

PRINCIPALES EVOLUTIONS ET MOTEURS DE LA CONSOMMATION DE VIANDE. LES DYNAMIQUES SPECIFIQUES A LA VIANDE DE VOLAILLE

HEBEL Pascale¹

¹CREDOC, 142, rue du Chevaleret – 75 013 PARIS
hebel@credoc.fr

RESUME

A partir des enquêtes de consommation alimentaire, il est possible de comprendre les évolutions de consommation des types de viande et de comprendre comment se diffusent les normes sociales. La baisse généralisée de la consommation de produits carnés s'explique par des évolutions générationnelles. Les jeunes générations privilégient les produits transformés et prêts à consommer, les produits carnés sont aujourd'hui de plus en plus consommés sous forme d'ingrédients (dans les sandwichs, pizzas) et de moins en moins à l'état brut. Les viandes de bœuf et de veau sont de moins en moins consommées par les jeunes générations, alors que pour les viandes blanches, toutes les générations en consomment autant, mais les évolutions au cours du cycle de vie sont très fortes. La consommation est maximale quand on a des enfants. Ces évolutions de consommation sur les viandes de bœuf et de veau expliquent comment ont évolué les normes sociales avec l'arrivée des nouvelles générations. Pour les populations composées majoritairement de « travailleurs de force », la recherche d'énergie dans l'alimentation passait par l'incorporation des aliments les plus porteurs du symbole : les viandes (symboles de muscles) rouges (symboles de vie et force) des animaux de trait, le cheval et le bœuf. Ce constat est toujours vrai en 2007, puisque les ouvriers et les agriculteurs consomment nettement plus de produits carnés que les autres catégories de population. Les viandes blanches de volailles avaient plutôt une image de légèreté (animaux à plumes pouvant voler) « tenant moins au corps » ; elles étaient donc une sorte de viande par défaut, à la limite de la catégorie, porteuse de valeur plus féminine. Pourtant, les hommes continuent de consommer nettement plus de viandes de volailles que les femmes.

ABSTRACT

Significant changes and engines for consumption of meat. The specific dynamic poultrymeat

With food consumption surveys, it is possible to understand the evolution of consumption of meats and understand how social norms diffuse. The general decline in the consumption of meat products due to generational changes. Younger generations prefer processed foods and ready-to-eat meat products are now increasingly consumed as ingredients (in sandwiches, pizza) and less in the rough. The beef and veal are less consumed by the younger generations, while for white meat, all generations consume as much, but developments during the life cycle are very strong. Consumption is highest when there are children. These developments on the consumption of beef and veal explain how social norms have changed with the arrival of new generations. For populations consisting mostly of "working by force", the search for energy in the diet passed through the incorporation of the foods most carriers of the symbol: the meat (muscle symbols) red (symbol of life and strength) of draft animals, horses and beef. This observation is still true in 2007 as workers and farmers consume much more meat products than other population groups. The white meat of poultry had rather an image of lightness (fowl can fly) "taking less body", and were thus a kind of meat by default, the limit of the class value bearing more feminine. Yet, men continue to consume significantly more poultry meat than women.

INTRODUCTION

L'histoire des humains a été dominée par la chasse et la cueillette jusqu'au début de l'agriculture et l'élevage, il y a moins de 10 000 ans. Les disponibilités d'aliments étaient conditionnées par les contraintes écologiques (pédo-climatiques) de l'environnement proche des habitats. La consommation de viandes dépendait donc de l'existence de gibier et des possibilités d'élevage sur pâturages. Les régimes alimentaires étaient donc presque exclusivement formés de produits d'origine végétale et notamment de céréales qui avaient l'avantage de fournir en abondance, sous la forme la moins coûteuse qui soit, des calories et des protéines même si la qualité de celles-ci diffère de celles des produits d'origine animale. Mais la viande restait préférée par les humains qui sont majoritairement en situation de pénurie. L'historien Montanari (1995), rappelle ainsi : « *La viande devint la valeur alimentaire par excellence. Si un médecin latin comme Cornelius Celsus n'hésitait pas à considérer que le pain est dans l'absolu le meilleur aliment... les manuels de diététique postérieurs au Vème siècle accordaient une attention de très loin prioritaire à la viande.* » Mais tant que le niveau de vie de la plus grande partie des populations était faible, le coût de l'élevage limitait la consommation de viande aux classes aisées. Ainsi, la consommation de produits carnés a longtemps été considérée comme le marqueur symbolique de la prospérité ou de la pauvreté relative d'une société et de groupes socio-économiques spécifiques. Pour les populations composées majoritairement de « travailleurs de force », la recherche d'énergie dans l'alimentation passait par l'incorporation des aliments les plus porteurs du symbole : les viandes (symboles de muscles) rouges (symboles de vie et force) des animaux de trait, le cheval et le bœuf. Les viandes de porc étaient appréciées surtout pour le lard : l'attrait du gras pour son apport important en énergie. Par contre, les viandes blanches de volailles avaient plutôt une image de légèreté (animaux à plumes pouvant voler) « tenant moins au corps » ; elles étaient donc une sorte de viande par défaut, à la limite de la catégorie. Il est intéressant d'observer que cette représentation a laissé des traces aujourd'hui dans les définitions des contours des filières et des nomenclatures de produits : les volailles ne sont pas intégrées aux « viandes de boucherie ». A la répartition sociale des rôles selon le genre des individus (les hommes travailleurs de force et les « mères au foyer ») étaient associées des représentations masculines aux viandes rouges et charcuteries et par contre des représentations féminines aux viandes de volailles. Comment ont évolué les consommations de produits carnés au cours du temps ? Quels sont les marqueurs sociologiques des consommations des différents produits carnés ?

Nous proposons d'analyser les évolutions de la consommation des produits carnés au travers des enquêtes de consommations alimentaires et des enquêtes budget des ménages de l'INSEE.

1. MATERIELS ET METHODES

Populations

Par leurs méthodes analogues de recueil auprès d'une population représentative, les enquêtes alimentaires permettent d'analyser les évolutions en cours et de mesurer l'impact de la trace culturelle historique (Lafay et al, 2002). Les enquêtes INCA 1999, CCAF 2004 et CCAF 2007, ont été menées selon la méthodologie suivante. Elles ont été réalisées auprès d'un échantillon national représentatif de 1 000 à 1 200 ménages français, avec interrogation de tous les individus du ménage (enfants 3 à 14 ans et adultes de 15 ans et plus). Le terrain s'étale sur 9 à 10 mois de novembre 2006 à juillet 2007 (respectivement d'août 1998 à juin 1999, d'octobre 2002 à juillet 2003). Le recrutement des ménages a été assuré par la méthode de stratification géographique (région et taille d'agglomération) et des quotas (âge, sexe, catégorie socio professionnelle et taille du ménage). Le détail de la méthodologie de ce type d'enquête a été validé et publié (Lafay et Berger, 2010 ; Le Moulec et al, 1996). Afin de respecter la représentativité des individus, des redressements ont été réalisés en respectant la distribution de la population selon les variables de quotas en se basant sur l'enquête emploi de l'INSEE de 2006. Au total, 2 363 adultes représentatifs des 15 ans et plus et 1 072 enfants représentatifs des 3-14 ans ont été enquêtés dans CCAF 2007.

Méthodologie

Les enquêtes comportaient deux volets : le premier sur les attitudes et les pratiques alimentaires et le second sur les consommations individuelles (toutes prises alimentaires, y compris les boissons).

Les consommations sont relevées sur une période de sept jours consécutifs et à l'aide d'un carnet de consommation. Le relevé exhaustif des consommations alimentaires individuelles s'est effectué en 4 vagues. La base de données sur les consommations porte sur une quarantaine de groupes d'aliments et 1300 produits. Elle permet d'analyser les consommations alimentaires à chaque repas (types de produits consommés, quantités, circonstances de consommation) et les profils nutritionnels individuels de manière très détaillée. L'identification des aliments et des portions est facilitée par l'utilisation d'un cahier pour visualiser les tailles des portions, et en prenant

en compte les différentes occasions, les lieux, du contexte de consommation ainsi que la présence d'autres personnes. Le remplissage des carnets pour les enfants a été réalisé par les parents. Cette méthode est la plus classique dans les enquêtes nutritionnelles internationales sur les consommations alimentaires individuelles (Favier et al, 1995). Afin d'écarter le biais lié à la sous déclaration des consommations alimentaires de certains enquêtés, les sujets « sous évalants » (en dessous de 1,55 fois le métabolisme de base) ont été écartés. Au final deux groupes d'individus ont été constitués : 1 399 adultes normo-évalants représentatifs des 15 ans et plus et 1 005 enfants représentatifs des 3-14 ans. Nous avons utilisé des analyses de la variance pour tester les différents effets des variables de contrôle. Le logiciel SAS 9.0 (SAS Institute INC., USA) a été utilisé pour les calculs des moyennes, les écarts types et les fréquences. Les analyses sont réalisées en évolution par catégorie sociodémographiques pour mettre en évidence les formes de diffusion des normes sociales.

2. RESULTATS ET DISCUSSION

Entre 1999 et 2007 (cf. Figure 1), la consommation de produits carnés diminue respectivement de 20% et de 23% chez les adultes et les enfants. Cette diminution s'explique par de nouveaux discours qui se développent en liaison avec la montée des préoccupations de santé. Les messages spécifiques sur la viande tendent à valoriser et à privilégier la consommation de viande blanche (volaille en particulier) décrite comme plus « diététique », « légère », « moins grasse », « plus digeste » et « recommandée dans les régimes minceurs ». L'image de la viande rouge est marquée par une forte ambiguïté : la viande rouge est considérée comme nécessaire à l'organisme de part ses qualités nutritionnelles (riche en fer, en protéines, etc.) mais elle peut également véhiculer une image négative en raison de l'augmentation des risques de santé potentiellement associée à des consommations excessives. Comme on le voit sur la Figure 2, les diminutions de consommation sont surtout importantes sur les viandes de boucherie qui subissent un fort effet générationnel et un effet d'époque. Les générations plus jeunes consomment nettement moins de viande rouge que les générations les plus âgées (huit fois moins entre la génération Robots Ménagers (née entre 1937 et 1946) et la génération internet (née entre 1977 et 1986) à 40 ans). La diminution est nette au cours du temps pour les plus âgés. Les préparations à base de viande font, elles, par contre l'objet d'un effet générationnel positif. Elles sont davantage consommées par les jeunes générations comme l'ont démontré Hébel et Recours (2007). Les consommations de viandes de volailles sont liées aux effets de cycle de vie (cf. Figure 3). Ces effets

générationnels s'expliquent par les facteurs socioculturels suivants : des nouveaux modes de vie où les loisirs occupent une place croissante et par conséquence, une aspiration à plus de commodité qui conduit à l'abandon de certains morceaux (par exemple la viande de bœuf à bouillir) au profit de produits industriels à forte praticité (viande à griller) ; des nouvelles représentations des animaux chez les jeunes urbains qui entraînent des attitudes sarcophagiques et une préoccupation montante de bien-être animal ; Le développement de la lipophobie et des régimes minceur qui provoquent chez certaines personnes le rejet de viandes dont l'image est grasse comme les viandes rouges. En effet, l'association entre le gras et la viande rouge a toujours été forte pour la simple raison que les différences de couleur entre le « gras » et le « maigre », des morceaux sont plus visibles dans les viandes rouges que dans les viandes blanches. Il faut rappeler à ce sujet que ces représentations diffèrent de la réalité des teneurs en lipides des viandes puisque celles-ci varient bien plus selon les morceaux au sein d'une même espèce animale que selon l'espèce ou la couleur de la viande : les espèces à l'origine des viandes rouges, contenant tout comme celles à l'origine des viandes blanches à la fois des morceaux maigres ou peu gras et d'autres morceaux plus gras.

Le facteur lié au genre est celui qui est le plus discriminant en termes de consommation alimentaire (cf. Figure 1). Une des raisons de cet écart tient aux différences physiologiques importantes. Les dépenses énergétiques des hommes sont généralement plus élevées que celles des femmes. Le rapport au corps est aussi très différent entre les hommes et les femmes. Les femmes subissent de fortes modifications de la répartition de la masse grasseuse à l'adolescence. Elles sont plus attentives à la consommation de matières grasses. La consommation de produits carnés, n'échappe pas à la règle : les hommes mangent en moyenne une quantité de produits carnés supérieure d'environ 1,4 fois à celle des femmes. Les différences selon le sexe sont toutefois moins importantes pour les produits dont la consommation est moins régulière : le cheval et la viande des préparations à base de viande. Les écarts les plus importants sont observés sur la viande de bœuf (que ce soit en produits bruts ou en produits intégrés aux préparations à base de viande, facteur multiplicatif de 1,4 pour les hommes par rapport aux femmes), la charcuterie (facteur multiplicatif de 1,5) et la volaille (facteur multiplicatif de 1,3). L'écart de la consommation de viande de bœuf, viande rouge rappelant le sang, peut aussi s'expliquer par le tabou que représente pour les femmes le sang menstruel. En ce qui concerne la consommation de volailles, malgré son image moins masculine, la consommation est plus forte chez les hommes que chez les femmes (24% en plus). Les diminutions sont plus fortes chez les

femmes qui sont plus sensibles aux messages nutritionnels. Elles jouent sans doute un rôle ensuite dans les baisses de consommation masculines.

Les catégories socioprofessionnelles qui réalisent le plus d'efforts physiques se distinguent nettement par leur consommation plus importante de produits carnés (cf. Figure 4). Cette relation est surtout forte pour la viande de bœuf, elle l'est beaucoup moins pour les viandes de volailles. La segmentation sociale de la consommation de produits carnés tend à opposer les catégories sociales les plus aisées (cadres, professions libérales, professions intermédiaires) aux catégories sociales les moins aisées (ouvriers et artisans et commerçants). Au regard de ces chiffres, on peut supposer qu'entre autres facteurs, les effets des messages de santé par rapport aux consommations excessives de viande ont gagné en premier lieu les leaders d'opinion des classes supérieures, les plus diplômées pour se répercuter sur les classes moins cultivées.

La consommation de produits carnés est plus élevée dans les autres types de ménages (c'est-à-dire chez les colocataires) et les couples avec enfants. Elle est par contre très faible dans les ménages monoparentaux, en raison sans doute des difficultés financières de ces types de ménages. Dans les familles monoparentales, on mange 40% de moins de viande de volailles que dans les couples avec enfant. La consommation de viande de volaille est très liée au cycle de vie comme on le voit sur la Figure 3. Elle est maximale au moment où l'on a des enfants quand on est en couple. Elle diminue avec le départ des enfants et l'âge.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- FAVIER J.C., IRELAND-RIPERT J., TOQUE C., FEINBERG M. CIQUAL, Répertoire général des aliments. Table de compositions. Lavoisier Tec & Doc, Paris, 1995.
- HEBEL P. et RECOURS F. 2007, Effets d'âge et de génération : transformation du modèle alimentaire. 2007. Cahier de Nutrition et de Diététique, 42, 6
- LAFAY L., MENNEN L., SIX M.A., CALAMASSI-TRAN G., HERCBERG S., VOLATIERJ.L., CASTETBON K., MARTIN A. Etude de validation d'un carnet de consommation alimentaire de 7 jours pour l'enquête INCA 2 – ENNS- Insee-Méthodes : Actes des Journées de Méthodologie Statistique 2002
- LAFAY L., VERGER E. Les apports en lipides d'origine animale de la population française : résultats de l'étude INCA2. Cahiers de Nutrition et de Diététique (2010, sous presse)
- LE MOULLEC N, DEHEEGER M, PREZIOSI P., MONTEIRO P., VALEIX P., ROLLAND-CAHERA M.F., POTIER DE COURCY G.,

CONCLUSION

Après une longue période de transition alimentaire où les produits carnés et laitiers se sont substitués aux produits céréaliers au fur et à mesure de l'élévation des niveaux de vie, on a commencé à observer, à partir des années 80, une inversion de cette tendance, principalement chez les catégories les plus aisées de la population. D'un point de vue nutritionnel, les représentations de la viande oscillent entre mise en avant de ses intérêts nutritionnels et mise en garde contre des consommations excessives. Ainsi, après une augmentation de la consommation totale des produits carnés du début du XIXème siècle aux années 1980, on observe une diminution globale des consommations des produits carnés. Celle-ci pourrait s'expliquer, en partie, par une baisse tendancielle des consommations de produits « bruts » (fruits et légumes frais, viande ou poisson peu ou pas transformés) au profit de produits alimentaires plus élaborés (pizzas-quiches, plats cuisinés, ultra-frais laitiers, eaux-jus de fruits-sodas, etc.) en raison de l'évolution des modes de vie : nouvelles formes de gestion du temps, recherche de praticité, demande croissante de services associés aux aliments, etc. Cette évolution des consommations de produits « bruts » est fortement marquée par un effet générationnel : les jeunes adultes d'aujourd'hui consomment beaucoup moins de viande de boucherie que la génération de leurs grands-parents au même âge. Les viandes de volailles suivent le même mouvement de recherche de produits plus pratiques.

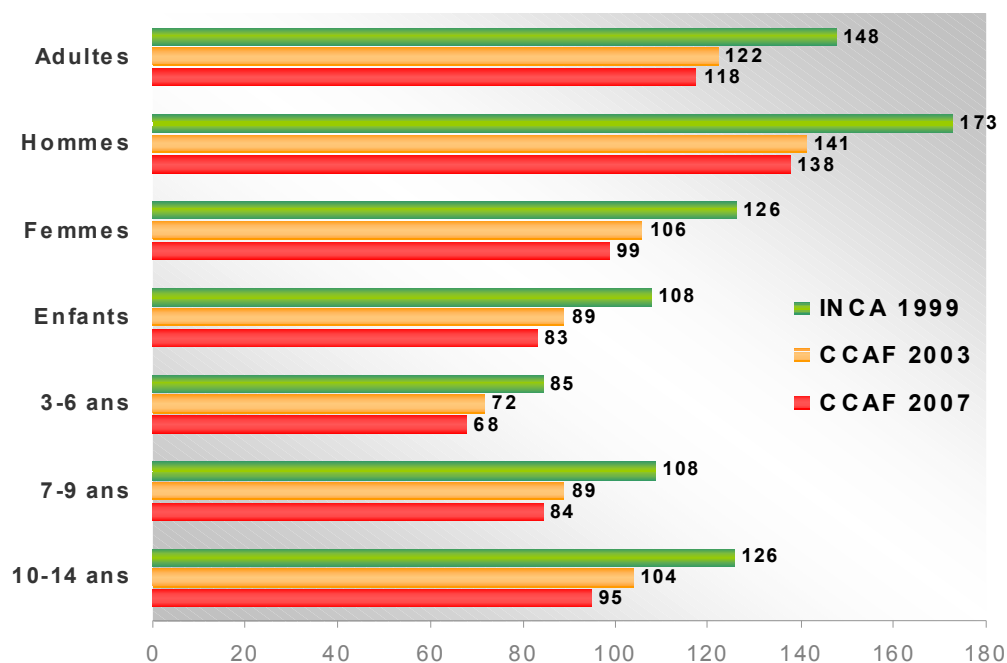
- CHRISTIDES J.P. GALAND P, HERCBERG S. 1996. Validation du manuel photos utilisé pour l'enquête alimentaire de l'étude SUVIMAX, Cahiers de Nutrition et Diététique, 31, p 158-164.
- MONTANARI M., 1995. – La faim et l'abondance. Histoire de l'alimentation en Europe, Paris : Seuil.

Tableau 1. Consommation des différents types de viandes selon le type de ménages

	Célibataire	Couple sans enfant	Famille monoparentale	Couple avec enfant	Autres
Produits tripiers (g/j)	4,9	4,3	1,0	2,2	5,5
Bœuf (g/j)	21,5	21,9	26,3	27,2	29,0
Charcuterie (g/j)	31,0	36,7	29,3	37,2	34,1
Volailles (g/j)	21,6	20,9	13,9	23,1	20,8
TOTAL Produits carnés	111,8	119,7	96,9	121,2	139,9

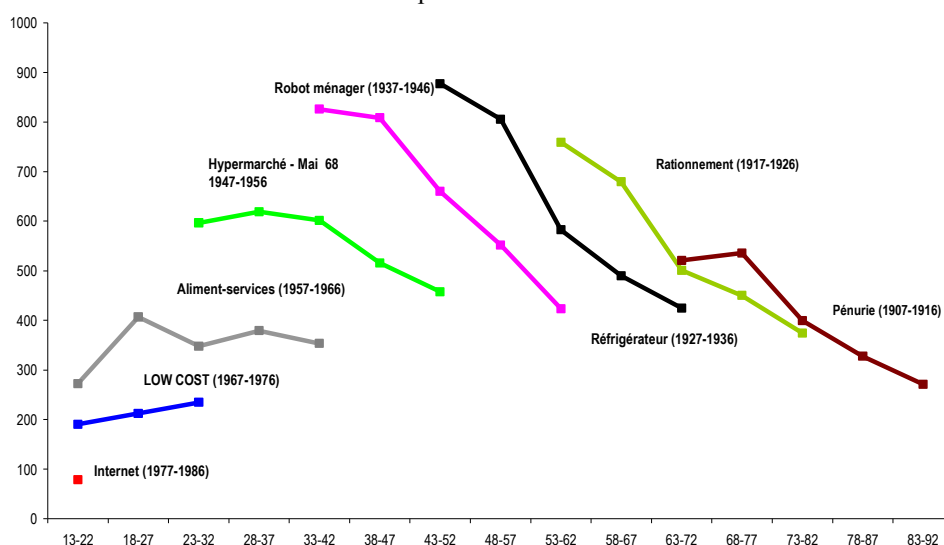
Source : Enquête CCAF 2007, CREDOC

Figure 1. Consommation de produits carnés en grammes par jour



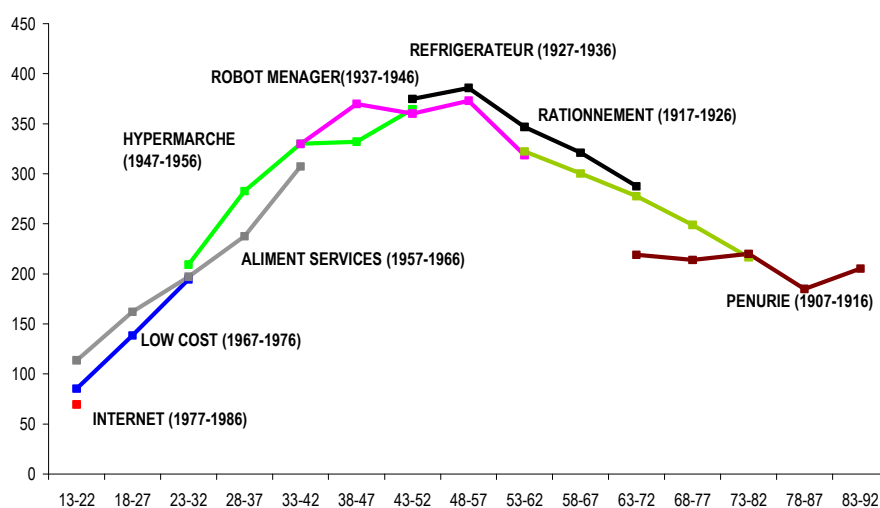
Source : Enquête CCAF 2007, CREDOC

Figure 2. Représentation des effets d'âge et de génération sur les achats en viandes de bœuf et veau en euros constants 2000 par unité de consommation



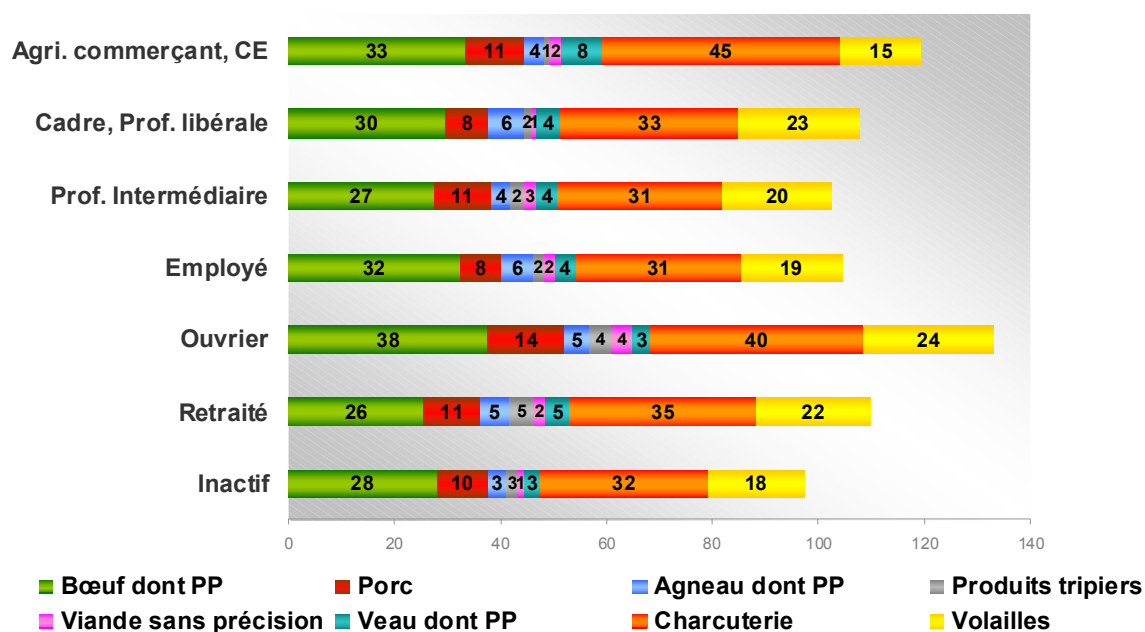
Source : Enquêtes BDF 1979, 1984, 1990, 1995, 2000

Figure 3. Représentation des effets d'âge et de génération sur les achats en viandes de volaille en euros constants 2000 par ménage



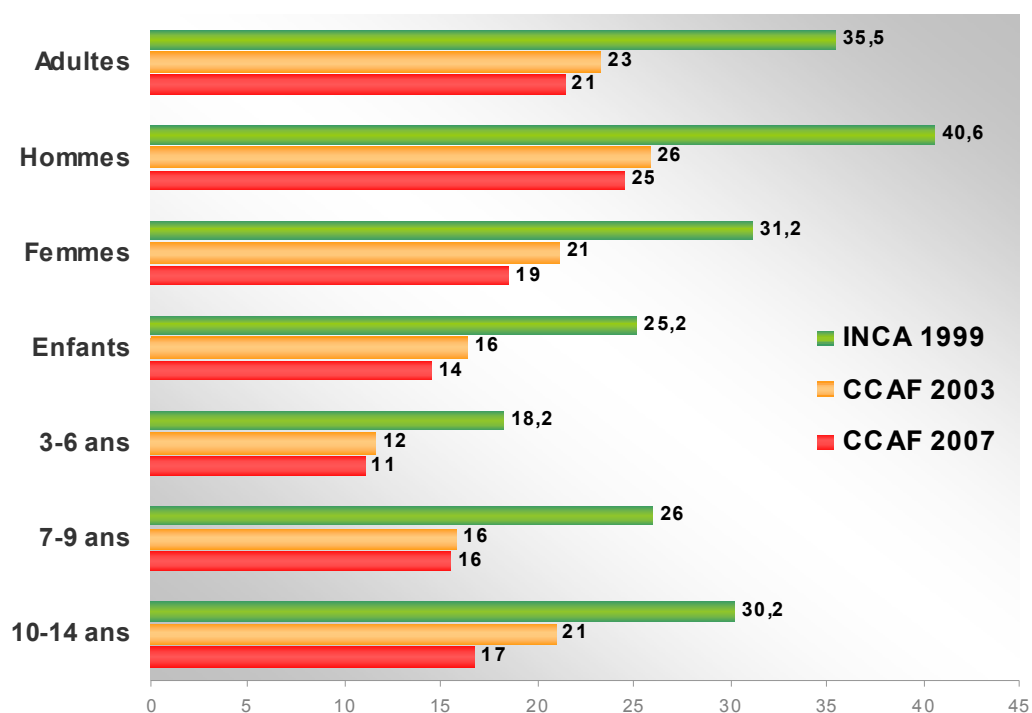
Source : Enquêtes BDF 1979, 1984, 1990, 1995, 2000

Figure 4. Consommation des différents types de viandes en grammes par jour selon la PCS en 2007



Source : Enquête CCAF 2007, CREDOC

Figure 5. Consommation de viandes de volailles en grammes par jour



Source : Enquêtes alimentaires du CREDOC