



Best CIHEAM Master Thesis

Academic year 2007/2008

Le consommateur face à une nouvelle donne : l'alimentation durable

Agnese MIGLIORE - Italy

CIHEAM-MAI of Montpellier

Supervisors of thesis:

Martine PADILLA
Bénédicte OBERTI

Evaluation Commission:

M. Christian RÉMÉSY, Directeur de recherche INRA, Président
Mme Fatiha FORT, Maître de Conférences à SupAgro, Membre
Melle Bénédicte OBERTI, Chargée de recherche CIHEAM-IAMM, Membre
Mme Martine PADILLA, Enseignant-chercheur CIHEAM-IAMM, Membre

Résumé

Cette étude vise à comprendre dans quelle mesure le consommateur est prêt à s'engager pour un système alimentaire durable, ceci par un changement des ses habitudes alimentaires, au bénéfice de sa santé, de l'environnement et de la société. En effet, dans notre société, le système agro-alimentaire est caractérisé par une segmentation et un fort développement des services annexes. Les coûts environnementaux et sociaux deviennent de plus en plus importants et nous ne sommes plus sûrs que l'actuel système alimentaire puisse perdurer. Au moyen d'entretiens semi directifs auprès de 70 personnes, on peut voir que l'alimentation durable passe avant tout par une agriculture intégrant des considérations écologiques (produits de saison, locaux, cultivés traditionnellement, avec moins d'emballages), respectueuses de la santé (cultiver et transformer des produits naturels sans polluer) intégrant des valeurs éthiques et éventuellement sociales (favoriser les petits agriculteurs locaux). Le lien de causalité entre écologie et santé apparaît fortement et la proximité est rassurante. Le consommateur devient « consommateur-citoyen », qui énonce des droits et des exigences et réclame des garanties ainsi que des informations. Même si les critères de choix restent les qualités organoleptiques et les prix, les consommateurs sont prêts à changer d'attitude et à agir en conformité avec leurs nouveaux principes. Néanmoins, face à une offre trop vaste, ils demandent des informations pour guider leur choix sur des critères « durables » au moyen d'un étiquetage simple et transparent. Cela est une base pour reconquérir la confiance, entraîner des changements de comportements de manière durable.

Mots- clés : Développement durable, alimentation durable, comportement alimentaire, santé humaine, protection de l'environnement, consommation éthique.

Title of the thesis :

Consumers Facing a New Trend: Sustainable Food

Abstract

This study aims at analysing the degree of involvement of the consumer for a “sustainable food system” throughout changes in his food habits, to the benefit of his health, the environment and society in general. Our society is characterized by a segmented agri-food system and a high level of development of all the services connected to it. That's why environmental and social costs are constantly increasing, at such a level that we can no longer assert that the current food system will be maintained. After semi-directed interviews among about 70 persons, we can notice that the notion of sustainable food is essentially based on the ideas that agriculture takes into account ecological issues (seasonal or local products cultivated in a traditional way and with few packaging), respects health (to cultivate and transform products without polluting) and integrates ethical, sometimes social, values (to favour small local producers). The interview also underline there is a causality link between health and ecology and show that proximity is reassuring.

The consumer becomes a “citizen-consumer” expressing rights, requirements and claiming guarantees and information. Even if their choices continue to be based on organoleptic and price criteria, consumers are ready to change their attitude and to act in accordance with their new principles. However, they are in front of a too large offer of products. So, in order to help them making their choices, they require an information system that would take into account “sustainable” criteria through a simple and transparent marking of products. This requirement is the basis for regaining confidence and for encouraging durable changes in the consumer’s behaviour.

Key words : Sustainable development, sustainable food, food behaviour, human health, protection of the environment, ethical consumption.