Pourquoi notre système alimentaire est intenable

SURCONSOMMATION : L'IMPASSE 3|5 Trop d'emballages, de viande, de pesticides... Pour réduire l'impact de l'alimentation sur le climat, il faudra transformer le contenu de nos assiettes et nos modes de production

Sur sa ferme d'Hillion (Côtes-d'Armor), Dominique Madec élève 55 vaches laitières sur 44 hectares, une taille plutôt modeste pour une exploitation dont le lait, bio, est collecté par une centrale et vendu en circuit long. *« Plutôt que de faire du volume, notre revenu est tiré par les marges,* explique l'agriculteur de 44 ans. *On élève nos vaches en grande partie à l'herbe, on cultive un peu de maïs et de céréales qu'on autoconsomme. Cette autonomie, cette sobriété, c'est la base de notre système. »* « Sobriété ». En plein cœur de la Bretagne, terre d'élevage intensif, ce terme reste encore marginal. Dominique Madec est pourtant convaincu que le nombre d'animaux élevés en France n'est pas soutenable. Installé au fond de la baie de Saint-Brieuc, il est aux premières loges du phénomène des algues vertes. *« La pression de l'élevage sur les écosystèmes est très visible à Hillion »,* souligne-t-il.

La sobriété appliquée à l'alimentation comporte deux facettes : produire et se nourrir. Pourtant, le terme est rarement accolé à celui d'alimentation, et peut même lui paraître antinomique. *« En France, les valeurs au cœur de nos comportements alimentaires, ce sont le goût et la convivialité, qui sont deux concepts qui ne vont pas de pair de façon très évidente avec la sobriété »,* relève Mathias Ginet, haut fonctionnaire et auteur d'un rapport sur la souveraineté alimentaire pour Terra Nova. Certains pourraient même croire que celle-ci renvoie à une notion de calories ou de régime. Or, selon Christian Couturier, directeur général de l'association Solagro, qui fait de la prospective et de l'accompagnement à la transition agricole, *« la sobriété, ce n'est pas la restriction, c'est une façon de vivre économe. Se restreindre, c'est se priver de biens et services nécessaires, alors que là, il s'agit de choisir des biens et services utiles et plaisants ».* En outre, poursuit M. Couturier, la sobriété n'est pas qu'un simple enjeu de comportements individuels. *« Ce sont des choix collectifs de politiques publiques qui doivent se traduire par des changements de comportement des consommateurs »,* insiste-t-il. Néanmoins, au terme d'« alimentation sobre », les travaux de recherche préfèrent celui d'« alimentation durable ». *« La durabilité est un concept qui englobe différentes dimensions – environnementales, climatiques, sociales, sanitaires –, mais qui est très compliqué à définir,* note Lucile Rogissart, cheffe de projet agriculture et alimentation à l'Institute for Climate Economics (I4CE). *On est focalisés sur le climat, mais quand on parle agriculture et alimentation, les objectifs ne peuvent pas être juste de limiter les gaz à effet de serre. »* Avec un prisme uniquement climatique, le risque serait de favoriser des modes de production très intensifs et efficaces sur le plan des émissions carbone, comme les élevages de poulets à grande échelle en bâtiments fermés, alors que ces systèmes peuvent être polluants, nuire à la biodiversité et au bien-être animal.

OBJECTIFS PARTAGÉS

Pour Mathieu Saujot, chercheur à l'Institut du développement durable et des relations internationales (Iddri), tout l'enjeu de la transition consiste à définir collectivement des objectifs partagés : *« Un scientifique va dire que l'alimentation durable, c'est manger moins de protéines animales. Des individus dire que manger local est important. D'autres encore qu'ils veulent des produits sans emballage plastique,* détaille-t-il. *On a des orientations à prendre, c'est une opportunité politique. »* Dans son acception très large, l'alimentation durable est celle qui préserve la santé, respecte les paysans et la terre. Pesant un quart des émissions de gaz à effet de serre d'origine humaine, la chaîne alimentaire est appelée à une profonde remise en question de son modèle. L'agriculture, notamment les grandes monocultures nourries aux intrants, est par ailleurs un des facteurs reconnus de perte de biodiversité et de dégradation des terres, tout en subissant les conséquences de l'appauvrissement des sols.

En raison de son empreinte environnementale majeure, l'élevage est au centre des débats. A lui seul, il pèse la moitié des émissions du secteur agricole et 14,5 % des émissions totales d'origine humaine. S'il n'existe pas de régime uniforme pour toute la planète, les scientifiques conviennent que réduire la part consacrée à la viande dans les pays développés est indispensable. Un Européen ou Nord-Américain consomme en moyenne six à dix fois plus de viande qu'un Africain, et deux fois plus qu'un Asiatique. Une commission collégiale formée par la revue médicale *The Lancet* avait estimé en 2019 que les Européens devraient réduire leur consommation de viande rouge de 77 % pour respecter les limites planétaires et leur santé, tout en doublant celle de fruits, légumes, noix et légumineuses. Manger moins de viande, donc, à condition que celle consommée soit produite dans des systèmes plus durables. *« La réduction du cheptel, c'est un objectif qui coche toutes les cases,* constate Lucile Rogissart. *Celles du climat, de l'environnement, de la santé. »*

À LUI SEUL, L'ÉLEVAGE PÈSE LA MOITIÉ DES ÉMISSIONS DU SECTEUR AGRICOLE ET 14,5 % DES ÉMISSIONS TOTALES D'ORIGINE HUMAINE

« C'EST TABOU »

Malgré ce consensus scientifique, les responsables politiques ne s'aventurent guère à dire publiquement qu'il faut diminuer le nombre d'animaux élevés. Le sujet est trop clivant. *« C'est tabou,* observe Christian Couturier. *Dès qu'on aborde ce débat, on est étiquetés pour ou contre l'élevage. Mais on sait que c'est la direction à prendre. »* La baisse des cheptels figure bien dans la stratégie nationale bas carbone pour l'agriculture, publiée en juin 2021, avec un objectif de réduction de l'ordre de 13 % d'ici à 2030, moins ambitieux que ce que préconisent les analyses scientifiques. Mais le ministère de l'agriculture se garde, dans sa communication, de mettre en avant ce cap.

La tendance est cependant déjà amorcée en France. Entre 2000 et 2019, le nombre total de vaches laitières et allaitantes a baissé de 8 %, selon l'Institut de l'élevage (Idele). Même trajectoire pour les effectifs d'ovins, qui ont diminué de 8,3 % de 2011 à 2020, ou dans la filière porcine, où le nombre de truies a chuté de 19 % en dix ans. Pour Christian Couturier, il y a urgence à poser le débat de façon raisonnée, car la casse sociale est déjà là : *« Le nombre d'agriculteurs dégringole, le revenu ne s'est pas arrangé, il y a des régions où on ne trouve plus de vétérinaires et la France est de plus en plus importatrice de viande. Aujourd'hui, la situation n'est pas du tout florissante. »* Difficile, dans ce contexte, d'envisager l'avenir, quand il faudrait au contraire poser les jalons d'un futur durable. *« Tout le monde dit qu'il faut faire la transition écologique dans l'agricul-*

L'autoproduction suscite un engouement croissant

De plus en plus de citoyens sont engagés dans cette démarche, qui vise notamment à manger sain tout en faisant des économies

Jardins partagés contre promoteur. Ce feuilleton de l'affrontement entre les tenants du maintien d'un sol nourricier et les bétonneurs à l'appétit dévorant ne cesse de se répéter sur le territoire français. A l'image de la confrontation qui vient de se dérouler à Cluses (Haute-Savoie).

Les 4 000 mètres carrés exploités depuis cinq ans par des jardiniers amateurs dans le quartier Messy de cette ville située dans la vallée de l'Arve ont senti le vent du boulet. Un projet d'immeuble d'habitation était prévu dans une parcelle limitrophe, incitant le propriétaire du terrain des jardins à le céder, avec sa maison.

L'Association des amis des jardins partagés et solidaires s'est mobilisée et a trouvé une oreille attentive à la mairie. La municipalité a bloqué la vente et s'est portée acquéreuse du terrain convoité par le promoteur. Au grand soulagement des jardiniers, qui devraient même voir leur zone maraîchère s'étendre.

Cet attachement aux jardins partagés le prouve : cultiver son lopin de terre, beaucoup de Français en rêvent. Pour appréhender le phénomène, et mieux connaître ses clients, l'enseigne Gamm Vert a demandé à la société L'ObSoCo d'étudier ce qu'elle définit comme l'autoproduction alimentaire. Les pratiques de 4 000 Français, en excluant de l'échantillon les agriculteurs professionnels, ont été passées au tamis.

Premier résultat, selon Guénaëlle Gault, directrice générale de L'ObSoCo : *« Deux tiers des Français pratiquent l'autoproduction, et ils sont de plus en plus engagés dans la démarche. »* Avec un spectre très large, allant de la simple culture de plantes aromatiques à la production de fruits, de légumes ou d'œufs, en passant par la fabrication d'engrais...

Parmi les Français sondés qui ont un jardin certains se contentent d'entretenir une pelouse, mais un tiers font pousser tomates, carottes, haricots, pommes de terre ou fraises sur leur terrain. L'ObSoCo estime que, mis bout à bout, ces potagers pourraient atteindre 1,2 million d'hectares (contre 28 millions cultivés par les agriculteurs). Près de 12 % des personnes interrogées affirment posséder des arbres fruitiers, et 10 % des poules.

Les citadins habitant en appartement, s'ils ont la chance de posséder un balcon ou, mieux, une terrasse, pratiquent aussi les joies du jardinage à une échelle réduite. Certains se tournent vers les jardins partagés en ville ou en zone périurbaine pour bêcher et planter en pleine terre. Pour l'ObSoCo, 800 000 Français auraient ainsi accès à un jardin potager collectif.

« Nouer des liens »

Difficile toutefois de quantifier les volumes de fruits et légumes issus de cette autoproduction. Le Comité national interprofessionnel de la pomme de terre a tenté de se livrer à l'exercice. Il estime que les Français récoltent bon an mal an près de 400 000 tonnes de bintje ou autres charlotte. L'ObSoCo, de son côté, a chiffré la ponte des poules domestiques à 47 millions d'œufs par semaine. Et table sur un total de 282 millions de conserves certifiées « faites maison ».

Cette autoproduction répond à de multiples motivations, même si la question de la santé arrive en tête, citée par les trois quarts des personnes interrogées. Les jardiniers du dimanche se disent désireux de reprendre le contrôle de leur alimentation et de réduire leur dépendance vis-à-vis des entreprises. *« L'autoproduction est un phénomène à l'intersection de tendances lourdes, comme celle de manger sain et peu transformé, de faire quelque chose de ses propres mains, de nouer des liens, mais aussi de faire des économies »,* explique Guénaëlle Gault.

Un tiers des pratiquants comptent sur leur « main verte » pour réduire leur facture alimentaire. Pour d'autres, au contraire, ce loisir a un coût. Une diversité de réalités qui fait dire à L'ObSoCo que l'autoproduction dépasse les clivages sociaux ou générationnels. Et échappe le plus souvent à tout mercantilisme. Elle vient d'ailleurs irriguer l'économie du don. Qui n'a pas profité des œufs frais, des confitures, du miel, des légumes ou des fruits livrés par des amis ou des membres de sa famille fiers de leur récolte ?

Depuis deux ans, avec la crise sanitaire liée au Covid-19, un quart des pratiquants disent avoir intensifié leur activité. D'autant que, lorsque les consommateurs plébiscitent les produits locaux, l'autoproduction en est la parfaite illustration. Reste que s'improviser jardinier ou éleveur n'est pas chose aisée. Il y a bien des échecs et des abandons. Quand le renard s'attaque au poulailler, certains repartent acheter leurs œufs au supermarché... ■

LAURENCE GIRARD

Dans une usine de volailles à Suqian (Chine), le 16 avril 2016.
GEORGE STEINMETZ

ture, mais personne ne dit politiquement ce que ça veut dire, regrette Mathias Ginet. *La transition se planifie et s'organise si on veut qu'elle se fasse sur le long terme. Il faut être honnête et transparent sur ce que ça veut dire, y compris sur les aspects négatifs à court terme.* » Les éleveurs eux-mêmes prennent les devants, se diversifient, réduisent leurs chargements, diminuent les achats de tourteaux (agglomérés de matières sèches issues des graines de colza, tournesol ou soja), et les remplacent par des prairies temporaires. « *Ils sont aux premières loges du réchauffement et ils agissent,* note Christian Couturier. *Mais plus on monte dans les étages des instances politiques et syndicales, moins le discours est ouvert à ces questions.* »

Du côté de la demande, la transition de l'alimentation n'est pas moins périlleuse que celle des modes de production. Comment encourager un régime plus sain, quand les contraintes pesant sur les ménages – du prix des denrées au temps consacré à la préparation des repas – incitent à aller vers des aliments transformés moins chers ? « *La condition indispensable pour accepter des changements de mode de vie, c'est l'équité et la confiance,* avance Elise Huber, chercheuse à l'Iddri sur les politiques agricoles et alimentaires. *Réguler la publicité, encadrer les cantines scolaires, ce sont des mesures qui permettent d'y aller. La taxe carbone, à l'inverse, ce n'était pas un bon outil. Ce sont des sujets périlleux, il ne faut pas les attaquer frontalement.* »

L'alimentation, source de convivialité, peut aussi être un sujet particulièrement conflictuel. De plus en plus de choix alimentaires sont critiqués, la mise en avant de régimes « *sans* » (gluten, lactose, viande…) pouvant même servir de repoussoir. Début 2020, le mouvement « lundi vert », appelant à une journée sans viande ni poisson dans la semaine, avait été contré par des appels à organiser des « samedis rouges », des élus allant jusqu'à poster fièrement sur les réseaux sociaux des photos d'assiettes carnées. Pour Mathieu Saujot, de l'Iddri, cette revendication de libre choix alimentaire « *est une fiction* » : « *On a une part de libre arbitre, mais on est contraints par l'offre de supermarché et de la cantine, par l'information qu'on me donne, par le fait qu'on subventionne certains produits et pas d'autres.* » Reconnaître que nos choix sont en partie contraints, et qu'ils ont un impact collectif, est une étape indispensable pour mettre en place une politique de transition. Il faut ensuite comprendre ce qui motive ces décisions (information, prix…). « *Sur les régimes alimentaires, la première motivation de changement, c'est d'abord la santé,* a constaté Pascale Hébel, ancienne directrice du pôle consommation et entreprise du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc), aujourd'hui directrice associée du cabinet de conseils C-Ways. *Si on a globalement réduit la consommation de viande, au départ, c'était pour manger moins gras. Ensuite sont venus les enjeux de condition animale et l'impact climatique. Pour le bio, c'est pareil : on veut manger bio d'abord pour sa santé.* »

QUARTIERS PRIORITAIRES

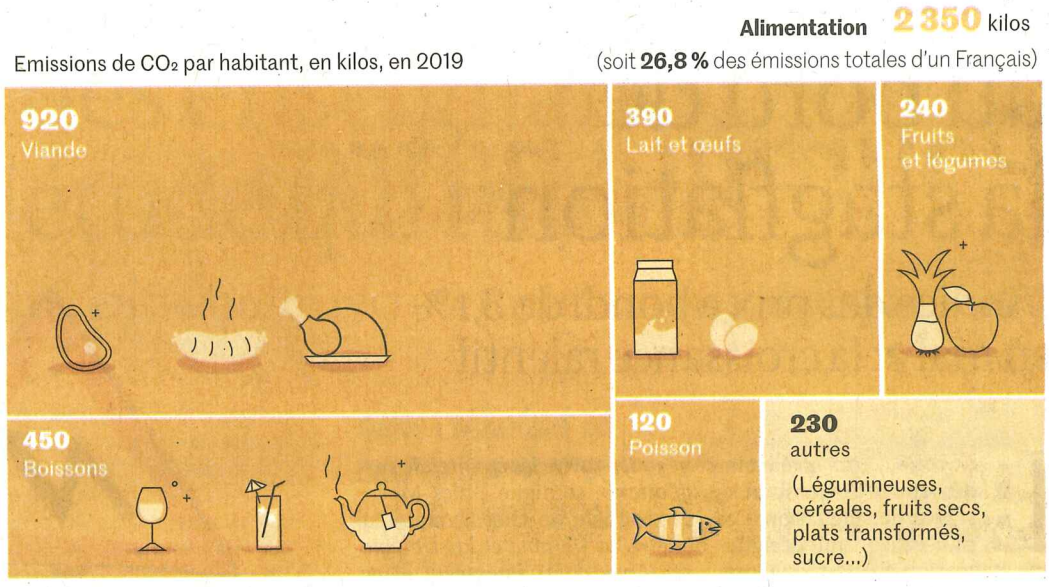
Aujourd'hui, un quart de la population française se déclare flexitarienne (pour une part stable de végétariens à 2,2 %). Mais le changement se heurte à plusieurs freins, en tête desquels figure le pouvoir d'achat. « *La moitié des Français ne mangent pas ce qu'ils veulent pour des raisons économiques,* relate Pascale Hébel, *et la proportion de ceux qui vont chercher de l'aide alimentaire* [7 millions à 8 millions de Français] *croît.* » L'équation est complexe : manger moins de viande coûte moins cher, mais manger plus de fruits et légumes coûte davantage. Outre l'argent, se pose la question de l'accès géographique à l'offre et du temps disponible. « *Or on a une contrainte de temps plus forte,* rappelle Pascale Hébel. *Par exemple, plus on a d'enfants, moins on consomme de fruits et légumes, car il faut faire des courses plus souvent.* »

Autant d'enjeux sur lesquels travaille l'association VRAC (Vers un réseau d'achat en commun), qui organise des épiceries « à prix coûtant » dans des quartiers prioritaires d'une douzaine de grandes villes. En février, l'association a ouvert un nouveau lieu de distribution à Floirac, près de Bordeaux. « *Il y avait un Lidl dans le quartier Dravemont qui a fermé un an pour travaux. Les habitants se retrouvaient sans solutions,* explique Boris Tavernier, délégué général de VRAC. *On a récupéré un local auprès d'un bailleur social. Mais même nos produits à prix coûtant restaient plus chers que ceux de Lidl. Il a fallu créer une caisse d'ajustement pour s'aligner sur les prix de l'enseigne.* »

En réponse aux contraintes économiques, le gouvernement entend déployer un « chèque alimentaire ». Mais les contours de ce dispositif, inclus dans la future loi sur le pouvoir d'achat, restent flous. Quel en sera le montant ? Sera-t-il fléché sur certains produits, au risque d'être difficilement accepté par les publics visés ? N'ayant toujours pas rendu public le rapport d'étude sur la question, le gouvernement laisse planer le doute sur ses intentions. ■

MATHILDE GÉRARD

Prochain article La consommation



En France, le grand écart des consommateurs face à leurs repas

Si les Français se tournent parfois vers la restauration rapide, ils sont, paradoxalement, plus regardants vis-à-vis de leur nourriture

Etes-vous plutôt gâteaux faits maison ou tartine de Nutella ? Entrecôte de votre boucher ou hamburger chez McDonald's ? Légumes bio d'un producteur local ou poke bowl livré par Uber Eats ? Réflexion faite, nous sommes tout cela à la fois, ce qui reflète un très net éclectisme alimentaire. Un seul chiffre le prouve. L'enseigne McDonald's compte 1500 établissements en France, pays qui a obtenu, en 2010, le classement du « repas gastronomique des Français » comme Patrimoine culturel immatériel de l'humanité par l'Unesco.

Malgré des débuts conflictuels, au tournant des années 1980, le géant américain a maillé peu à peu l'ensemble du territoire. Au cours des dix dernières années, il a accru de près de 20 % le nombre de ses implantations tricolores. Et, en 2021, les Français ont déboursé 5,5 milliards d'euros pour s'offrir un Big Mac, des frites ou un soda.

Dans une note pour la Fondation Jean Jaurès publiée fin janvier, le directeur du département opinion de l'IFOP, Jérôme Fourquet, évoque la « *génération McDo* », celle des 18-35 ans, qui « *s'est constituée ses repères, ses références et ses pratiques culturelles et gastronomiques dans un Hexagone en pleine métamorphose* ». Plus de la moitié d'entre eux (51 %) mangent chez McDo au moins une fois par mois, estime-t-il, avant d'ajouter que toutes les catégories socioprofessionnelles consomment des produits de l'enseigne.

Marques de soda omniprésentes

McDonald's n'est pas seul en lice dans la course à la conquête de l'appétit des Français. Son concurrent Burger King se trouve dans sa roue, de même que l'américain KFC, spécialisé dans le poulet pané, qui compte doubler le nombre de ses implantations – 300 aujourd'hui – d'ici à 2027.

Tous ces mastodontes de la restauration rapide ont pour point commun une force de frappe marketing puissante. Campagnes publicitaires massives, influence sur les réseaux sociaux : tout est fait pour séduire jeunes et moins jeunes. Cette incitation à consommer, force promotionnelle à l'appui, est aussi le fait de l'industrie agroalimentaire, dont le développement est allé de pair avec l'essor des supermarchés et des hypermarchés.

Ainsi, les grandes marques de confiserie ou de soda sont omniprésentes. A l'exemple du poids lourd italien Ferrero, propriétaire de la marque Nutella, choisi par la Mairie de Paris comme partenaire des illuminations de Noël des Champs-Elysées. Ou de Coca-Cola, sponsor de la Fédération française de football, qui organise pendant l'été la Copa Coca-Cola pour accroître sa présence sur le territoire auprès des clubs amateurs.

LES SCANDALES DE LA VACHE FOLLE, DES PIZZAS BUITONI DE NESTLÉ… BOUSCULENT LES HABITUDES ALIMENTAIRES

Les nouveaux venus dans l'arène du marketing et de la communication sont les jeunes pousses de la foodtech, qu'elles incitent à découvrir steaks ou lardons végétaux, territoire de conquête de l'industrie agroalimentaire, ou qu'elles encouragent le réflexe de la livraison à domicile de repas préparés. Si celle-ci s'est invitée dans le quotidien des Français lors de la pandémie, elle est depuis ancrée dans leurs habitudes de consommation. Selon une étude publiée par le cabinet NPD, le 24 mai, elle a bondi de 47 % entre 2020 et 2021. Et la tendance reste dynamique au premier trimestre 2022, avec une progression de 35 % par rapport à la même période de 2021. Avec l'arrivée des grandes enseignes de restauration rapide sur ce créneau de la livraison à domicile, le burger a détrôné la pizza dans les produits les plus consommés. Mais avec une gamme qui s'élargit, poke bowls et tacos sont dans la course.

Particulièrement sollicité par les marques alimentaires, le consommateur cherche aussi à garnir son assiette en fonction de ses valeurs ou de ses préoccupations. La santé et la protection de l'environnement font partie de ses priorités. Les scandales alimentaires comme celui de la vache folle, de la viande de cheval vendue à la place du bœuf dans des plats préparés, du lait infantile contaminé à la salmonelle de Lactalis et, plus récemment, des confiseries de Ferrero également contaminées à la salmonelle et des pizzas Buitoni de Nestlé contenant la bactérie *E. coli* sont autant d'événements qui bousculent les Français.

Les risques de surpoids et de maladie, les craintes liées au dérèglement climatique, les poussent à revoir leurs repas. Réduction de la consommation de viande, part grandissante des protéines végétales, achat de produits bio et locaux sont autant de réponses quotidiennes. Le succès de l'application Yuka, boussole pour décrypter la composition des produits et du Nutriscore (affichage nutritionnel validé par les autorités de santé), le prouve. Denis Lambert, président de LDC, leader de la volaille, désireux de se développer sur le marché des protéines végétales, le reconnaît : « *Les Français, engagés dans la transition alimentaire et écologique, font de plus en plus attention à ce qu'ils consomment.* »

Reste qu'un autre point essentiel s'immisce depuis peu dans la réflexion du consommateur. D'après l'institut d'études CSA, qui sonde les Français tous les mois, le pouvoir d'achat est devenu un sujet d'inquiétude majeur, devançant la santé et l'environnement depuis février. Alors que l'inflation sévit dans les rayons des supermarchés, chacun s'interroge sur les arbitrages budgétaires des ménages. Ils n'épargneront pas l'assiette du consommateur. ■

LAURENCE GIRARD

ASSEMBLÉE NATIONALE

L'Assemblée Nationale recrute par concours

12 ADMINISTRATEURS-ADJOINTS (H/F)

Inscriptions du lundi 9 mai au vendredi 17 juin 2022 inclus

Missions : Fonctionnaires parlementaires, les administrateurs-adjoints de l'Assemblée nationale participent à la mise en œuvre des procédures relatives aux travaux parlementaires (séance publique, commissions, délégations, offices et comités), à la communication de l'Assemblée nationale ainsi qu'à ses activités internationales. Ils assurent également des tâches de suivi de la réglementation, de gestion et de contrôle dans des domaines très variés : gestion des ressources humaines, marchés publics, budget et comptabilité, paie et prestations sociales.

Qualités requises : souci du service rendu, esprit d'équipe et polyvalence, qualités rédactionnelles, disponibilité et adaptabilité, rigueur et sens de l'organisation, ouverture d'esprit et curiosité.

Niveau requis : être titulaire d'un diplôme au minimum de niveau bac + 3. Demandes d'équivalence possibles.

Plus d'informations sur la procédure d'inscription au concours :
https://urlz.fr/i4Nd