité

Images évoquées et émotions suscitées

Degré d'adhésion personnelle aux idées exprimées et aux images évoquées

Suggestions d'améliorations/reformulations

**A** - Texte A

**B** - Texte B

**C** - Texte C



- D - Texte D
- E - Texte E
- F - Texte F
- G - Texte G

---

## THÈME IX

---

Enfin, avant que nous ne nous quittions, je souhaiterais que vous me donniez vos impressions d'ensemble sur toute la discussion que nous avons eue.

Réactions spontanées

Explorer:

Degré d'intérêt pour le thème traité

Sensibilisation personnelle à ces questions au cours de la réunion

---

### **Alimentation durable - Concepts**

---

- A** Une alimentation durable, cela veut dire des produits alimentaires variés qui conservent les caractéristiques et la saveur propres à chaque terroir local. C'est l'inverse de l'agriculture à l'échelle industrielle, avec des produits standardisés et sans caractère, qui tend à se développer.

Nous devons réagir contre cette évolution si nous ne voulons pas que les générations futures aient perdu le sens du goût et le plaisir de savourer des produits et des plats hérités de la tradition de chaque pays et de chaque région.

- B** Une alimentation durable, ce sont des aliments dans lesquels on peut avoir confiance parce qu'ils sont sains et produits avec le souci de préserver la nature et l'environnement: avec le minimum d'engrais et de produits chimiques, et en respectant des conditions naturelles d'élevage et de traitement des animaux.

- C** L'industrie alimentaire nous apporte des produits qui sont souvent de qualité convenable, pratiques à conserver et à utiliser, et qui nous permettent de nous nourrir à des prix acceptables.

Mais nous savons de moins en moins comment sont faits ces produits, quels ingrédients et additifs ils utilisent, et quels effets ils peuvent avoir sur la santé à plus ou moins long terme.

- D** Certaines entreprises de l'industrie alimentaire et certaines chaînes de distribution font de réels efforts pour développer des gammes de produits alimentaires qui correspondent aux règles du développement durable: par des achats à des producteurs locaux qui s'engagent à des pratiques de culture et d'élevage clairement spécifiées qui respectent l'environnement; par des accords de commerce équitable avec des producteurs du Tiers-Monde; par des procédés de production industrielle clairs et transparents.

Nous devrions concentrer nos achats sur ces marques et ces magasins-là.

**E** Deux scénarios pour l'avenir.

Le premier, une agriculture de très grandes exploitations, concentrées sur les terres les plus rentables et cultivant toutes les mêmes produits sur des dizaines et des dizaines de kilomètres, et un «désert rural» de terres laissées à l'abandon dans les autres régions.

Le second, un système permettant de maintenir partout des exploitations de taille moyenne avec des cultures variées qui préservent la diversité des formes et des couleurs de nos paysages.

Lequel voulons-nous?

**F** Une agriculture moins intensive, moins mécanisée, moins consommatrice d'engrais et de produits chimiques, c'est un système qui tient compte de préoccupations sociales.

D'abord, en préservant des emplois agricoles et en évitant ainsi de contribuer à l'accroissement du chômage.

Ensuite, en maintenant vivant le tissu rural de nos campagnes. Un village dans lequel il n'y a plus d'agriculteurs est souvent un village dont disparaissent aussi peu à peu les artisans, les commerçants, la poste, le café du coin; ou bien il meurt, ou bien il devient un village-dortoir sans âme et sans vie locale.

**G** L'humanité est en train de jouer dangereusement à l'apprenti sorcier en développant des pratiques de production alimentaire qui tournent le dos aux lois de la nature. Dans quelques décennies à peine, si nous poursuivons dans cette direction, la dégradation des ressources naturelles de la terre sera irréversible.

Une alimentation durable nécessite des aliments produits et distribués de manière responsable.

Mais il faut aussi des consommateurs responsables qui acceptent de payer un prix un peu plus élevé pour contribuer à préserver l'avenir de la planète.

## Synthese

### Wat denken Europeanen over duurzame voeding?

Duurzame voedselproductie is voedselproductie op ecologisch, economisch en sociaal verantwoorde wijze. Voor de meeste consumenten heeft het begrip “duurzame voedselproductie” echter nauwelijks enige betekenis. We zijn er tot nog toe dus niet in geslaagd om **op een verstaanbare manier te communiceren over duurzame voeding met het grote publiek**. Als we de ambitie hebben om duurzame voedselproductie op grote schaal te promoten, dan is dit nochtans een belangrijke randvoorwaarde. Te meer omdat effectieve communicatie ook impact heeft op het aankoopgedrag van de consument.

Om beter te kunnen communiceren over duurzame voedselproductie heeft de Koning Boudewijnstichting een omvattend onderzoek opgestart in Europa. Een gelijkaardig onderzoek vond plaats in de Verenigde Staten van Amerika, onder impuls van de W.K. Kellogg Foundation.

Een eerste resultaat van het **Europese onderzoekswerk** is deze studie **over wat Europeanen denken over duurzaam voedsel**.

Het betreft een kwalitatief onderzoek, verricht in 15 landen: België, Frankrijk, Duitsland, Zweden, het Verenigd Koninkrijk, Ierland, Spanje, Italië, Griekenland, Hongarije, Tsjechië, Polen, Estland, Roemenië en Bulgarije.

In deze 15 landen werden telkens 2 groepsdiscussies georganiseerd. Deze groepsdiscussies werden overal gevoerd met inwoners van stedelijke gebieden, een groep uit de hogere sociale middenklasse en een groep uit de lagere sociale middenklasse.

De **voornaamste** doelstellingen van de studie waren:

- het analyseren van de attitudes, motivaties, verwachtingen, (koop)gedrag van Europeanen betreffende voedsel;
- het begrijpen van de culturele achtergrond van deze attitudes;
- een analyse van wat de consument in Europa verstaat van het concept duurzame ontwikkeling en meer bepaald van duurzame voedselproductie;
- het identificeren van feitelijke en mogelijke veranderingen in mentaliteit die compatibel zijn met duurzaamheidsvereisten.

Dit zijn de **belangrijkste resultaten** van de studie:

1. In Europa bestaan er **drie grote benaderingswijzen** bij de keuze en aankoop van voedsel. Vooreerst is er de **epicuristische benadering**. Voedsel wordt hierbij gezien als een bron van genot en sensaties. Vervolgens is er de veeleer **rationele en functionele benadering**. Prijs en comfort spelen hierbij een grote rol. Tenslotte is er de **diëtistische benadering** waarbij voedsel vooral wordt gezien in functie van haar effect op de gezondheid.

Deze drie benaderingen komen voor bij consumenten in alle landen. Het belang ervan is echter verschillend in diverse landen. Zo komt de epicuristische benadering heel sterk voor in landen met een belangrijke culinaire traditie zoals Frankrijk, België, de Mediterrane landen en Duitsland. De rationele benadering waarin prijs sterk doorweegt komt logischerwijze meer voor bij lagere sociale groepen maar ook in Oost-Europese landen. De diëtistische benadering tenslotte komt vooral voor in Noord-Europese landen zoals Zweden, het Verenigd Koninkrijk en Ierland.

2. De notie “**duurzame ontwikkeling**” is **weinig bekend** bij de consument in Europa. Toch blijkt tijdens de groepsdiscussies dat Europese burgers **wel een intuïtief begrip** hebben van aspecten van duurzame ontwikkeling. Vooral het **leefmilieuaspect** valt hierbij op, maar ook de **ethische dimensie** en in mindere mate de sociale dimensie vormen belangrijke bekommernissen bij de Europese burgers.

Volgens de Europese burgers is duurzame ontwikkeling vooral een verantwoordelijkheid van de **publieke overheden** en hebben de belangrijkste economische actoren, met name de grote multinationale producenten en distributeurs, een overwegend negatieve impact op de duurzame ontwikkeling.

De individuele burger zelf heeft een eerder **passieve houding** tegenover de notie duurzame ontwikkeling.

3. De notie **duurzame voeding** is zo goed als **onbekend**. De notie **duurzame landbouw** wordt over het algemeen beter begrepen. Ze wordt geassocieerd met twee dimensies: enerzijds met een bekommernis voor het **leefmilieu** en **gezondheid**, anderzijds met waarden als **diversiteit** en **authenticiteit**.
4. Er bestaat een Europese benadering:

Er bestaat wel degelijk een **Europese benaderingswijze in de keuze van voeding**. Ondanks onderlinge verschillen, bestaan er in de verschillende gebieden in Europa geen manifest andere benaderingen in de keuze en aankoop van voedsel.

5. De kloof tussen bewustzijn en actie

Het probleem in Europa ten aanzien van duurzame voedselproductie is geen probleem van onvoldoende bewustzijn. Integendeel. Het probleem is de **omzetting** van dit **bewustzijn** in attitudes en **concrete gedragsveranderingen**.

6. Het belangrijkste aangrijpingspunt bij de Europese consument vormt ongetwijfeld de bijna spontane, intuïtieve connectie die men maakt tussen de bekommernis om het **leefmilieu** en de bezorgdheid voor de **gezondheid**. **Hiervan ligt de Europese consument wakker**. In mindere mate kan de link tussen de ethische, sociale en economische dimensie de burger beroeren.

Dit onderzoek werd uitgevoerd in het kader van het **Sustainable Food Lab**, een project dat stakeholders uit drie continenten (Europa, de Verenigde Staten van Amerika en Zuid- en Centraal Amerika) en drie sectoren (overheid, bedrijven en de burgersamenleving) groepeerde. De voornaamste doelstelling van dit project is om aan de hand van concrete pilotprojecten uit te testen hoe duurzame voedselproductie op grote schaal kan gerealiseerd worden: hoe het van een nichemarkt opgewaardeerd kan worden en evolueren tot de dominante productievorm.

Eén van de vijf pilotprojecten van het Food Lab houdt zich bezig met de communicatiestrategie rond duurzame voedselproductie. Het probeert “frames” te ontwikkelen die aanspreken bij de consument. Dit eerste onderzoek levert hiervoor de basisinformatie.

## **La Fondation Roi Baudouin**

---

### **Contribuer à l'amélioration des conditions de vie de la population. [www.kbs-frb.be](http://www.kbs-frb.be)**

La Fondation Roi Baudouin est une fondation d'utilité publique qui a vu le jour en 1976, l'année des 25 ans de règne du Roi Baudouin. La Fondation est indépendante et pluraliste.

Nous œuvrons pour améliorer les conditions de vie de la population.

Les dépenses annuelles totales de la Fondation sont de quelques 38 millions d'euros. Ce budget nous permet de réaliser pas mal de choses au service de la société, mais nous ne pouvons pas tout faire. C'est pourquoi nous choisissons de mettre l'accent sur certains thèmes prioritaires, que nous adaptons aux besoins changeants de la société. Nos programmes centraux pour les années à venir sont: Justice sociale, Société civile, Gouvernance, et Fonds & Philanthropie d'aujourd'hui.

Le programme 'Justice sociale' détecte de nouvelles formes d'inégalité sociale et soutient des initiatives qui accroissent l'autonomie des personnes les plus vulnérables. Avec le programme 'Société civile', nous cherchons à stimuler l'engagement citoyen et à renforcer le mouvement associatif. 'Gouvernance' entend associer plus étroitement les citoyens aux décisions sur les modes de production et de consommation des biens et des services ainsi qu'aux évolutions dans les sciences médicales. Quant au programme 'Fonds et Philanthropie d'aujourd'hui', il vise à encourager des formes modernes de générosité: la Fondation fournit des informations aux donateurs et leur propose toute une gamme d'instruments de philanthropie.

A côté de ces quatre programmes centraux, la Fondation mène aussi plusieurs 'Initiatives spécifiques et structurelles'. Nous menons un projet sur l'aménagement du quartier européen à Bruxelles, soutenons Child Focus et avons conclu un partenariat structurel avec le European Policy Centre.

Précisons encore que tous nos programmes et projets accordent une attention particulière à la diversité culturelle et à l'équilibre des relations hommes-femmes.

Pour atteindre notre objectif, nous combinons différentes méthodes de travail: nous soutenons des projets de tiers, nous développons nos propres projets sur certains thèmes, nous organisons des journées d'étude et des tables rondes réunissant des experts et des citoyens, nous mettons sur pied des groupes de réflexion sur des enjeux actuels et futurs, nous rassemblons autour d'une même table des personnes aux visions très diverses, nous synthétisons les informations ainsi obtenues dans des publications et des rapports (gratuits),...

En tant que fondation européenne en Belgique, la Fondation Roi Baudouin est active au niveau local, régional, fédéral, européen et international. Nous tirons bien sûr parti de notre implantation à Bruxelles, capitale de l'Europe, de la Belgique et des deux grandes Communautés de notre pays

Vous trouverez de plus amples informations sur nos projets et publications sur notre site internet: [www.kbsfrb.be](http://www.kbsfrb.be)  
Renseignements pratiques par e-mail [info@kbs-frb.be](mailto:info@kbs-frb.be) ou tél. +32-70-233 728

Fondation Roi Baudouin, rue Brederode 21, B-1000 Bruxelles  
+32-2-511 18 40, fax +32-2-511 52 21

Les dons à partir de 30 euros versés à notre compte 000-0000004-04 sont fiscalement déductibles.

