

## L'agriculture et les nouvelles demandes de qualité et de proximité

**La dégradation de l'image de l'agriculture en termes d'impacts sur la santé et l'environnement, et l'essor de modes de consommation et d'approvisionnement alternatifs sont des signaux qui ne peuvent être considérés comme marginaux et isolés. Pris ensemble, ils révèlent un élargissement des critères pris en compte par les consommateurs lors de l'acte d'achat. Les nouvelles attentes de la société en matière de qualité des produits, de sécurité sanitaire et de protection de l'environnement, pourraient à moyen terme se traduire beaucoup plus nettement dans les choix de consommation. Ce mouvement est porteur d'opportunités ou de risques réels pour l'agriculture, selon qu'elle se mettra ou non en capacité d'y répondre.**

Un récent sondage<sup>1</sup> met en évidence un recul de la confiance des Français dans les efforts environnementaux des agriculteurs. Seulement 54 % des sondés estiment que les agriculteurs respectent l'environnement et 66 % jugent que les agriculteurs sont « respectueux de la santé des Français ». Ce dernier résultat est en baisse de 10 points par rapport à 2006.

En parallèle, les produits issus de l'agriculture biologique connaissent un engouement médiatique fort et un développement commercial significatif. Si leur commercialisation avait déjà été développée dans les années 1980 par des chaînes de magasins spécialisés (Naturalia, Biocoop), leur apparition sous marques de distributeurs et dans les supermarchés à bas prix confirme la généralisation de l'offre de ces produits. Du côté de la demande, la part des consommateurs mensuels de produits biologiques continue d'augmenter pour atteindre 44 % en 2008<sup>2</sup>. Une augmentation des ventes de deux tiers est attendue sur la période 2006-2012.

Au-delà de la consommation de denrées biologiques qui correspond principalement au souhait de manger plus sain, une recherche de produits à plus faible « empreinte écologique » issus de circuits d'approvisionnement plus courts prend de plus en plus d'ampleur. Cette tendance à privilégier les produits locaux et les relations directes avec les producteurs s'est traduite par le développement, au cours des dix dernières années, de modes alternatifs d'approvisionnement en produits frais, notamment avec les associations de maintien de l'agriculture paysanne (AMAP). S'il existe actuellement environ 500 AMAP en France, il y a en réalité une clientèle plus large s'approvisionnant sur les marchés forains et en vente directe.

1. Réalisé par l'IFOP, *Ouest France*, 22 mars 2009.

2. Source : Agence Bio.

Aucune enquête quantitative exhaustive n'a été menée sur cette « consommation engagée », mais les travaux qualitatifs effectués permettent de dégager un profil d'acheteur. On constate ainsi que les « consom'acteurs » ont entre 25 et 50 ans, un niveau de qualification supérieur à la moyenne et un fort capital culturel. Ils appartiennent majoritairement à la catégorie des « professions libérales et cadres supérieurs », groupe souvent porteur de nouvelles tendances sociales.

Si ce mouvement de traduction des attentes citoyennes en comportements de consommation se poursuit et s'amplifie, il constituera un véritable défi pour l'agriculture. Faute de changements profonds des pratiques agricoles, il existera un risque sérieux de voir s'accroître le divorce non seulement entre l'agriculture et la société, mais également entre l'agriculteur et le consommateur. À l'inverse, la généralisation d'un tel mode de consommation plus responsable constituera une opportunité majeure pour l'agriculture si elle se met en capacité d'y répondre.

**Mélanie Gambino**

Chargée de mission Territoires, ruralité, action publique

**Thuriane Mahé**

Chargée de mission Environnement, énergie, technologie

**Sous-direction de la Prospective et de l'Évaluation**