



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

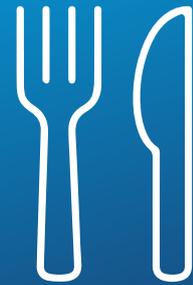
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL  
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

LES  
ÉTUDES



Consommation alimentaire  
post-COVID en France :  
cinq scénarios possibles



## INTRODUCTION

La crise sanitaire consécutive à la propagation du coronavirus en France et dans le monde en 2019-2020 a eu un impact inédit sur les Français. Les débats contradictoires entre experts notamment au début de la pandémie, le décompte quotidien des victimes puis le confinement ont plongé la population dans l'incertitude voire, pour certains, la sidération. Les activités les plus quotidiennes comme se rendre à son travail, visiter ses proches ou faire ses courses alimentaires ont été empêchées ou soumises à autorisation. De nouvelles pratiques ont émergé pour les poursuivre ou les adapter.

Dans ce contexte, FranceAgriMer s'est organisé pour continuer son activité d'accompagnement des filières agricoles en organisant le travail à distance et en adaptant et intensifiant le suivi conjoncturel. Plus particulièrement la direction MEP a répondu à un besoin d'information en continu tant du Ministère de l'agriculture que des organisations professionnelles sur l'évolution des marchés agricoles et alimentaires. En complément des éclairages filière par filière, l'unité prix & consommation s'est attachée à décrypter les comportements des consommateurs et des acteurs de la distribution. Ce travail est exposé dans la note « **L'impact de la crise de la COVID-19 sur la consommation alimentaire en France : parenthèse, accélérateur ou élément de rupture de tendances** » publiée en septembre 2020.

La Mission prospective de l'Etablissement s'est également saisie de cette actualité pour tenter d'en imaginer les issues possibles à travers des scénarios qui sont exposés dans le présent document.

Ces scénarios ne sont pas des prédictions. Ils ne visent pas à deviner ce que seront nos comportements alimentaires ces prochaines années. Leur visée est plutôt d'interroger les conditions d'une permanence de certaines tendances qui ont émergé ou se sont largement renforcées lors du confinement de la population (comme l'aspiration au « manger français »), d'appréhender conjointement, et de manière cohérente, les multiples incertitudes qui présideront à l'installation dans la durée ou non de ces nouvelles tendances ou le « retour à la normale » pour d'autres (ex: la dynamique de croissance de la consommation hors domicile, cassée par la crise COVID), etc. La crise laissera-t-elle des séquelles dans les habitudes alimentaires ? Affectera-t-elle les perceptions associées aux actes d'achat et de consommation, etc. ?

Prendre connaissance de ces informations et de ces scénarios et en débattre pourrait permettre aux décideurs des filières et aux acteurs publics d'identifier leurs marges de manœuvre pour infléchir le futur qui n'est jamais entièrement écrit.

Pierre CLAQUIN

Directeur « Marchés, Etudes et Prospective »

## SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>1</b>
<b>CONTEXTE ET DEMARCHE</b> .....	<b>3</b>
<b>CINQ SCENARIOS</b> .....	<b>5</b>
<b>L'APRES GUERRE</b> .....	<b>5</b>
<b>ALIMENTATION CONTROLEE</b> .....	<b>8</b>
<b>PRODUITS NATIONAUX SAUF POUR L'ENTREE DE GAMME</b> .....	<b>13</b>
<b>FEUX VERTS</b> .....	<b>20</b>
<b>PRECARITE ALIMENTAIRE</b> .....	<b>16</b>
<b>METHODE</b> .....	<b>24</b>
<b>VARIABLES DE CONTEXTE</b> .....	<b>24</b>
<b>TENDANCES ALIMENTAIRES</b> .....	<b>27</b>
<b>REPRESENTATION GRAPHIQUE</b> .....	<b>33</b>

## CONTEXTE ET DEMARCHE

Pour maîtriser la propagation de la maladie du coronavirus 2019 (COVID-19), le gouvernement a instauré en un temps très court un ensemble de mesures de restriction des contacts humains et des déplacements, dont le confinement de la population du 17 mars au 11 mai 2020, suivi d'un déconfinement progressif jusqu'à l'été avant qu'un rebond épidémique ne conduise à la prise de nouvelles mesures, locales ou nationales. La phase de confinement en particulier, inédite à l'échelle nationale, a bouleversé les pratiques d'approvisionnement et de consommation alimentaires des français qui ont dû s'organiser pour la prise des repas de la cellule familiale au domicile.

Les outils de suivi des achats des ménages et des ventes effectuées par les circuits généralistes complétés par des enquêtes ponctuelles, permettent de décrire le phénomène et de comprendre les différents changements, que ce soit en matière de produits (quantité, gamme, conditionnement, critère de choix,...), de circuits (drive, livraison à domicile, magasins de proximité...), sans oublier, bien sûr, l'arrêt de la consommation en restauration hors domicile pour les enfants comme pour les adultes. Au final, si 57% des français déclarent avoir grossi de 2,5 kg<sup>1</sup>, pour d'autres la situation a été nettement plus critique, nécessitant le déblocage de 39 millions d'euros d'aide alimentaire en avril 2020 et l'annonce de 55 millions d'euros d'aides supplémentaires le 1<sup>er</sup> juillet<sup>2</sup>.

Les évolutions de l'alimentation des Français sont un élément essentiel pour les filières agricoles et agroalimentaires, c'est pourquoi FranceAgriMer a conduit d'avril à juin 2020 un travail de scénarisation de l'alimentation post-COVID-19 selon une méthodologie détaillée en annexe. Dans le présent document, le terme « post-COVID-19 » peut être en partie trompeur car, dans certains scénarios en effet, la maladie reste largement présente et active pendant une partie au moins de l'horizon temporel retenu (3 à 5 ans) et peut même être un élément moteur. Ce terme désigne en fait les quelques années qui suivent la sortie du confinement.

Pour aboutir rapidement à des scénarios, une méthode dite morphologique a été mobilisée par les équipes de la Mission prospective et de l'Unité prix et consommation de FranceAgriMer en combinant, d'une part, des variables de contexte :

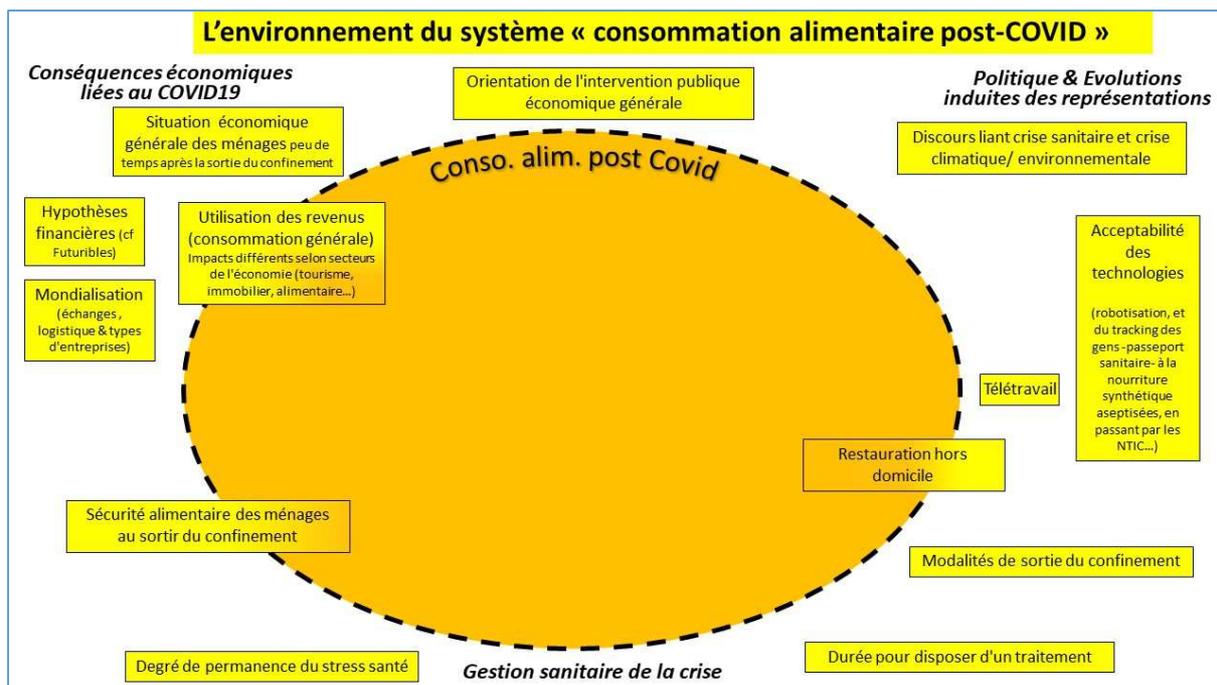
- évolution de la situation sanitaire : modalité de sortie du confinement dans la durée ; délai pour disposer de traitements et degré de permanence d'un « stress santé » dans la population,
- évolution de la situation économique et financière<sup>3</sup>, et de la sécurité alimentaire des français
- orientation de l'intervention publique,
- perception de l'opinion publique sur les causes de cette crise, sur le lien à la problématique environnement et sur les moyens de s'en sortir (notamment le degré d'acceptation du développement des dispositifs de suivi des données individuelles de santé et de déplacement),
- généralisation (ou non) du télétravail,

---

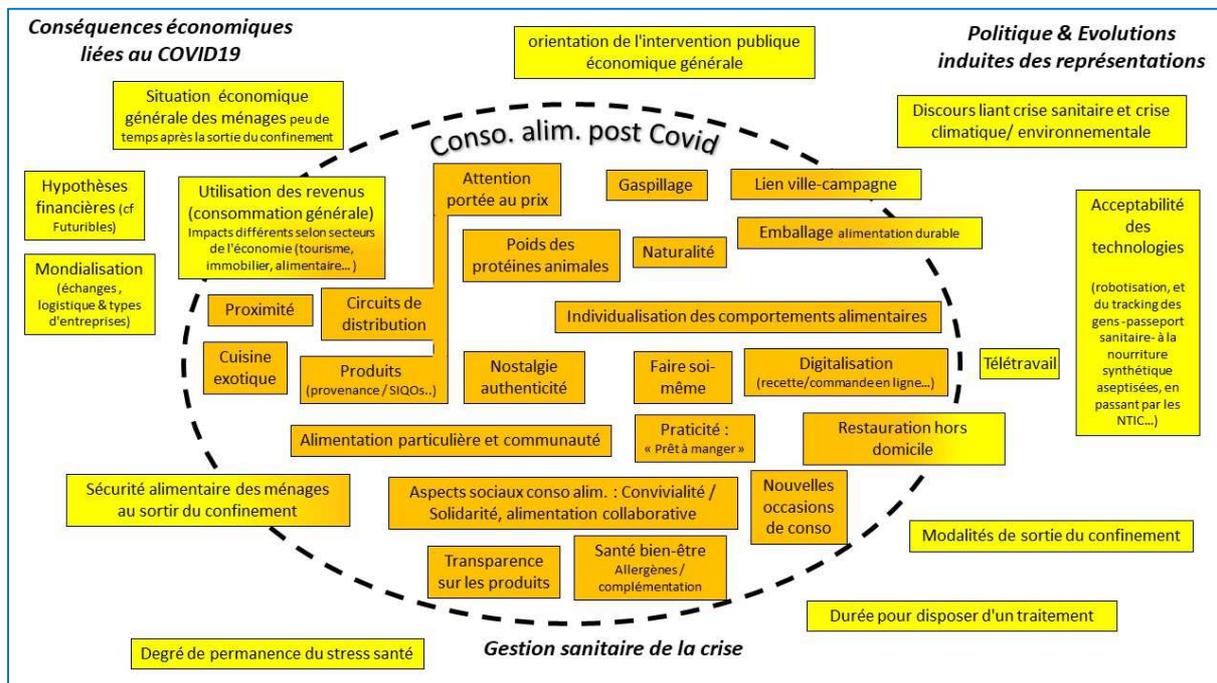
<sup>1</sup> Etude IFOP pour Darwin nutrition

<sup>2</sup> <https://www.leparisien.fr/economie/covid-19-le-gouvernement-debloque-55-millions-de-plus-pour-l-aide-alimentaire-01-07-2020-8345370.php>

<sup>3</sup> En partie inspirée des travaux de Futuribles : Crise de Covid-19 : quels scénarios pour les 18 prochains mois – 15 juin 2020



et, d'autre part, des tendances alimentaires qui avaient été identifiées dans l'étude « consommation 2025 »<sup>4</sup> : alimentation durable, stratégique, digitale, anti-gaspi, santé-bien-être, nostalgique, de proximité, mondialisée, plus végétalisée, plus naturelle, communautaire, individualisée, toute-prête, fait-maison,...



Cinq scénarios volontairement contrastés ont ainsi été élaborés. Les récits proposés se situent dans un horizon temporel relativement proche (3 à 5 ans). Sachant qu'il ne s'agit aucunement de prévisions, mais de récits de futurs possibles, ils pourraient permettre :

<sup>4</sup> Etude prospective sur les comportements alimentaires de demain pour le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation et FranceAgriMer en 2016

- d'identifier des variables à suivre de façon à anticiper les évolutions de la consommation ;
- de nourrir le débat au sein des filières pour amener les acteurs à apprécier leurs marges de manœuvre en fonction des enjeux et des conséquences de chaque scénario de façon à décider individuellement et collectivement de la stratégie à mettre en œuvre à la fois pour contrecarrer l'advenue du (des) futur(s) considéré(s) comme défavorable(s) et favoriser le(s) futur(s) souhaitable(s) ou à défaut pour se préparer par anticipation à l'advenue de tel ou tel scénario.

Les variables et leurs modalités sont décrites dans le chapitre METHODE du document.

## LES CINQ SCENARIOS

- L'après-guerre
- Alimentation contrôlée
- Produits nationaux sauf pour l'entrée de gamme
- Feux verts
- Précarité alimentaire

### L'APRÈS-GUERRE

**Après la crise sanitaire, priorité à la convivialité et à la fête, mais pour l'environnement et le climat on verra plus tard....**

#### Résumé

Le confinement du printemps 2020 a été vécu comme une véritable épreuve par la population qui s'est retrouvée contrainte dans ses activités personnelles et économiques. Malgré l'importance de la crise, il n'y a pas eu de faillite du système bancaire. La relance économique dans une logique productiviste à court terme est donc prioritaire et bénéficie d'un soutien public massif, malgré les conséquences environnementales : la gestion de la crise climatique passe au second plan. La mondialisation doit reprendre. Grâce à la disponibilité d'un vaccin, la crise sanitaire n'est plus un problème. La contrainte temporaire de l'isolement entraîne une volonté de dédramatiser et de préserver le mode de vie passé. Le télétravail voit son développement limité. Le retour à une vie sociale normale voire compensatrice est plébiscité. Les préoccupations environnementales reculent. La consommation revêt les attributs d'un acte libérateur. La fête, les déplacements, la culture, le tourisme sont les nouvelles priorités. Fastfoods, snacking, bars, et consommation hors domicile en général connaissent un rebond important. Le recul de l'alimentation santé se fait donc au profit de l'alimentation festive, symbole d'une convivialité retrouvée qui redevient une valeur essentielle de l'alimentation faisant ainsi reculer le poids des aspects fonctionnels. Si une valorisation de la production locale, du Bio et des circuits courts est possible (sans être prioritaire), l'acte d'achat n'est réalisé qu'à condition que les prix restent accessibles.

#### **Priorité à la relance économique**

Le transfert des dettes nationales à la BCE<sup>5</sup> permet aux pays européens, dont la France, d'amortir l'effet de l'importante dette sociale publique contractée pendant le confinement, et la baisse de la capitalisation boursière mondiale ne s'accompagne pas de la faillite du système bancaire français. La relance de l'économie réelle est la priorité. Il en va de la crédibilité des autorités, qui, ayant imposé le confinement dans des conditions d'impréparation relative,

<sup>5</sup> BCE : Banque Centrale Européenne

doivent démontrer que ce choix ne conduit pas à une situation catastrophique pour la population. L'objectif est d'éviter un enchaînement très déstabilisant du type: faillites en cascade, croissance incontrôlée du chômage et de la part de la population sous le seuil de pauvreté, recours différé aux soins de base, et finalement plus de décès induits que si une autre gestion de la pandémie avait été mise en place. Le soutien public à cette relance économique est donc massif, et permis par un recours accru à un endettement aux échéances de remboursements lointaines. Le risque de voir ressurgir l'inflation est assumé, induisant un nouveau pacte européen de stabilité budgétaire. Au plan national, le recours aux nationalisations, à la révision des impôts et à la redistribution est envisagé dans une logique productiviste à court terme, et en « se bouchant plus ou moins le nez » relativement aux conséquences environnementales. L'anticipation de la crise climatique passe au second plan.

Cette exigence conduit, après que les grandes entreprises aient, autant que faire se peut, corrigé les fragilités logistiques mises en évidence par la crise, à reprendre la mondialisation de l'économie et l'internationalisation des échanges.

Contexte général	Société+ Filière & acteurs	Individu + lieux & produits
<p><i>Conséquences économiques/ Covid-19</i></p> <p><b>filets de sécurité publics assez efficaces pour entreprises et ménages</b></p> <p><b>soutien massif à une relance économique productiviste</b></p> <p><i>Politique &amp; évolutions induites des représentations</i></p> <p><b>renforcement du lien ville-campagne</b></p> <p><b>développement limité du télétravail</b></p> <p><b>rebond des restaurants traditionnels</b></p> <p><b>traitements puis vaccin efficace en 2021</b></p> <p><i>Gestion sanitaire/ Covid-19</i></p>	<p><i>Anti-globalisation/mondialisation</i></p> <p><b>retour en force des marchés de plein-vent</b></p> <p><b>pas de réduction volontariste des plastiques</b></p> <p><i>En quête de sens (changement de repères)</i></p> <p><b>consommation de viande valorisée</b></p> <p><b>convivialité transcommunautaire plats familiaux</b></p> <p><i>Nouvelles pratiques d'achat &amp; de consommation</i></p> <p><b>snacking nomade</b></p>	<p><b>Après-guerre</b></p> <p><b>recul du « fait maison »</b></p> <p><i>Innovation/ préparation</i></p> <p><b>« prêt à manger » = sans souci</b></p> <p><b>Made in France préféré Bio si accessible</b></p> <p><b>recherche de convivialité</b></p> <p><b>préoccupation alimentation-santé en recul</b></p> <p><i>Santé – bien-être &amp; naturalité</i></p> <p><b>naturalité = garantie de base</b></p>

Cette reprise rapide des échanges a été rendue possible par une accélération de la recherche, qui a permis de disposer d'un vaccin efficace très tôt en 2021 et d'ici là de traitements de plus en plus efficaces limitant (mieux qu'au printemps 2020) le nombre de décès. Ainsi, après une phase transitoire de respect des gestes barrières, de port de masques dans les entreprises et les transports et de présence limitée dans les lieux réunissant du public, la sortie du confinement est totale en juin 2020. Il n'y a pas de rebond suffisamment significatif pour reconfiner, ou limiter la liberté de déplacement de la population. Les biotechnologies et le numérique (tracking limité au motif de sécurité sanitaire accepté) sont vécus, politiquement parlant, par une majorité de la population comme ayant significativement contribué au retour

à un fonctionnement social vécu comme normal et libre... Même si quelques débats résiduels subsistent, la majorité des gens tirent de leur expérience COVID-19 qu'il sera préférable dans les futures pandémies d'accepter un traitement de données individuelles systématique plutôt qu'une nouvelle restriction généralisée en matière de liberté de circulation.

*Canevas du scénario : en gris les composantes, en couleur l'orientation prise par les variables significatives du scénario*

### **Des réticences quant au télétravail et à « l'assignation à résidence »**

Au plan de la vie sociale, le confinement a conduit à une divergence de situation relativement au travail, et ce, sans relation univoque avec les CSP traditionnelles. Les métiers souvent précaires, nécessitant le présentiel ou l'utilisation de machines ont été suspendus, avec des pertes de salaire pouvant être très importantes (malgré les mesures de chômage partiel), les autres, dès lors que l'équipement informatique des entreprises le permettait, ont télé-travaillé (environ 5 millions de personnes), conservant ainsi leur niveau de rémunération. L'expérience du télétravail s'est révélée assez satisfaisante notamment pour les gens ayant des temps de trajets conséquents dans les bassins d'emplois des grandes villes, mais ces conditions de travail se sont révélées très dépendantes notamment des conditions matérielles de la vie privée : espace, nombre de résidents, sans évoquer la présence des jeunes enfants en permanence au domicile pendant le confinement. Ainsi, le télétravail a été ressenti par une part conséquente de la population soit comme un isolement dont les effets se sont fait sentir avec le temps, soit comme une impossibilité de séparer vie professionnelle et vie privée. Considérant que le télétravail avait montré certaines limites, les employeurs, après discussions avec les représentants de salariés partagés entre le risque de disparition des collectifs de travail sur des lieux dédiés (voire d'ubérisation dans certains secteurs d'activité), et l'amélioration des conditions de vie notamment de ceux résidant loin de ces lieux, optent pour l'établissement de règles qui limitent le développement du télétravail (volontariat, nombre de jours limités à l'année, plage de présence significative sur le lieu de travail,...).

*In fine*, au plan psychologique, ce qui domine est une forme de « fatalisme sceptique », considérant que même si une certaine responsabilité politique existe dans la relative impréparation à la crise, la crise liée à la COVID-19 était imprévisible (même si de telles pandémies ont existé par le passé, mais à vitesse de diffusion plus lente), que tout compte fait le nombre de décès est resté limité à environ 30 000 en France, et que donc peut-être, en a-t-on trop fait... surtout que les coûts du redressement économique, du fait notamment de dépenses budgétaires qui se sont révélés assez protectrices, ne seront pas mineurs, et que le confinement a restreint fortement les libertés individuelles. On assiste à un recul de la frilosité, à une volonté de dédramatiser et de préserver un mode de vie « ouvert »; pour une part conséquente de la population, l'hyper-précaution et notamment « l'assignation à résidence » sont ressenties comme socialement destructrices et dangereuses démocratiquement, bien davantage que les NTIC<sup>6</sup>.

A l'occasion du confinement, particulièrement dans les premiers jours où certaines personnes ont craint une difficulté d'approvisionnement et où d'autres (1 million en région parisienne) sont allés se confiner « à la campagne », on a assisté à un retour du débat autour de la souveraineté alimentaire (au-delà de la sécurité jusqu'avant la crise assurée par un recours à l'importation adaptée aux besoins), mais aussi à un renforcement du lien ville-campagne. Cette prise de conscience du lien alimentation-agriculture conduit à une valorisation du « rural » et

---

<sup>6</sup> NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication

du « made in France », et notamment à la campagne à une solidarité accrue avec le tissu économique local, et en ville avec les commerces de proximité.

### ***Une consommation festive***

La sortie totale du confinement fin 2020 faisant suite à la transition avec la période estivale est donc vécue comme un énorme soulagement accompagné d'une envie de retour à une vie sociale normale voire compensatrice après plusieurs mois de fortes limitations (compte tenu des modalités très progressives du dé-confinement avant l'été).

La RHD et plus généralement l'alimentation, la fête, les déplacements, la culture, le tourisme repartent de plus belle et deviennent à moyen terme des secteurs de l'économie plus rentables que les biens durables (du type immobilier).

Fastfood, snacking et consommation nomade reprennent leur tendance au développement préalable à la crise de la COVID-19, mais on assiste aussi à un rebond important des bars et restaurants traditionnels qui ont beaucoup manqué aux citadins comme aux ruraux : la restauration hors domicile renoue avec la croissance sur tous ses segments.

Dans ce contexte, la consommation alimentaire revêt quelque peu les attributs d'un acte libérateur joyeux qui, autour de la convivialité des repas, n'est plus seulement orienté par la recherche d'un avantage économique individuel, à travers la préférence systématique pour les prix bas.

Le maintien d'un télétravail limité restreint les créneaux disponibles de livraison. De plus, faire ses courses, c'est aussi voir les produits (relativement aux circuits où l'on ne peut examiner ni les dates de péremption, ni les aspects, ni comparer aisément les prix) et rencontrer des gens. Les marchés de plein vent font leur retour en force, phénomène renforcé par les difficultés économiques importantes d'une partie conséquente de la population. Ces éléments combinés revêtent également un aspect politique avec une préférence pour les produits « made in France » et une solidarité avec les petits commerçants et les circuits courts, mais seulement si les conditions d'accessibilité économique demeurent acceptables. Les produits bio ne sont ainsi concernés que s'ils demeurent accessibles en terme de prix au risque de redevenir des produits de niche pour personnes aisées.

### ***Convivialité et partage au menu***

Dans un tel contexte, la convivialité, qui devient une valeur recherchée après la période d'isolement, prend le pas sur certaines formes d'alimentation communautaire (religion, véganisme...). Les progrès en matière de bien-être animal, d'organisation des circuits courts, ainsi qu'un regain de soutien des urbains à l'agriculture, et l'émergence du discours relativisant la part de responsabilité des ruminants dans la pollution par rapport à l'activité humaine conduisent à ce que la viande soit à nouveau perçue comme aliment de qualité, certes cher mais de prestige.

La nourriture partagée autour de plats familiaux (dont la nature et la quantité de protéines animales permettent un certain contrôle du prix de revient, notamment pour les plus fragiles économiquement) connaît un regain d'intérêt à domicile voire en restauration. Le recours à la livraison de repas de cuisine internationale, se maintient mais parmi d'autres pratiques.

Les caractéristiques des produits achetés pour être consommés à domicile ne constituent pas le point focal d'attention des consommateurs (sauf peut-être en matière de local, d'équité... davantage sur le mode social de production que sur les caractéristiques intrinsèques des produits). Ni la « naturalité » des produits (dont on considère que la mise en marché de

produits sains continue d'être de la responsabilité de l'Etat et qu'il n'est pas réellement légitime que des caractéristiques de « naturalité » servent de facteur de différenciation entre produits), ni même les SIQOs ne figurent parmi les priorités des consommateurs.

Ce qui compte avant tout, c'est l'immédiateté et le partage, davantage que ce que l'on mange (McDo ou restauration gastronomique,...la question essentielle c'est avec qui, et dans quel contexte, et c'est cela qui *in fine* conditionne le caractère réussi ou non d'une prise alimentaire). La convivialité redevient une valeur essentielle de l'alimentation et fait reculer les aspects fonctionnels de l'alimentation dont la santé, ainsi que les caractéristiques spécifiquement environnementales des produits. Certes la problématique de réduction des emballages et notamment du plastique (qui a fait sa réapparition massive comme emballage « protecteur » pendant la crise) est présente comme avant, mais pas de manière spécifiquement volontariste (contradiction entre les préoccupations environnementales et les effets économiques et logistiques encore prégnants).

## ALIMENTATION CONTROLEE

### Alimentation sous contrôle dans une sortie de confinement qui s'éternise

#### Résumé

A l'issue de plusieurs mois de confinement et de dé-confinement progressif (« stop and go ») avec des messages maintenant la population en état de stress permanent, la prise alimentaire a lieu, autant que faire se peut, en solitaire. Le discours liant crise sanitaire et changement climatique a été adopté dans les médias et par les acteurs politiques, conduisant à une orientation de la relance économique en faveur d'une « économie verte » et « néo-protectionniste » limitant les dépendances et à un nouveau modèle de vie sociale associant décroissance et limitation de la mobilité. E-commerce et télétravail étant banalisés, une part de plus en plus dominante de la population se nourrit grâce à des solutions-repas livrées (salariés en télétravail, étudiants de l'enseignement à distance, personnes âgées hors EPHAD, restauration sociale/livraison de repas aux personnes en insécurité alimentaire). Divers systèmes de distribution sont testés avec des points de retrait, de la place de village à la barre d'immeuble (en attendant la livraison par drone). Les achats se font via internet quel que soit le point de retrait, et les grands hypermarchés ferment les uns après les autres. La restauration liée au service du déjeuner dans les zones d'activité souffre du télétravail, et celle liée au loisir et au tourisme subit leur déclin. Seules les enseignes de fast-food rentabilisent une activité où la consommation sur place reste marginale. La suppression de la cuisine est la règle dans les logements sociaux en construction, et la reconversion des immeubles de bureau délaissés en habitat social est envisagée également sans espace ni équipement pour la cuisine. La classe aisée urbaine dispose d'une alimentation riche de services (restaurant à domicile, livraison de F&L/viande/poisson en circuit court) et son budget alimentaire connaît ainsi une augmentation sensible. Pour le reste de la population qui ne dépend pas totalement de la distribution sociale de repas (classe moyenne), la commande de repas livrés à domicile peut être complétée par des préparations culinaires à domicile à partir de produits peu chers (promotions hard-discount, épiceries solidaires, ...).

#### **Coopérations internationales politiques et financières fragilisées**

La gouvernance mondiale sort affaiblie de la crise de la COVID-19. Concurrence sauvage pour les masques, diffusion d'informations erronées, course au vaccin,...ont ponctué cette période. La thèse du virus échappé d'un laboratoire chinois, a été largement utilisée contre la Chine qui

ne trouve plus de financements et d'appuis pour le développement de ses « routes de la soie ». Chaque Etat tente de reconstruire son économie sans s'embarrasser de coopération. Tous les accords entre pays et zones économiques se craquèlent. Au sein de l'UE, le Brexit fait des émules. Le MERCOSUR ressemble de plus en plus à une coquille vide. Aux Etats Unis, certains gouverneurs tiennent des discours sécessionnistes. Fin 2021, la crise de l'économie réelle fait vaciller la sphère financière encore protégée par les banques centrales qui restent coordonnées malgré la montée du discours des dirigeants de certains pays qui envisagent de « reprendre leurs billes ».

Mais, au niveau local, les banques et les bailleurs privés ne suivent plus et ne font plus crédit. La part variable des retraites, liée à des investissements locatifs ou indexée sur des valeurs en baisse, dévisse. Les classes moyennes sont touchées. Le nombre d'entreprises défilantes qui laissent des ardoises auprès de leurs fournisseurs et des crédits sans remboursement envisageable dans les banques, augmente et produit un « effet domino » le long des chaînes de valeur. La part de la population en grande précarité devient inquiétante. Le creusement des inégalités crée des tensions voire des violences. Pour les atténuer, les appels à la solidarité puis à la charité se multiplient pour faire contribuer ceux qui ne sont pas impactés. Le redémarrage de l'économie est lent et difficile.

Contexte général	Société+ Filière & acteurs	Individu + lieux & produits
<p><i>Conséquences économiques/ Covid-19</i></p> <p><b>creusement des inégalités</b> appel à la charité</p> <p><i>Politique &amp; évolutions induites des représentations</i></p> <p><b>restauration collective livrée</b> à domicile ou en lieu de regroupement (étudiants, travailleurs, seniors,...)</p> <p><b>télétravail largement banalisé</b></p> <p><b>stress santé persistant</b> gestes barrières en permanence</p> <p><i>Gestion sanitaire/ Covid-19</i></p>	<p><i>Anti-globalisation/mondialisation</i></p> <p><b>convivialité = danger</b> <b>solidarité = charité</b></p> <p><i>En quête de sens (changement de repères)</i></p> <p><b>adhésion à des programmes alimentation communautaire</b></p> <p><i>Nouvelles pratiques d'achat &amp; de consommation</i></p>	<p><b>Alimentation contrôlée</b></p> <p><b>Solutions repas subventionnées</b> (entreprise, CROUS, service sociaux municipaux,...)</p> <p><b>Point de vente physique = risque de contamination</b></p> <p><i>Innovation/ préparation</i></p> <p><b>praticité absolue du prêt à manger</b></p> <p><b>digital indispensable à l'alimentation</b></p> <p><b>Consommation solitaire d'une alimentation collectivisée</b></p> <p><i>Santé – bien-être &amp; naturalité</i></p>

### **Verdissement d'un monde ralenti en stress sanitaire**

En France, les 2 mois du confinement (mi-mars mi-mai 2020) ont été suivis de 6 mois de déconfinement progressif avec des « stop & go », des restrictions localisées et le sentiment qu'un retour au confinement strict est toujours possible. Fin 2020, faute de traitement efficace et en attendant la mise au point d'un vaccin attendu pour mi-2021, les messages de prévention et de bonnes pratiques d'hygiène restent diffusés en continu et des reconfinements ciblés

maintiennent la population en état de stress proche, pour certains, de l'hypocondrie. Les entreprises comme les particuliers gardent masque et gel hydro-alcoolique à portée de main.

Pendant ces 8 mois de « confinement – dé-confinement partiel », le discours des écologues liant crise sanitaire et changement climatique a pu se développer dans les médias et a été repris par divers acteurs politiques. Le mode de vie du confinement devient un modèle. Des mesures de décroissance, de limitation de la mobilité voire de confinement doux permanent... sont prises tout d'abord à l'échelle locale puis s'étendent.

Afin de « faire de la crise sanitaire une crise salutaire », le gouvernement opte pour un encadrement public fort et une orientation de la relance économique en faveur de l'économie verte : privilégier l'approvisionnement local et national pour atteindre une souveraineté économique stratégique et alimentaire (et plus seulement la sécurité alimentaire), subvention des industries type « énergies vertes bas carbone », gestion des ressources naturelles... Dans de nombreux pays, dont la France, le discours écologique sert un néo-protectionnisme visant à limiter les dépendances dans divers secteurs (alimentation, santé, électronique & composants,...); des stocks sont constitués, et le commerce mondial ralentit. Mais la souveraineté ne garantit pas la sécurité : il faut aussi une bonne logistique d'import pour fournir notamment les produits peu onéreux dont la production nécessite un recours important à de la main d'œuvre mal rémunérée.

Les fleurons industriels ne sont pas abandonnés mais, impératif écologique oblige, les aides qu'ils reçoivent sont « eco-conditionnelles ». Tous les flux de trafic international interrompus pendant les mois de crise sanitaire sont audités sur leur compatibilité à cet impératif stratégique. Pour le sauvetage des TPE-PME, des accords se multiplient avec des grands groupes dans chaque secteur, et les indépendants deviennent gérants endettés de franchises dans toutes les branches de l'artisanat et du commerce.

### ***Travail et repas chacun chez soi, tout au long de la vie ?***

Dans le contexte d'extrême tension sociale, garantir la sécurité alimentaire de la population est apparu comme la seule façon de limiter l'explosion pressentie.

Comme la crise a permis d'expérimenter à grande échelle de nouvelles pratiques en les protégeant de la concurrence, E-commerce et télétravail, qui se sont généralisés pendant les 2 mois du confinement suivi des 6 mois de déconfinement progressif avec des « stop & go », restent très répandus et se sont banalisés. Le sentiment qu'un rassemblement de plus de 10 personnes est un facteur de risque organise la société.

Dans le secteur tertiaire et pour les fonctions supports de l'industrie (RH, commercial, ...), les entreprises voient beaucoup d'avantages au télétravail. Elles envisagent de réduire leurs superficies de bureau au rythme des dates de renouvellement de leurs baux. Pour celles qui sont dans de grandes agglomérations, le télétravail les protège aussi des aléas des transports (grèves, temps perdu dans les embouteillages, ...). Elles en font un argument RSE en mettant en avant l'amélioration de leur bilan carbone lié aux déplacements des employés. Le volontariat ne peut plus être une condition, les salariés se voient imposer 2 jours minimum de télétravail/semaine, les syndicats se contentent du maintien d'une journée hebdomadaire de présence des salariés sur site mais sans obligation que ce soit la même journée pour tous. Certaines entreprises organisent des espaces de « co-working » facilement accessibles pour une dizaine de salariés identifiés grâce à la géolocalisation de chacun. Les entreprises prennent en charge une partie du coût des repas pris au domicile de leurs salariés ou dans les espaces de « co-working ». Elles peuvent même via des contrats avec certains opérateurs s'assurer de

l'équilibre des repas et même de la présence d'1/3 d'aliments sous SIQO. Les opérateurs de la restauration collective sont très actifs dans ce domaine et très compétitifs grâce aux produits importés. Le lien entre les salariés et l'entreprise se délite ouvrant la voie à « l'ubérisation » de certaines tâches.

Choix de certaines familles, des dirigeants d'établissements ou des collectivités locales, l'enseignement à distance se banalise de l'école primaire à l'Université. Comme pour les salariés, un service de livraison de repas équilibrés à très bas prix s'organise autour de points de collecte, en prenant soin d'éviter les concentrations d'élèves ou d'étudiants.

La « catastrophe des EHPAD » (titre d'un livre publié à l'hiver 2020) a laissé des traces. Les familles ne veulent plus leur confier les personnes âgées, notamment dans les établissements qui ont le plus souffert. Des moyens supplémentaires sont affectés au maintien à domicile des personnes âgées : soutien financier des aidants, réseau d'intervenants à domicile suppléé par une surveillance vidéo, possibilité de prise des constantes, distribution de médicaments,... robotisés. Les outils d'intelligence artificielle spécifiques sont développés. Le coût reste inférieur à celui des investissements nécessaires pour assurer la sécurité sanitaire des pensionnaires des établissements à un niveau rassurant la population. La livraison au domicile des repas se modernise et rationalise le temps passé par les assistantes de vie aux domiciles des personnes.

### ***Cuisines centrales et livraison de repas à bas prix***

Le choc économique a fait doubler la part de la population en insécurité alimentaire. Des scènes de pillages de magasin d'alimentation, les menaces d'émeutes, d'invasion des marchés de gros ont imposé la création en urgence d'une restauration sociale pour nourrir les populations en difficulté sur un modèle pérenne. En effet, des études économétriques ont démontré qu'il valait mieux livrer des repas élaborés industriellement que des produits bruts dont la transformation nécessite des équipements (cuisine) et génère des déchets et du gaspillage. La composition de ces repas est définie pour chaque consommateur en fonction de ses caractéristiques (âge, poids, sexe, problème spécifique de santé, en lien avec les barèmes des primes d'assurance santé). Par exemple, des colis spécialement élaborés pour les femmes enceintes sont riches en produits laitiers et en fruits frais, Dans les plans des nouveaux logements sociaux en construction, la suppression de la cuisine est la règle : un coin « micro-ondes » est dédié à la remise en température des repas. La reconversion en habitat social des immeubles de bureau progressivement délaissés se fait également sans espace ni équipement pour la cuisine.

Pour ces différents segments, en attendant la livraison par drone, divers systèmes de distribution sont testés mobilisant les savoir-faire logistiques de la grande distribution, des plateformes de livraison et des cuisines centrales de la restauration collective. Parfois le livreur à 2 roues reste la solution la plus souple et la plus économique. Les candidats pour exercer ces métiers de service ne manquent pas après la suppression d'un certain nombre d'emploi peu qualifiés notamment dans le secteur du commerce et de l'industrie. Mais la géolocalisation fine des consommateurs abonnés à tel ou tel programme alimentaire (« découverte », « santé-nutrition », « économique »,...) permet aussi d'organiser des points de retrait, de la place de village à la barre d'immeuble. Pour éviter la monotonie, les consommateurs peuvent aussi exprimer des préférences en termes de marques pour leurs plats préparés ou souscrire à des offres de plats exotiques (faute de pouvoir voyager...).

Mise à part une faible proportion des ménages qui ont mis à profit les 2 mois du confinement suivi des 6 mois de déconfinement pour révéler leurs compétences de cordon bleu, les autres

ont détesté l'obligation d'élaborer des repas 2 fois par jour, la répétition de la consommation des plats préparés industriels s'étant de plus révélée lassante. Aussi, l'existence d'une offre accessible dans les deux sens du terme, livrée et peu chère, et précisément portionnée (avec menu enfant) pour éviter tout gaspillage, rencontre une clientèle facilement convaincue. Au point de collecte, les consommateurs sont incités à rapporter les emballages dont la recyclabilité fait d'énormes progrès.

### ***La restauration service à table perd toutes ses clientèles***

Peu de catégories socio-professionnelles sont sorties indemnes de la crise. Les indépendants, autoentrepreneurs, artisans et commerçants sont particulièrement affectés (sauf ceux exerçant dans des domaines boostés par la crise : réparation & vente de vélo ou communication numérique...). Les solidarités intrafamiliales jouent à plein et contribuent à répartir les difficultés, mais le repas a perdu son rôle pivot de la vie familiale et de la convivialité. La crainte de l'autre a laissé des séquelles aussi bien au sein des foyers qu'entre les groupes amicaux, et la prise alimentaire a lieu, autant que faire se peut, en solitaire.

La restauration commerciale hors domicile a tenté de rouvrir à l'issue du confinement mais le retour des clients s'est fait attendre : la restauration liée au service du déjeuner dans les zones d'activité souffre du télétravail, et celle liée au loisir et au tourisme qui était déjà déclinante subit un fort ralentissement. Les déplacements professionnels courts, de type « aller-retour sur une journée » ou avec une nuit d'hôtel, motivés par une réunion dans la capitale (Paris ou capitale régionale) diminuent fortement et la pratique des visioconférences se banalise au détriment d'un pan de l'hôtellerie spécialisée dans les séminaires. Pour les restaurants traditionnels, l'accueil à mi capacité pour assurer la distanciation physique et la mise en place de dispositifs « barrière » (gants, gel, masques,...) a démotivé le reste de la clientèle. Et même quand toutes les mesures ont été levées un reste de méfiance vis-à-vis d'une possible contagion a cassé l'envie de convivialité. Les applications utilisées pour suivre la propagation du virus, acceptées par la population, se perfectionnent et le repérage des rassemblements de plus de 10 personnes se systématisent.

Seules les enseignes de fast-food qui étaient déjà opérationnelles avant la crise sur le « *take away* » ont pu concentrer leurs moyens sur la vente à emporter et la livraison, et rentabiliser une activité où la consommation sur place reste marginale.

### ***Comportements d'achat résiduels***

Ainsi une part de plus en plus dominante de la population se nourrit grâce à des solutions-repas livrées. Les achats de denrées alimentaires brutes sont en recul. De lieu de socialisation, les magasins d'alimentation comme les marchés de plein vent sont devenus des lieux de contamination potentielle. Les consommateurs qui ont goûté à la praticité du e-commerce n'y retournent pas : les achats se font via internet quel que soit le point de retrait (drive GD ou drive fermier). Les grands hypermarchés qui connaissaient une baisse sensible de fréquentation avant la pandémie, ferment les uns après les autres.

Pour les 10-15% de la population qui constitue la classe aisée urbaine des quartiers résidentiels cossus (qui ne souhaitent pas habiter en permanence dans leur maison de campagne), l'alimentation est riche de services : restaurant à domicile, livraison de fruits, légumes, viande, poisson en circuit courts (frais, sous-vide, surgelés selon la distance et les produits). Leurs comportements sont difficiles à cerner tant la transformation de l'idée d'une alimentation consciente, vertueuse et porteuse de sens à la réalité est périlleux. Ils surfent sur les tendances : healthy, locale-équitable à la recherche du meilleur compromis. Leur budget alimentaire

connait une augmentation sensible. Leur consommation de protéines animale (viande ou poisson), composée exclusivement de produits vertueux (BEA<sup>7</sup> & IG & label environnemental) diminue fortement en volume mais beaucoup moins en valeur. La qualité des produits alimentaires se définit, se construit et se détruit sur les réseaux sociaux. Les signes officiels ont moins de crédibilité que des rumeurs diffusées par le bouche-à-oreille comme autant de secrets partagés au sein d'une communauté de privilégiés. L'information sur les bénéfices santé de l'alimentation est confidentielle. Les craintes de contamination via l'alimentation resurgissent régulièrement incitant à préférer les achats de produits préemballés dans des matériaux recyclables.

Outre les classes aisées, les scolaires, les salariés en télétravail, les personnes âgées,...demeure une fraction minoritaire de la population qui ne dépend pas totalement de la distribution socialisée de repas (artisans et indépendants, jeunes retraités,...) dont le budget alimentaire reste contraint. Pour eux, la commande de repas livrés à domicile peut être complétée, pour ceux qui disposent des équipements et des savoir-faire nécessaires, par des préparations culinaires à domicile à partir de produits peu chers : promotions HD allemand, épiceries solidaires, vente « au cul du camion » de produits à consommer rapidement, cueillette chez des producteurs pour ceux qui en ont à proximité.... Pour des raisons éthiques ou économiques leur consommation de protéines animales diminue fortement en volume et en valeur (steaks hachés « coupés » avec des farines,...). La cuisine d'inspiration exotique permet de cacher sous des goûts originaux la banalité des aliments utilisés. Pour ces consommateurs peu impliqués, les SIQO, les signes environnementaux sont peu fiables et de toute façon trop chers. Les informations alarmistes sur les dangers alimentaires circulent abondamment assorties de conseils pour les contourner et notamment la désinfection systématique des légumes au permanganate de potassium faute de pouvoir acheter en préemballé (trop cher). Ces craintes pourraient les conduire à basculer vers des solutions-repas si elles s'avéraient accessibles.

## **PRODUITS NATIONAUX SAUF POUR L'ENTRÉE DE GAMME**

***Porté par la réorganisation du système économique,  
le recentrage sur les produits nationaux est limité par l'entrée de gamme importée***

### **Résumé**

L'hiver 2020/21 est le théâtre d'une reprise de l'épidémie de coronavirus sans retour au confinement (moyens en réanimation suffisants). Malgré le soutien public massif déployé en 2020, la trajectoire dépressive de l'économie affecte la sphère financière qui manque d'entrer en crise à la suite de l'économie réelle. En réaction aux divergences croissantes entre les situations économiques et surtout financières des divers pays membres, le cadre européen est assoupli pour éviter la rupture et chaque pays de l'UE tente ses propres solutions : la PAC est sacrifiée mais les aides nationales prennent le relais ; en France, le gouvernement opte pour un « new deal » associant relance et réorientation de l'économie.

La population oriente les priorités de ses choix de consommation en fonction de son exposition aux difficultés économiques (voire alimentaires) et/ou de sa sensibilité aux risques sanitaires. Les filières agricoles et agroalimentaires françaises doivent répondre à cette demande fragmentée, et bénéficient d'un soutien public qui vise à limiter les importations aux seules entrées de gamme, nécessaires notamment pour que la restauration collective joue son rôle social. Certains produits (viande rouge,...) et certains circuits (restauration traditionnelle,...), les

<sup>7</sup> BEA : bien-être animal

plus onéreux, souffrent plus particulièrement. Certaines pratiques (télétravail, achat on-line, livraison à domicile, circuits courts, cuisiner les restes, stockage à domicile,...) continuent leur développement alors que d'autres (vrac vs préemballé, fait maison vs plats préparés livrés, ...) sont questionnées et arbitrées à l'aune des deux axes « pouvoir d'achat » et « sécurité sanitaire ». La solidarité face aux difficultés se traduit par des préparations conviviales de plats à partager en famille ou dans des contextes liés à l'aide sociale.

La part de l'alimentation dans le budget des ménages augmente, soit du fait de la baisse des revenus, soit par l'achat de produits de qualité français pour ceux, de moins en moins nombreux, qui en ont les moyens financiers et la volonté politique.

**La situation économique et sociale n'autorise pas un re-confinement début 2021 après l'annonce de la très forte chute du PIB 2020**

La crainte de l'autre développée au cours du confinement laisse des traces, les lieux recevant du public (bars, cinémas, ...) enregistrent des baisses de fréquentation après la reprise de l'activité. Peu propice à la distanciation sociale, le secteur de la restauration souffre, ainsi que les producteurs qui travaillaient pour ce débouché. Dans ces conditions personne ne consent à leur avancer la trésorerie.

Contexte général	Société+ Filière & acteurs	Individu + lieux & produits
<p><i>Conséquences économiques / Covid-19</i></p> <p>trajectoire dépressive vers crise financière</p> <p>situation économique des ménages contrastée</p> <p><i>Politique &amp; évolutions induites des représentations</i></p> <p>rôle social restauration collective grâce aux imports</p> <p>(**) la restauration répond au besoin de convivialité pour une partie de la population</p> <p><i>Gestion sanitaire / Covid-19</i></p>	<p><i>Anti-globalisation/mondialisation</i></p> <p>madeleines de Proust / culinarité à domicile / slow food</p> <p>(**) part croissante de la population en insécurité alimentaire</p> <p>(**) maintien partiel des solidarités</p> <p>(**) vente en vrac</p> <p><i>En quête de sens (changement de repères)</i></p> <p><i>Nouvelles pratiques d'achat &amp; de consommation</i></p> <p>(*) stress santé dominant (**) stress économique dominant</p>	<p>achats locaux</p> <p>Produits nationaux sauf pour l'entrée de gamme</p> <p>(**) conserves et pâtes à partager</p> <p><i>Innovation / préparation</i></p> <p>(*) focalisation sur le contenu nutritionnel</p> <p>SIQO, intérêt pour provenance produit, seulement si pouvoir d'achat,</p> <p>(*) distanciation permanente</p> <p>(*) stress santé persistant</p> <p><i>Santé – bien-être &amp; naturalité</i></p>

La période hivernale 2020/2021 voit un niveau élevé de contamination à la COVID-19 alors que, selon l'état de la science, la nécessité d'une thérapie complexe associant vaccin et médicament pour se protéger efficacement ne pourra voir le jour avant 2022. Le gouvernement envisage un re-confinement début 2021, mais y renonce pour des raisons d'ordre économique et social après l'annonce de la chute de 15% du PIB 2020. Face à la critique extrêmement virulente pointant le fait que des moyens matériels et humains suffisants pour l'hôpital, permettant la

prise en charge de tous les malades graves, sont en réalité bien moins coûteux et plus économes que les pertes engendrées par le confinement, le gouvernement se trouve finalement contraint de s'engager effectivement dans cette voie du financement des services de santé pour éviter un nouveau confinement.

### ***Stress économique, stress santé et besoin de convivialité impactent achats et modalités de consommation alimentaires***

Les mesures de soutien public à l'économie décidées en 2020 s'avèrent insuffisantes pour endiguer la trajectoire dépressive empruntée par l'économie qui menace maintenant les classes moyennes, avec des divergences selon les groupes sociaux, et de potentiels « troubles démocratiques ». Avec une part grandissante de la population en insécurité alimentaire et une baisse pour certaines productions alimentaires nationales (problèmes de main d'œuvre et retard dans les travaux agricoles pour certains fruits et légumes), la part de produits « basiques » vendus en vrac (pommes de terre et autres produits « basiques » dont les récoltes n'ont pas, ou peu, été affectées) est en croissance dans l'alimentaire pour des raisons économiques (moins cher sans emballage ni transformation), même si les produits premiers prix transformés tiennent leurs positions pour le même motif (prix). Les tendances sont les suivantes : moins de légumes mais plus de féculents, et moins de marques mais plus de vrac et de produits transformés premier prix.

Une part non négligeable de la population a cru comprendre que les pouvoirs publics ayant fait le choix de l'activité économique au détriment de l'arrêt de la diffusion du virus, il leur appartenait de reprendre leur sécurité sanitaire en main. Ainsi, l'obésité étant un facteur de risque reconnu, ils se posent à nouveau des questions sur le contenu nutritionnel de leur alimentation, et la transparence sur la composition et l'origine des produits revient au premier plan. Mais, pour les consommateurs les plus en proie aux difficultés économiques, la peur de manquer les conduit à être moins préoccupé par le contenu des produits (étiquetage, composition ou provenance deviennent secondaires) que par la crainte, largement fantasmée, d'une pénurie. Le prix est souvent déterminant et favorise le retour à une forme de convivialité autour des pâtes et la réhabilitation des conserves au détriment des produits frais. La population est partagée entre désir de maintenir les liens humains tissés pendant la crise (solidarité locale, notamment avec les personnes fragiles) et ré-individualisation des comportements (justifiée par la « distanciation »).

Le retour à la vie normale (post-confinement) s'est accompagné d'un besoin de convivialité en présentiel, lequel connaît un nouveau rebond pour conforter le moral face aux difficultés économiques, avec une nourriture partagée plus économique autour de plats familiaux à domicile cuisinés avec des produits relativement peu onéreux (gratin dauphinois, pâtes à la carbonara,...) ou la mise en valeur de certaines expériences acquises pendant le confinement de type "cuisiner les restes" qui sont renouvelées ; si les moyens le permettent la restauration à l'extérieur fournit également un cadre propice en réponse au besoin de convivialité en présentiel. Les plus sensibles au stress santé consentent à sacrifier d'autres postes de dépenses pour faire appel à la livraison de repas livrés strictement portionnés : la livraison diminue le risque de contamination et le calibrage des portions participe à la prévention de la prise de poids (facteur aggravant de la Covid), diminuant aussi, à titre secondaire, le gaspillage. Parfois, la réaction/adaptation au stress sanitaire & économique conjugue valorisation des madeleines de Proust (produits de l'enfance & patrimoine), retour de la culinarité (popote faite à la maison au sein du cocon protecteur de son intérieur sécurisant) et remise en question de la modernité ("slow food").

### ***La sphère financière risquant d'entrer en crise à la suite de l'économie réelle, la structure de la consommation s'en trouve affectée***

Le nombre croissant de particuliers et d'entreprises en défaut de paiement ou en difficulté financière (multiplication des prêts non remboursés, créances irrécouvrables et des provisions pour créance douteuse) affecte la sphère financière qui frôle l'entrée en crise à la suite de l'économie réelle. Insouciance et frivolité reculent encore plus, tout ce qui peut être thésaurisé (or, immobilier, foncier...) l'est. Ainsi l'immobilier et la part de la RHD peu liée au tourisme et relativement bon marché se redressent, mais le tourisme ne s'en remet pas. Pour faire des économies, les entreprises choisissent de réduire leurs surfaces de bureaux, le télétravail s'impose en conséquence, ce qui vide les villes d'une large part de leurs bureaux. Ce développement du télétravail profite notamment à la livraison de repas de cuisine internationale en particulier de cuisines "exotiques" épicées permettant facilement de cacher l'absence de protéines animales (gain de temps + coût limité par l'absence de viande).

Le prix de la viande devient prohibitif ou incite à en consommer moins mais de meilleure qualité et, comme lors du confinement pour certaines personnes, le développement de repas sans viande s'accompagne de la diversification de menus, incluant notamment une substitution avec des protéines végétales.

Aggravation de la crise et importance accrue du télétravail favorisent concomitamment une tendance à la recomposition du lien social autour de la communauté vécue comme un « îlot de sûreté » : le confinement avait déjà amené les gens à échanger plus sur les réseaux sociaux, le nombre des communautés se développe sur nombre de préoccupations de consommation (local, déconsommation, fait maison...) et en fonction des moyens disponibles, et la consommation alignée sur l'identité de ces communautés amplifie certains comportements (végans, 100% bio,...).

### ***En réaction, en France, un « new deal » associant relance et réorientation de l'économie maintient l'emploi agricole et limite le niveau de dépendance aux importations***

Pour éviter le danger systémique résultant de l'extension de la crise aux institutions financières, et compte tenu des spécificités, disparités et divergences croissantes des évolutions des économies nationales, certaines des règles de l'UE sont drastiquement assouplies, voire abolies, afin de redonner des marges de manœuvre plus importantes aux divers Etats membres en terme d'adaptation à la nouvelle réalité économique et financière et de prévenir ainsi des remises en cause plus importantes (pérennité de l'euro, voire de l'UE).

Le niveau de solidarité financière est ajusté pour permettre le maintien d'un financement « viable » des pays du Sud de l'UE dans le cadre de l'euro (conditions de taux d'intérêt suffisamment limité), mais la PAC, comme politique commune la plus intégrée est abandonnée et les politiques agricoles redeviennent de compétence nationale perdant ainsi le soutien financier européen.

En France, le gouvernement opte pour un « new deal » associant relance et réorientation de l'économie. Globalement, les aides à l'agriculture française sont légèrement accrues en montant financier (comparativement à la situation antérieure avec la PAC) et visent, non pas une autosuffisance totale pour toutes les productions agricoles, mais à limiter, non pas drastiquement mais raisonnablement, le niveau de dépendance aux importations en fonction des produits et filières (ex. : conforter la production de fruits et légumes en France) tout en maintenant l'emploi agricole (fin de la baisse tendancielle séculaire du nombre d'agriculteurs). Le recours aux importations, nécessaires pour compléter certaines productions nationales insuffisantes et maintenir des prix accessibles aux populations les moins aisées financièrement,

est limité aux entrées de gamme et aux premiers prix. Globalement et à court terme, la part de l'alimentaire ré-augmente dans le budget des ménages français (effet crise/pouvoir d'achat), mais les filets de sécurité (banque alimentaire, resto du cœur, subventions à l'alimentation scolaire) sont maintenus et développés en tant que de besoin (y compris en cas d'insuffisance des niveaux de collectes des acteurs associatifs, auquel cas l'Etat subventionne).

***La mondialisation post-OMC réduit les interdépendances et profite en premier lieu aux entreprises dont la stratégie est fondée sur des approvisionnements locaux***

La mondialisation post-OMC se distingue par la recherche d'accords bilatéraux portant sur les industries et productions spécifiques considérées comme stratégiques et susceptibles d'être protégées pays par pays, avec des degrés d'interdépendances variables selon les pays et entre grandes zones économiques, dont l'UE.

Moins « globalisée / financiarisée / fluide », la mondialisation s'adapte à la nouvelle donne d'économies diminuant le niveau de leurs interdépendances : les entreprises dont la stratégie est fondée sur des approvisionnements locaux sans recours à l'import (type « McDo ») se maintiennent contrairement à celles jouant sur l'hyperspécialisation par pays avec une optimisation de la localisation des sources de matières premières et des lieux d'assemblage pour des coûts toujours plus bas, qui doivent revoir leur stratégie ou disparaître. Globalement le trafic international diminue, même si l'évolution est contrastée selon les produits/destinations. En France, tous les produits agroalimentaires sont disponibles sous réserve de recourir aux importations pour les entrées de gamme ainsi que pour les produits exotiques ou les agrumes.

***Le recours complémentaire aux importations, limité aux entrées de gamme, complète l'offre alimentaire nationale plus « qualitative »***

Avec le redéveloppement de certaines productions agricoles devenues trop limitées stimulé par des moyens budgétaires dédiés, y compris en diminuant les aides autrefois octroyées dans le cadre de la PAC à des secteurs très exportateurs, l'effet "new deal" favorise un recentrage à moyen terme de l'approvisionnement des consommateurs français sur des produits nationaux, y compris locaux (circuits courts). Ce soutien profite également aux marchés de plein vent, qui offrent aux ménages la possibilité d'économiser sur les prix de la livraison tout en facilitant la comparaisons directe des produits (dates, prix, aspect). Les pouvoirs publics communiquent sur le « made in France » alimentaire en l'associant à des thèmes et qualificatifs porteurs : « gustatif, bon goût », « qualitatif », « solidaire », « local, donc moins de transport pour une meilleure préservation de l'environnement ». Ces incitations sont suivies par les ménages disposant encore de moyens financiers suffisants, pour exprimer d'autres valeurs que le prix et associer consommation et acte politique non orienté par la recherche d'un avantage économique individuel.

Le recours aux importations limité aux entrées de gamme garantit la sécurité pour tous les produits, notamment en matière de restauration collective, dont le rôle social ne peut se passer des importations à prix limité, et moyennant une moindre mise en avant de la provenance/origine des produits relativement à la consommation à domicile. Pour autant, les pouvoirs publics incitent, par des subventions ciblées, la restauration collective à acheter certains produits français, locaux ou non, positionnés plus haut de gamme en mettant en avant des objectifs de type « nutritionnel », « label », « bio », ...

Fin 2023, les prix de certains produits français sont devenus inaccessibles pour de nombreux consommateurs, avec notamment des difficultés d'accès aux SIQO et certains produits bio, dont les prix demeurent accessibles essentiellement aux catégories aisées de la population. Et

la croissance de la part de la population sensibilisée au prix et aux stratégies de stockage à domicile a favorisé la diversification des circuits, le redéveloppement du *hard discount* et des solderies, le retour au fait maison, ainsi que le développement des ventes de MDD à différents niveaux (notamment MDD thématiques « made in France »).

## FEUX VERTS

### Une alimentation saine accompagnant une transition environnementale et écologique

#### Résumé

La situation sanitaire du pays reste maîtrisée après la sortie de confinement. La récession est forte mais la France parvient à maintenir la majeure partie de ses capacités économiques grâce au chômage partiel et aux interventions ciblées de soutien aux secteurs les plus touchés. La perspective d'un Green Deal européen se précise pour faciliter la transition environnementale et énergétique.

Le télétravail et la digitalisation des rapports sociaux dans la vie courante sont vécus comme une réponse pertinente et environnementalement vertueuse à cette exigence de sécurité sanitaire qui passe nécessairement par la lutte contre le changement climatique et la dégradation de la biodiversité.

Le stress généré par la pandémie renforce le désir de vieillir en bonne santé dans les pays développés. Pour faciliter l'atteinte des objectifs de santé publique, la technologie devient parfois intrusive dans le domaine médical et de l'hygiène de vie. Le contenu de l'alimentation devient un enjeu fort pour le consommateur. Le consommer « moins mais mieux », plus que jamais d'actualité, se traduit par un renoncement partiel aux protéines animales. Si certains s'orientent dans la voie de l'alimentation ultra-transformée la plus fonctionnelle possible voire futuriste, la majorité des consommateurs souhaite une alimentation « exemplaire » en matière sanitaire et environnementale et la plus naturelle possible. Cette élévation de la qualité de l'alimentation génère toutefois une certaine frustration des ménages modestes qui peinent à suivre la hausse engendrée des prix alimentaires.

La présentation de l'offre en GMS, qui étoffe son offre drive, est axée sur les notions de santé et respect de l'environnement. Les circuits de ventes directes des producteurs aux consommateurs deviennent très importants dans l'offre alimentaire. La restauration développe massivement la vente à emporter notamment en réponse à l'augmentation du télétravail. Dans les grandes surfaces, les rayons traiteur se développent et les commerces tels que les boulangeries étendent leur offre snacking.

#### **Un dé-confinement post COVID-19 où l'économie a tenu le choc**

Le 11 mai 2020, après 2 mois de confinement lié à la pandémie mondiale de la COVID-19, la France redémarre. La sortie de confinement est planifiée progressivement la mise en place de mesures de distanciations sociales fortes (port du masque, favorisation du télétravail, distribution de gel hydro-alcoolique...). Si aucun vaccin n'est disponible rapidement, certains traitements font leur effet pour combattre la maladie sans effets secondaires et ainsi diminuer les recours à l'hospitalisation. L'économie mondiale a connu une baisse de capitalisation boursière forte mais n'a pas connu de faillite du système bancaire. En France, les mesures prises par le gouvernement ont permis d'éviter la catastrophe : les différents filets de sécurité, tels que la prise en charge du chômage partiel, ont permis aux entreprises de tenir dans la majorité des secteurs. Certes, les trésoreries sont vides, mais les emplois sont préservés et le

financement du redémarrage est alors possible. L'impact est toutefois différent selon secteurs de l'économie. Si certains restent en très grande difficulté, comme la restauration ou l'événementiel, d'autres secteurs repartent plutôt bien, ce qui permet de cibler les mesures d'intervention publique et de venir en aide aux secteurs les plus touchés. Il est possible d'envisager sereinement le fameux « monde d'après ». Côté alimentation, la sécurité alimentaire est préservée. Durant le confinement, la France n'a pas connu de pénurie. Au sortir du confinement, la capacité productive agricole est intacte même si la circulation de main d'œuvre n'a pas retrouvé sa fluidité. La logistique internationale, bien que sous tension, permet de s'approvisionner sur les marchés étrangers. Si les stocks constitués par quelques pays diminuent l'intensité du trafic international pour certaines denrées, la plupart des flux d'export sont maintenus. Malgré un surcoût supportable, les échanges agroalimentaires se poursuivent. Néanmoins, le discours liant la crise sanitaire avec la crise climatique et la dégradation de la biodiversité est de plus en plus présent et perçu comme pertinent.

Contexte général	Société + Filière & acteurs	Individu + lieux & produits
<p><i>Conséquences économiques / Covid-19</i></p> <p>pas de faillite systémique des banques</p> <p>intervention publique ciblée PME-TPE et ménages</p> <p><i>Politique &amp; évolutions induites des représentations</i></p> <p>technologies nécessaires pour verdir la vie d'après</p> <p>sortie du confinement sans à-coups</p> <p>traitements disponibles</p> <p><i>Gestion sanitaire / Covid-19</i></p>	<p><i>Anti-globalisation/mondialisation</i></p> <p>cuisine exotique et végétarienne foisonnante</p> <p>augmentation de l'offre durable</p> <p><i>En quête de sens (changement de repères)</i></p> <p>alimentation communautaire facilitée par le marketing digital</p> <p><i>Nouvelles pratiques d'achat &amp; de consommation</i></p> <p>consommation nomade saine</p>	<p>Feux verts</p> <p>livraison à domicile drive GD et fermier plateformes numériques des Régions</p> <p><i>Innovation / préparation</i></p> <p>développement SIQO</p> <p>individualisation des comportements alimentaires facilitée par le marketing digital</p> <p><i>Santé – bien-être &amp; naturalité</i></p>

### **Une crainte sanitaire prédominante dans la population**

Le stress lié à la crainte sanitaire ne diminue pas dans l'esprit de la population. Après un certain temps toutefois les craintes fusionnent associant virus, santé, et environnement. Vieillir en bonne santé devient plus que jamais la préoccupation première dans les pays développés. Si la prise en charge des personnes âgées n'est toujours pas performante, les « futurs vieux » pensent à leur propre avenir et les débats sur l'utilisation des technologies et la bioéthique repartent de plus belle. Le numérique contribue au retour à un fonctionnement social non contraint vécu comme plus libre bien que très différent du fonctionnement antérieur. Les liens virtuels se développent dans le travail et dans la vie courante. L'important, c'est la sécurité sanitaire, les rapports sociaux s'adaptent. La technologie s'envisage de plus en plus comme un

progrès pour améliorer et faire fonctionner un quotidien bien chamboulé. Les sujets techniques, auparavant tabous, ne suscitent plus de rejet massif. Le transhumanisme, l'homme augmenté, l'agriculture de précision, les biotechnologies en faveur de la biodiversité, la viande artificielle et de synthèse, les repas en gélules, toutes les solutions deviennent socialement acceptables, à défaut d'être disponibles. Par ailleurs, cette vision s'accompagne d'une baisse de la vigilance à l'égard de la diffusion des données personnelles. Ce qui était inconcevable avant cette pandémie devient finalement possible. Dans la lignée de l'application StopCovid, les outils de suivi de la santé se multiplient. Les données médicales sont récoltées (profils génétiques, poids, antécédents, maladies...). Les maladies alimentaires (diabète, obésité, anorexie...) sont suivies comme les autres à des fins de santé publique. Le passeport sanitaire intéresse de plus en plus les assurances qui voient la possibilité de moduler leurs tarifs en fonction de l'hygiène de vie. Le contenu de l'alimentation devient un enjeu fort pour le consommateur.

### ***Un nouvel élan pour l'écologie***

Par ailleurs, les consciences environnementales s'éveillent un peu partout en Europe. Les enjeux climatiques n'ont jamais été pris avec un tel sérieux. Aussi, la société civile se mobilise. Les travailleurs n'acceptent pas le discours incitant à travailler plus pour des raisons exclusivement économiques. Les voix pointant les lacunes du système occidental avant la crise, inadapté aux imprévus, et jugé responsable des dérèglements passés mais aussi de ceux à venir, sont de plus en plus audibles. La société accepterait d'être « tracée », de changer ses rapports humains, et nombre de sacrifices, pour ne pas « revenir à l'anormal », aux dysfonctionnements antérieurs. « La relance sera verte ou ne sera pas ». Les consommateurs ciblent et valorisent les produits durables, prioritairement produits en Europe. Sous la pression des citoyens-consommateurs, le verdissement des politiques se généralise. Les mesures d'aides sont de plus en plus conditionnées à des plans « verts » dans les entreprises. C'est l'occasion de voir émerger un encadrement public européen fort en faveur de cette nouvelle économie verte, bas carbone et subventionnée. La perspective d'un Green Deal ambitieux prend forme. Des mesures de décroissance, encourageant la limitation des activités et déplacements inutiles sont prises, notamment par la généralisation du télétravail et des réunions virtuelles.

### ***Une nouvelle organisation de la distribution alimentaire***

La pression des consommateurs, oblige les marques et la GMS à communiquer davantage sur leur politique environnementale. Les enseignes de la GMS investissent fortement dans le drive qui s'est révélé prometteur pendant le confinement et « verdissent » le discours accompagnant les MDD. Il faut coller aux aspirations des consommateurs et proposer du « vert ». Les autres marques rivalisent d'arguments pour minimiser les impacts négatifs des produits, ou vanter à l'extrême la moindre propriété écologiquement vertueuse. Les budgets sont principalement alloués à la communication sans forcément modifier les produits, ce qui conduit le consommateur à être de plus en plus vigilant et à exiger plus de transparence. Sur les autres circuits, les enseignes spécialisées trouvent un nouveau souffle, et les régions investissent dans des plateformes numériques de mise en relation des clients et des exploitants pour booster les ventes directes ou de proximité.

### ***Le consommateur exigeant vis-à-vis des produits pour une alimentation « saine » et durable***

Toutes ces exigences et aspirations des consommateurs ont un prix. Les ménages aisés peuvent consentir à payer plus cher pour une alimentation de qualité. Néanmoins, les ménages modestes sont frustrés voire culpabilisés à l'idée de ne pas pouvoir les imiter. Ils essaient de consommer au mieux et des stratégies sont mises en place pour pallier le manque de moyens

(choix qualitatifs de certains produits au détriment d'autres, exclusions ou fortes limitations de certains produits comme les viandes, changements des proportions dans l'assiette...). Les tendances de consommation alimentaire s'orientent sans conteste vers le durable, la seule réponse organisationnelle ne suffit pas. Les préoccupations santé accroissent la vigilance sur les produits. Le consommateur se repose des questions sur le contenu nutritionnel de son alimentation, et les interrogations sur la composition et l'origine des produits reviennent au premier plan, renforcées par les craintes sanitaires et environnementales. Les valeurs autres que le prix s'affirment. Il faut sauver les circuits de proximité qui gagnent le cœur des villes par de nouveaux modes de livraison. La consommation devient plus que jamais un acte politique qui influence l'intervention publique et les investissements notamment en direction des exploitations en conversion (Bio) ou en projets de diversification (la liste des SIQO augmente, ils deviennent plus accessibles, la production française est plus facile à identifier). Consommer « moins mais mieux » devient plus que jamais d'actualité. Cette alimentation vertueuse s'accompagne d'un développement de la conscience du lien entre agriculture intensive (notamment élevage), déforestation, menace sur la biodiversité, et risque de pandémie par franchissement des barrières d'espèces. Le « slow food » devient tendance et le « retour à la nature » est le principal axe marketing moderne. De façon différenciée selon les consommateurs, cette alimentation santé peut être synonyme d'alimentation la plus naturelle possible (Bio, de saison, locale, issu de systèmes de cultures diversifiés et biomimétiques...), ou ouvrir la voie à l'alimentation ultra-transformée voire futuriste (alternatives végétales agglomérées, supers aliments, repas en barres, compléments alimentaires,...) qui fait des promesses de valorisation du capital santé. Le « moins mais mieux » s'accompagne d'une baisse de consommation accélérée de protéines animales, qui conduit au développement de repas sans viande et d'une grande diversité de substituts végétaux dans les menus. La cuisine "exotique", foisonnante de recettes végétarienne, est appréciée.

L'alimentation de demain doit donc être exemplaire en matière environnementale et sanitaire

### ***Une nouvelle consommation hors domicile plus flexible et toujours sollicitée***

Pourtant potentiellement porteuse de liens sociaux, l'offre en restauration doit principalement s'adapter à ces deux critères : santé publique (quitte à manger seul) et préoccupations environnementales. Aussi, l'investissement dans les outils de rationalisation de la livraison de repas à domicile et au bureau s'accroît. Si cette option n'a pas connu un véritable engouement pendant le confinement, la demande du consommateur explose avec la reprise de l'activité économique et l'anxiété de retrouver des cantines bondées. On assiste au développement retentissant de la vente à emporter. L'intérêt pour ce mode de fonctionnement ne diminue pas pour le consommateur qui cherche des alternatives hors domicile. Cette nouvelle forme s'adapte à l'augmentation du télétravail pour ceux qui cherchent une alternative à la restauration collective. Pour accompagner une nouvelle manière de travailler, de nouvelles festivités, de nouvelles habitudes, la consommation nomade se réinvente en excluant la junk food pour ne pas perdre de vue l'objectif prioritaire : manger pour être en bonne santé. Le snacking (sain) augmente, poussé par le numérique et le digital grâce à la commande livrée (les clients ne veulent plus aller en magasins, devenus anxiogènes) à toute heure du fait de la désynchronisation des repas des gens en télétravail. Dans les grandes surfaces, les rayons traiteurs se développent et les commerces telle que les boulangeries étendent leur offre snacking, y compris dans les quartiers résidentiels. Côté restauration collective, la Loi EGalim est confortée et de plus en plus de mesures sont demandées pour garantir une alimentation de qualité, allant parfois jusqu'à des recommandations inatteignables en matière de disponibilité des produits alimentaires nationaux correspondants.

La nécessité de changer de mode de vie a été le discours dominant conduisant à la naissance d'une nouvelle consommation alimentaire française. A l'issue de la crise COVID-19 le repas gastronomique des Français cède la place, notamment hors domicile, à une alimentation moins festive et conviviale mais surtout plus saine et respectueuse de l'environnement.

## PRECARITE ALIMENTAIRE

### En période de crise généralisée l'alimentaire devient une valeur refuge et politique

#### Résumé

Un nouvel épisode épidémique conduit plusieurs pays de l'UE, dont la France, à opter pour un nouveau confinement à l'automne 2020, soulevant des vagues de contestation. Une crise financière inédite et rapidement mondiale éclate peu après. Pour ce second confinement de l'année la discipline budgétaire est privilégiée et limite l'intervention publique, selon la stratégie de la « destruction créatrice » visant à assurer la compétitivité des économies européennes sur la base des meilleurs sélectionnés par la crise.

Les difficultés économiques et le ralentissement du commerce international créent des pénuries qui entraînent une insécurité alimentaire difficilement suppléée par des distributions caritatives.

L'appauvrissement de la population fait du prix le principal, sinon l'unique, critère de choix de la majorité des consommateurs, favorisant ainsi un redéploiement du hard discount, des sorderies, des épiceries solidaires, ainsi que du « fait maison » avec les produits bruts, achetés en vrac pour économiser sur le packaging. La GD se lance dans une guerre des prix et étouffe ses marques de distributeur. La viande devient un produit de luxe. L'Etat subventionne l'alimentation quotidienne des plus démunis, et développe les drives locaux et la livraison à domicile, pour les travailleurs pauvres, notamment dans les zones de forte contestation.

Alors que, pour la majorité, l'enjeu est la survie économique, d'autres restent inquiets pour leur santé en raison d'une menace épidémique prolongée et cherchent les éléments de rassurance sur les étiquettes (qualité nutritionnelle, composition...).

Confinement, télétravail et perte d'emploi favorisent un exode urbain et la prise de conscience du lien agriculture - alimentation. Autoproduction ou achat direct renvoient aux « madeines de Proust » pour certains ou s'envisagent comme un acte politique à travers une consommation « responsable et solidaire » (envers le « Made in France », les petits commerçants, les PME locales...)

#### ***Le retour au confinement s'accompagne d'un séisme financier non anticipé dont l'ampleur conduit au choix d'une stratégie européenne de refondation à partir des meilleurs sélectionnés par la crise***

A l'automne 2020, alors que les scientifiques restent divisés entre partisans d'un « rebond épidémique tardif » ou d'un « retour saisonnier précoce » avec une nouvelle mutation du coronavirus, et que l'état de la science ne permet pas d'envisager la disponibilité de vaccin efficace au mieux avant le second semestre 2021, le gouvernement décide d'un retour au confinement pour une période de deux mois renouvelable. Cette décision engendre des refus d'ordre psychologiques et de fortes contestations, motivées par des arguments économiques, sociaux, politiques, scientifiques, ..., divers mais convergents contre le re-confinement, qui s'en trouve plus ou moins bien respecté. En effet, pour les contempteurs du confinement, la crise

sanitaire est un problème social et politique lié à l'impéritie des dirigeants politiques, qui ont négligé le système de soin (restrictions budgétaires successives depuis 20 ans). Diverses contestations surviennent, dont certaines sont de plus en plus virulentes (éruptions aussi soudaines que sporadiques d'insurrections locales, émeutes alimentaires). Déjà observés en mars 2020, les mouvements de populations cherchant à fuir les agglomérations se multiplient.

Dans plusieurs pays de l'UE, dont une majorité des Etats membres ont également opté pour un nouveau confinement, RHD et tourisme sont maintenant en chute libre, et l'immobilier chancelle périlleusement. Désorientés faute de visibilité sur les perspectives économiques et financières à venir, les acteurs du secteur privé (banques, bailleurs, ...) ne suivent plus et ne font plus crédit. Une crise financière inédite éclate, y compris en France, sans que les gouvernements, ayant sous-estimé son ampleur et sa soudaineté, ne s'y soient préparés. La stricte application des règles juridiques désormais réclamée par les pays du Nord de l'UE, qui refusent de s'engager plus loin en faveur de la mutualisation des emprunts et dettes, impose de facto des limites aux interventions de la BCE en faveur des pays du Sud de l'UE. Les gouvernements se résolvent dès le second semestre 2021 à suivre le chemin de l'austérité défriché par la Grèce depuis 11 ans... À ceci près qu'il n'est plus question d'aide financière supplémentaire pour renflouer leurs caisses (le rappel de la contrainte financière s'exerçant faute de moyens disponibles) mais de « destruction créatrice », nouvelle stratégie promue pour optimiser l'adaptation des économies de la zone euro afin de refonder celles-ci sur des bases compétitives à partir des meilleurs sélectionnés par la crise. Une solidarité publique minimale demeure pour accompagner *« cette nécessaire adaptation qui, faute d'autre alternative possible sauf à envisager le pire, sera d'autant plus rapide et efficace qu'elle aura été stricte »*. Certains experts annoncent déjà que la population italienne *« subira et vivra difficilement »* cette politique, et que les prochaines élections générales du Parlement italien prévues fin mai 2023, déboucheront donc très rapidement sur une sortie de l'Italie de l'euro (et donc de l'UE), avec le retour à une lire dévaluée par rapport à l'euro.

### ***« Struggle for life » d'ordres économique et financier, pénuries, stockages et recherche d'alimentation à moindre coût***

La crise financière se mondialise promptement. La chute du commerce mondial s'accompagne d'un néoprotectionnisme européen, préalable nécessaire fondé sur une recherche active de souveraineté assez généralisée (politique de « destruction créatrice » au sein de l'UE, néoprotectionnisme vis-à-vis de l'extérieur), avec des relocalisations plus importantes qu'initialement envisagé, et des objectifs de limitation des dépendances étendus à divers secteurs (santé, alimentaire, industries stratégiques non limitées au militaire, électronique & composants, ...). Les frontières internationales filtrent énormément. Certains pays n'exportent plus pour garder leur production et constituer des stocks de sécurité (Cambodge et Vietnam pour le riz, ...). La pénurie se fait sentir sur quelques filières, y compris sur les produits phytosanitaires et les antibiotiques.

La part de la population en grande précarité devient inquiétante. Désorganisation de l'offre et insuffisance de la demande solvable accroissent la chute de la production mondiale provoquant des pénuries pour certains produits que les importations ne parviennent pas à compenser. En temps de crise aggravée, les moyens collectés par les banques alimentaires, resto du cœur, ... ne permettent plus de faire face au nombre croissant de nécessiteux, et les subventions à l'alimentation scolaire étant réduites au minimum, l'insuffisance de ces filets de sécurité s'accompagne de pillages de magasins d'alimentation. Les appels à la solidarité (charité) se multiplient pour faire contribuer ceux qui ne sont pas impactés. Les liens humains tissés pendant la crise sanitaire, notamment avec les personnes fragiles (solidarité locale) sont

mis sous tension, par les difficultés de vie dans le cadre d'une lutte pour la survie (*struggle for life*) économique et financière.

Contexte général	Société + Filière & acteurs	Individu + lieux & produits
<p><i>Conséquences économiques / Covid-19</i></p> <p>crise financière mondiale</p>	<p><i>Anti-globalisation/mondialisation</i></p> <p>développement de l'auto-production</p> <p>communautés autarciques</p>	<p>Précarité alimentaire</p> <p>attention portée au prix et stockage à domicile</p>
<p><i>Politique &amp; évolutions induites des représentations</i></p> <p>la crise sanitaire n'est qu'un problème de mauvaise gestion</p>	<p><i>En quête de sens (changement de repères)</i></p> <p>viande inaccessible</p> <p>promotion des repas végété</p>	<p><i>Innovation / préparation</i></p> <p>Plats préparés très bon marché voire repas sociaux livrés</p>
<p>pas de traitement avant fin 2021 traitement</p> <p><i>Gestion sanitaire / Covid-19</i></p>	<p><i>Nouvelles pratiques d'achat &amp; de consommation</i></p> <p>RHD affaiblie par la distanciation et les difficultés économiques</p>	<p>peu d'attention à l'étiquetage (composition, provenance, SICO...) sauf pour les hyper stressés santé</p> <p>nourriture partagée (plus économique)</p> <p>Santé – bien-être &amp; naturalité</p> <p>naturalité inaccessible</p>

### **Disparition de la « classe moyenne », majorité de la population en difficulté économique, exode urbain**

Le confinement prolongé et récurrent a plongé une partie minoritaire de la population dans un stress santé durable (pour certains jusqu'à l'hypocondrie) dans l'attente d'un vaccin. Pour ces "hypocondriaques en hyper-stress santé", sans lien avec leur statut social, la lutte pour la survie se traduit par la mise au rebut des considérations extra-sanitaires (à l'exception des contraintes financières qui s'imposent également de plus en plus durement au fur et à mesure que l'on s'éloigne du sommet de la pyramide sociale) : très attentifs au contenu nutritionnel de leur alimentation et à la transparence sur les produits (étiquetage, composition ou provenance), ils ignorent les considérations de type « local », « environnemental », « social » ou « équitable ».

Mais pour la majorité de la population, pour faire face aux conséquences de la crise économique et financière, il faut renoncer à ses préoccupations de longévité (« *vivre beaucoup plus vieux en faisant attention à tout : pourquoi ?* »). Face à cette majorité de la population, regroupant les classes populaires et les classes moyennes progressivement rétrogradées, pour laquelle les préoccupations d'ordre économique surpassent désormais celles d'ordre sanitaire, le haut de la pyramide sociale est rejoint par des "hypocondriaques en hyper-stress santé" en attente de sécurité à tout prix pour réclamer plus d'ordre (sanitaire ou autre).

L'investissement dans les outils et la formation au télétravail devant être rentabilisé, celui-ci est favorisé par les dirigeants des entreprises qui y voient des gisements de gains de productivité.

Déployé préférentiellement sur la base du volontariat des individus et des collectifs, le travail à distance est organisé pour que la créativité individuelle et collective soit stimulée, la « destruction » devant être « créatrice » pour refonder la compétitivité des économies de la zone euro. Confinement et télétravail favorisent des mouvements de population. Dans un premier temps privilège des ménages possédant une maison de campagne, le départ hors des agglomérations et l'installation en milieu rural, temporaire voire pérenne, s'étend à tous les télétravailleurs quel que soit leur niveau social puis aux chômeurs. Locations de vacances ou habitations délaissées des centre-villages trouvent ainsi des locataires « à l'année ». Les potagers ruraux, comme les jardins ouvriers périurbains sont de plus en plus sollicités par des néo-jardiniers qui souhaitent les cultiver. La proximité entre urbains et ruraux ainsi établie entraîne une prise de conscience du lien de dépendance agriculture – alimentation et de l'importance de la logistique. Loin des villes confinées, dans un climat de crise et de très fortes tensions, le besoin de convivialité redevient essentiel, ce qui profite aux marchés de plein vent locaux, proches, qui font avec le disponible, mais assurent une fonction de lien social. Plus généralement, les circuits d'approvisionnement s'appuyant sur le contact humain (avec des producteurs, petits commerces, ...) bénéficient d'un attrait « convivialité/liens sociaux ». Pour ceux qui souhaitent toujours limiter les risques liés aux contacts, il demeure possible de partager des « apéros virtuels » ainsi que ses exploits culinaires sur les réseaux sociaux.

### ***Des subventions dans le domaine alimentaire pour contenir l'expansion du péril social***

Pour des raisons de prix, la part du vrac est en croissance dans l'alimentaire (moins cher sans emballage ni transformation), et certaines expériences acquises pendant le confinement sont renouvelées avec des comportements de type "cuisiner les restes". L'extension de la part de la population sensibilisée au prix et aux stratégies de stockage à domicile favorise le *hard discount* et les solgeries, ainsi que les épiceries solidaires, les circuits courts à la campagne (drive fermier, ...), les repas associatifs (dans la mesure des disponibilités), le retour au fait maison, et le développement des ventes de MDD premier prix. La crainte de la pénurie associée aux préoccupations prioritaires de prix et de disponibilité immédiate amène les consommateurs à être moins regardants sur le contenu des produits, et l'étiquetage comme la composition ou la provenance deviennent secondaires.

Les SIQO, hors de prix désormais pour la plus grande part de la population, sont majoritairement consommés par les plus aisés. De même, le prix de la viande devient relativement prohibitif, ce qui incite à en consommer moins, et à domicile plutôt qu'au restaurant. Plus onéreux, le bœuf de boucherie voit sa consommation diminuer fortement, alors que le haché se maintient relativement mieux, ainsi que les autres viandes moins chères (porc ou poulet). Expérimentée par certains pour la première fois durant le confinement du printemps 2020, la végétalisation des menus se généralise avec le développement de repas sans viande et une substitution par des protéines végétales.

Pour tenter de contenir le risque d'explosion sociale et politique, le gouvernement favorise simultanément et dans une optique de complémentarité :

- pour les populations les plus démunies (minimas sociaux sans emplois, ...) : des subventions fixes leur permettant l'achat d'une ration alimentaire journalière suffisante au plan calorique ;
- localement et dans certaines régions plus particulièrement contestataires, le développement d'une offre de repas sociaux livrés ou de plats cuisinés à des prix très limités adaptés à la chute du pouvoir d'achat.

Par ailleurs, les hypermarchés se lancent dans une guerre des prix et accroissent la pression sur leurs fournisseurs pour obtenir des achats à des prix toujours plus bas, en justifiant cette pression par la nécessité de préserver le pouvoir d'achat de leur clientèle durement affectée par les nouvelles conditions économiques et en rappelant aux pouvoirs publics qu'ils contribuent ainsi au bon avancement de la stratégie de « destruction créatrice ».

**Trois grandes tendances de l'alimentaire : « protection contre l'inquiétude », « priorité à l'auto-provisionnement », « convivialité & lien social de proximité »**

Plus sociale que sociétale, la remise en cause du concept de mondialisation n'a que peu d'effet « politique » sur la consommation de cuisines exotiques dans la mesure où conflits et tensions ne sont pas "horizontales" (entre communautés, en fonction des classes d'âge, etc...) mais "verticales" (entre le haut et le bas de la pyramide sociale). En conséquence, convivialité et « îlot de sureté communautaire » cohabitent et sont compatibles.

En ville ou en campagne, le développement de l'autoproduction apporte des solutions à différentes préoccupations. Dépressives ou plus tumultueuses, les passions se mêlent et se partagent entre nostalgie, volontés de rupture, et solidarités diverses face aux défis... et selon les points de vue :

- pour les plus déprimés et/ou inquiets, notamment par la question sanitaire mais aussi les difficultés économiques, l'autoproduction alimentaire ou l'achat direct au producteur conjugue valorisation de ses madeleines de Proust (enfance & patrimoine), retour de la culinarité et remise en question de la modernité ("slow food");
- pour les plus impétueux, la référence au passé perd de son importance, l'envie de rupture pousse à la découverte de consommations solidaires (solidarité locales avec les producteurs et transformateurs locaux) en fonction des moyens financiers, de la motivation et des sacrifices acceptés en conséquence ;
- pour les plus modestes, en temps de crise économique aggravée, tenter de produire son alimentation fait reculer les aspects fonctionnels, dont la santé, et favorise le retour à une forme de convivialité autour d'une nourriture partagée plus économique autour de plats familiaux à domicile.

Que ce soit pour une production interstitielle en ville, du maraichage périurbain, ou en milieu rural, l'accès au foncier est le premier facteur limitant. Aussi, certains cherchent à réquisitionner des parcelles et à s'organiser en communautés autarciques.

## METHODE

La méthode mise en œuvre est une démarche morphologique. La problématique de l'alimentation post-COVID a été décrite par 13 variables de contexte regroupées en 3 composantes et 16 variables de tendances de consommation regroupées en 5 composantes. Chaque variable est déclinée en plusieurs modalités décrivant son évolution possible à 3-4 ans. Parmi toutes les combinaisons possibles de ces modalités, une sélection de combinaisons cohérentes, plausibles et pertinentes a été opérée afin de permettre l'écriture de scénarios différents les uns des autres.

## VARIABLES DE CONTEXTE

Cette première série de variables, regroupées en 3 composantes, correspond à des options en matière de situations socioéconomiques (aux niveaux macro et également micro), de politiques publiques économiques et sanitaires, et d'évolutions au sein de l'opinion (sécurité vs liberté, cause de la crise sanitaire,...).

### **Composante : Conséquences économiques liées à la COVID-19**

#### ***Contexte financier global***

Les trois modalités sont largement mais librement inspirées du document de travail « *Crise du Covid-19 – Esquisse de scénarios à l'horizon 2021 – 2022* » publié par Futuribles le 31 mars 2020.

1. Baisse de la capitalisation boursière mondiale mais pas de faillite majeure au sein du système bancaire (en France / Europe)
2. Crise financière majeure (exemples à titre d'illustrations : crise financière se propageant via les actifs financiers aux institutions bancaires, y compris en France ; ou bien crise monétaire)
3. Crise financière importante se propageant via l'économie réelle (crise peut-être plus progressive que dans le cadre de la modalité 2 ci-dessus)

#### ***Mondialisation*** (3 aspects : échanges, logistique, et modèles d'entreprises internationales)

1. Mondialisation de plus belle : "*business (presque) as usual*" = quelques adaptations avec des relocalisations d'industries limitées au secteur de la santé. Non seulement le « modèle McDo » prévaut (multinationale avec des structures locales se fournissant dans le pays où la structure est physiquement localisée), mais le « modèle Apple » se maintient également (conception & marketing aux USA, unité de production en Asie, vente dans des pays avec population solvable). Les frontières ne restent pas fermées, les échanges reprennent et la disponibilité des produits (y compris bas coût importé) retrouve une situation quasi-normale.
2. Mondialisation contrôlée, notamment par rapport à la logistique et au besoin d'un degré minimal d'indépendance dans certains domaines économiques (pharmacie...) ⇒ relocalisations d'industries du secteur de la santé + subventions des industries de type « énergies vertes ». Les échanges sont ralentis sur les produits spécifiques, ces produits arrivent doucement, les pertes augmentent à la douane (allongement des délais), le trafic international diminue de manière différenciée.
3. Néoprotectionnisme (national voire UE) sur la base d'une recherche active de souveraineté assez généralisée ⇒ relocalisations plus importantes & générales, chute du commerce mondial, objectifs de limitation des dépendances étendus à divers secteurs : santé, alimentaire, industries stratégiques (non limité au militaire),

électronique & composants,... Changement/bouleversement financier & monétaire, remise en cause de la liberté de circulation des capitaux, fin l'optimisation/évasion fiscale (entreprises & particuliers) associée aux paradis fiscaux, révision drastique/adaptation ou fin de l'UE. Les frontières internationales filtrent énormément. Certains pays n'exportent plus pour garder leur production (ex. : Cambodge et Vietnam pour le riz, Europe de l'est pour le blé). La pénurie se fait sentir sur quelques filières, y compris sur les produits phytosanitaires et antibiotiques.

4. Changement du modèle de mondialisation ⇒ le « modèle McDo » se maintient, mais c'est la fin du « modèle Apple » = maintien de la mondialisation et des multinationales non "globalisées" mais fin de la globalisation et des transnationales associées à l'hyperspécialisation par pays avec un arbitrage de la localisation des sources de matières premières et des lieux d'assemblage pour associer des coûts toujours plus bas & des marges maximales. Les échanges (notamment intercontinentaux) sont ralentis, les produits arrivent doucement, les pertes augmentent à la douane (allongement des délais), le trafic international diminue globalement et assez lentement. Tous les produits sont disponibles mais pas en entrée de gamme.

### ***Situation économique française peu de temps après la sortie du confinement***

1. « Gueule de bois » : les filets de sécurité publics ont fonctionné, les trésoreries sont à plat mais le financement du redémarrage est possible
2. « Désorientation » : le privé (banques, bailleurs,...) ne suit plus et ne fait plus crédit. La part variable des retraites dévisse. La part de la population en grande précarité devient inquiétante. Les appels à la solidarité (charité) se multiplient pour faire contribuer ceux qui ne sont pas impactés. Le redémarrage est lent et difficile
3. « Trajectoire dépressive » : les classes moyennes sont menacées, les trajectoires divergent selon les groupes sociaux générant des troubles démocratiques

### ***Utilisation des revenus / Impact différents selon les secteurs de l'économie (tourisme, immobilier, alimentaire...)***

1. La RHD et plus généralement l'alimentation, la fête, les déplacements, la culture, le tourisme repartent de plus belle et deviennent des secteurs de l'économie plus rentables que les biens durables (du type immobilier) malgré une moindre prévisibilité
2. Retour aux tendances précédentes, notamment RHD, tourisme & immobilier se redressent après une période de pertes de marchés relativement courte.
3. Tout ce qui peut être thésaurisé l'est (or, immobilier, foncier,...) : halte à la frivolité ! Ainsi l'immobilier et la part de la RHD peu liée au tourisme se redressent, mais le tourisme ne s'en remet pas.
4. RHD, tourisme & immobilier en chute libre... tout pour le "paraître", la voiture, les vêtements, l'e-réputation et l'esthétique,...

### ***Sécurité alimentaire des ménages au sortir du confinement (CHD = 0)***

1. Pas de pénurie grâce au maintien de la capacité productive française + complément import + soutien logistique avec des tensions supportables sur les prix des produits agroalimentaires
2. Une part grandissante de la population en insécurité alimentaire, baisse de la production alimentaire nationale (problèmes de main-d'œuvre, retard dans les travaux agricoles,...)

3. Problème de production nationale + commerce international très ralenti : chaque pays fait ses stocks de sécurité. Émeutes alimentaires : insuffisance des filets de sécurité (banque alimentaire, resto du cœur, arrêt des subventions à l'alimentation scolaire), scènes de pillage des magasins d'alimentation

### **Composante : Politiques et évolutions induites des représentations**

#### ***Orientation de l'intervention publique***

1. New deal = soutien public à la relance de l'économie: nationalisation, impôts et redistribution,... ⇒ logique productiviste, et le « vert passe derrière » (écologie & environnement ne sont pas prioritaires)
2. Green deal = encadrement public fort en faveur de l'économie verte, aux niveaux local et national, pour conforter la souveraineté économique et non plus seulement pour des questions de sécurité, bas carbone, gestion des ressources naturelles...
3. Destruction créatrice = la crise aura sélectionné les meilleurs, solidarité publique minimale jusqu'à un certain point
4. Politique décroissante et tentative de gestion d'une décroissance contrôlée et limitée

#### ***Technologies (robotisation, tracking des gens, passeport sanitaire, nourriture synthétique aseptisée,...)***

1. Méfiance répandue à l'égard de la technologie numérique et des biotechnologies... menaces vécues comme dangereuses pour la liberté individuelle et la démocratie. Refus de la surveillance et du tracking généralisé par une partie "non négligeable" des populations, technologies jugées nécessaires au cas par cas limitées à la production (robotisation,...).
2. Reprise des tendances passées : développement objet de débats sur le numérique, les biotechnologies et nanotechnologies. Développement de la robotisation si les conditions économiques & sociales y sont favorables ou acceptables.
3. Les biotechnologies et le numérique contribuent au retour à un fonctionnement social vécu comme normal et libre... plus de rejet, baisse de la vigilance démocratique. Acceptation par une majorité politique relative de la population de la surveillance et du tracking limité au motif de sécurité sanitaire.
4. "Big brother is watching you" : surveillance & tracking en voie de généralisation (e-commerce & GAFA, sécurité sanitaire, santé & mutuelles, services de sécurité, police & renseignements généraux, services des impôts, banques & fin de l'argent liquide,...)

#### ***Discours liant crise sanitaire et crise climatique***

1. Finalement on ne s'en sort pas si mal ! Pour la prochaine fois il suffit d'obliger les particuliers et les entreprises à avoir des stocks de masques et de gel hydro-alcoolique (comme cela a déjà été fait avec le détecteur de fumée ou l'éthylotest dans la voiture)
2. La crise sanitaire est liée à l'impéritie de nos dirigeants, c'est un problème social et politique : taxer les grandes entreprises pour renforcer le système de soin, assainir la finance,... et on sera prêts pour la prochaine
3. Crise sanitaire et changement climatique sont fortement liés, des mesures de décroissance et de limitation de la mobilité, voire de confinement doux permanent, sont prises
4. OUI, MAIS... les enjeux associés aux problématiques socio-économiques sont prioritaires / problématiques environnementales

## **Composante : Gestion sanitaire de la crise**

### ***Modalités de sortie du confinement***

1. Sortie en mai, après 2 mois de confinement. Reprise d'activité progressive (régions, secteurs d'activité, tranche d'âge, présence d'anticorps) avec des mesures de distanciations physique (masque, demi-capacité dans les lieux publics,...)
2. Maintien et mise en place de nouvelles mesures après le dé-confinement intervenu en mai, mais pas de retour au confinement. Puis, retour à une activité "normale".
3. Rebond épidémique après dé-confinement. Retour au confinement dans le courant du dernier trimestre 2020 et mesures de distanciation jusqu'à Noël.
4. Fort rebond épidémique saisonnier à l'hiver 2020/2021 => le gouvernement "envisage" un re-confinement début 2021, mais y renonce pour des raisons d'ordre économique et social, tout en maintenant un "confinement partiel" (interdiction grands rassemblements,...)

### ***Rapidité de disponibilité d'un traitement***

1. Disponibilité très rapidement de traitements hors vaccins qui soignent et guérissent sans effets secondaires.
2. Accélération de la recherche, on dispose d'un vaccin efficace fin 2020, et d'ici là les traitements limitent le nombre de décès.
3. Traitement symptomatique disponible mais non protecteur. Rythme classique : pas de vaccin efficace avant le 2<sup>nd</sup> semestre 2021.
4. Vaccin peu efficace, recherche prolongée. Nécessité d'une thérapie complexe associant vaccin et médicament pour se protéger : efficacité 2022.

### ***Restauration hors domicile***

1. Fastfood, snacking et consommation nomade reprennent leur tendance au développement, mais bars et restaurants ont tellement manqué aux citadins comme aux ruraux, que la restauration hors domicile connaît une croissance
2. L'investissement dans les outils de livraison de repas à domicile et au bureau (plateforme web, création de vaisselle adaptée,...) doit être rentabilisé. UberEat et Deliveroo développent des formats adaptés aux différentes occasions de consommation (livraison de goûters, restaurant collectifs,...). L'activité arrive à reprendre assez vite et les restaurateurs s'organisent bien, y compris sur des nouveaux modes (drive, pré-commande,...). L'intérêt pour le Hors Domicile n'a pas diminué et la confiance est là comme en atteste les performances du drive McDo
3. La crainte de l'autre développée au cours du confinement laisse des traces et une demande de distanciation physique s'installe. Tous les lieux recevant du public (bars, stades, cinémas,...) enregistrent des baisses de fréquentation. Indépendamment de la reprise de l'activité, les restaurateurs n'arrivent pas à s'organiser. Peu adapté à la distanciation sociale, le secteur ne regagne pas la confiance des consommateurs. Par ailleurs, les producteurs qui travaillaient pour ce débouché se sont détournés pour écouler leur production et l'approvisionnement est difficile. D'autant plus que la solvabilité des entreprises agricoles et des restaurateurs pose question, personne ne consent à avancer la trésorerie.
4. Pas de modification de tendance / avant la crise, mais structures sensiblement affaiblies: L'activité tarde à reprendre. L'activité manque une partie de la période estivale qui n'est d'ailleurs pas reluisante pour ce secteur. L'intervention de l'Etat

permet de maintenir une partie de la profession mais beaucoup n'ont pas pu rouvrir (40% de fermetures)

### **Télétravail**

1. Le télétravail a montré ses limites, son développement doit rester limité
2. L'investissement dans les outils et la formation au télétravail, doivent être rentabilisés. Le télétravail est favorisé par les entreprises mais en souplesse, sur la base du volontariat des individus en préservant les collectifs de travail
3. Pour faire des économies, les entreprises choisissent de réduire leurs surfaces de bureaux, le télétravail est imposé, les villes se vident de leurs bureaux puis de leurs habitants.
4. Le télétravail est utile pour limiter le recours aux transports générant de la pollution (dont émissions de CO2)

### **Degré de permanence du stress santé**

1. Stress durable : la santé est une préoccupation généralisée jusqu'à l'hypocondrie, le principe de précaution est systématiquement mis en avant.
2. Retour à la tendance antérieure : la préoccupation majeure dans les pays développés est de vieillir jeune et en bonne santé... (trans-humanisme ?)
3. Fatalisme : À quoi bon vivre beaucoup plus vieux en faisant attention à tout... (survivalisme ?)
4. Populations partagées entre stress économique & stress santé

## **TENDANCES ALIMENTAIRES**

Pour explorer les évolutions possibles des comportements alimentaires, les résultats de l'« Etude prospective sur les comportements alimentaires de demain »<sup>8</sup> ont été mobilisés. Les 16 tendances mentionnées dans cette étude sont regroupées en 5 composantes. Pour chacune, sont proposés ci-après quelques lignes de présentation de la tendance, les observations faites pendant le confinement sur le sujet et les modalités futures possibles. Le plus fréquemment seules trois modalités ont été générées (ralentissement, maintien ou accélération de la tendance), et parfois une quatrième modalité a été créée pour illustrer une inflexion envisageable.

### **Composante : Santé Bien-être**

#### ***Alimentation santé bien-être***

**Tendance identifiée avant le confinement :** à la suite notamment des crises sanitaires et de la diffusion de messages de santé publique, les consommateurs français ont pris conscience du lien qui existe entre leur alimentation, leur santé et leur bien-être. Une partie des consommateurs cherche ainsi à travers l'alimentation à réduire le risque de maladies et/ou à améliorer ses performances (physiques, intellectuelles).

**Observé pendant le confinement :** crainte que confinement ne se traduise par une prise de poids

#### **Modalités futures :**

---

<sup>8</sup> Etude citée p4

1. L'alimentation a repris une place de premier plan pendant le confinement, et son versant santé s'affirme. Obésité facteur de risque reconnu. La santé valeur principale : "On ne peut pas manger que des pâtes et des conserves"
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. La convivialité redevient une valeur essentielle de l'alimentation et fait reculer les aspects fonctionnels dont la santé. Effet crise économique : consommation régulière de pâtes, réhabilitation des conserves vs produits frais
4. Obésité facteur de risque reconnu pour certains. Et effet crise économique installe la consommation de pâtes dans les habitudes + réhabilitation des conserves vs pds frais

### **Recherche de naturalité**

**Tendance identifiée avant le confinement :** la naturalité, pour une grande partie des consommateurs, sous-entend une absence de « produit chimique ». En effet, les consommateurs sont attentifs à la composition des aliments et privilégient ceux sans éléments artificiels (conservateurs, additifs, colorants artificiels ...). Ils cherchent à éviter également les produits issus des biotechnologies, les OGM ou encore l'utilisation de pesticides dans l'agriculture.

**Observé pendant le confinement :** SIQO pas prioritaire sauf bio

### **Modalités futures :**

1. Développement durable, conscience du lien entre agriculture intensive, déforestation, menace sur la biodiversité, risque de pandémie par franchissement des barrières d'espèces. *Slow food*, retour à la nature, meilleure maîtrise de son alimentation grâce aux produits bruts.
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur avec, de façon très secondaire, objectif plaisir et partage immédiats
3. Difficulté d'accès aux SIQO environnementaux (trop chers pour une majorité de la population)

### **Composante : En quête de sens**

#### ***Alimentation durable***

**Tendance identifiée avant le confinement :** la montée en puissance des préoccupations sociales, écologiques et éthiques, depuis plusieurs décennies, conduit les consommateurs à rechercher une alimentation plus durable et en particulier à se tourner vers des produits alimentaires durables.

Cette tendance a été séparée en 2 :

#### ***Alimentation durable moins d'emballage***

**Observé pendant le confinement :** en GD choix du stockable préemballé.

### **Modalités futures :**

1. Poids du vrac en croissance alimentaire et PGC en réponse à la prise de conscience sur les quantités de déchets produits lors du confinement (masques, gants, sacs plastiques, matériel de protection)
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. Pré-emballé = hygiène

4. Poids du vrac en croissance pour l'alimentaire et les PGC pour des raisons économiques (moins cher)

### ***Alimentation durable aspects sociaux***

**Observé pendant le confinement :** Initiatives collaboratives en lien avec des circuits directs pour collecter / livrer les personnes fragiles

#### **Modalités futures :**

1. Persistance des liens humains tissés pendant la crise, notamment avec les personnes fragiles (démocratie et solidarité locale)
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. Ré-individualisation des comportements : la distanciation l'emporte

### ***Moins de gaspillage***

**Tendance identifiée avant le confinement :** les consommateurs sont de plus en plus nombreux à s'engager dans la lutte contre le gaspillage alimentaire et ce pour diverses raisons, à la fois économiques, environnementales et sociétales. Cela engendre des évolutions des modes de consommation mais aussi des modes de production puisque l'ensemble des acteurs des filières alimentaires est concerné par le sujet.

**Observé pendant le confinement :** prise de conscience du risque de pénurie

#### **Modalités futures :**

1. Poursuite des comportements type "cuisiner les restes"
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. Oubli du risque de pénurie, pas d'attention aux pertes, sélection qualitative excessive (refus du moche)
4. L'augmentation des repas livrés, strictement portionnés, diminue le gaspillage

### ***Moins de protéines animales***

**Tendance identifiée avant le confinement :** la consommation de protéines animales diminue en France comme dans les autres pays « développés ». Pour des raisons parfois très variées (messages nutritionnels à partir du début des années 1980, coût élevé, scandales alimentaires, idéologie, évolution du rapport Homme-Animal, considérations environnementales,...), les consommateurs sont sensibilisés à la recherche de sources de protéines alternatives.

**Observé pendant le confinement :** progression de la demande de viande pour la consommation à domicile

#### **Modalités futures :**

1. Développement durable, conscience du lien entre élevage intensif, déforestation, risque de pandémie par franchissement des barrières d'espèces, tendance confortée par la recherche d'économie (substitution par les protéines végétales). Développement de repas sans viande lors du confinement, diversification de menus sans viande. Le prix de la viande devient prohibitif ou incite à en consommer moins mais mieux
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. Recentrage de l'approvisionnement des consommateurs français sur des produits nationaux et surtout locaux, les progrès en matière de bien-être animal, circuits courts, un regain de soutien des urbains à l'agriculture. L'émergence du discours "sceptique" :

"ce ne sont pas les vaches qui polluent, finalement c'est l'activité humaine (avions, voitures, industrie)" ; viande à nouveau perçue comme aliment de prestige ; d'autres tendances deviennent prioritaires

4. La consommation de viande diminue fortement pour des raisons économiques plus qu'éthiques (passage d'un steak 200g/convive à une sauce bolognaise avec 15g de viande par convive).

### **Transparence sur les produits**

**Tendance identifiée avant le confinement :** face aux scandales alimentaires récents (viande de cheval ...), les consommateurs français ont développé une certaine méfiance vis-à-vis des produits standardisés. Ils recherchent davantage de transparence sur l'origine, la composition, l'apport nutritionnel ainsi que les conditions de production des produits qu'ils achètent.

**Observé pendant le confinement :** la crainte de pénurie induit une moindre attention portée aux étiquettes.

### **Modalités futures :**

1. Les préoccupations santé accroissent la vigilance sur les produits. Un des effets collatéraux du confinement a été une prise de poids généralisée (manque d'exercice, consommation ultra transformée accrue). Le consommateur se repose des questions sur le contenu nutritionnel de son alimentation, et la transparence sur les produits revient au premier plan, phénomène accentué par les craintes sanitaires et environnementales.
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. Une plus grande confiance accordée aux IAA et à la GD réduisent la vigilance des consommateurs. D'autres préoccupations deviennent prioritaires (bio, local, naturalité, prix,...). La crainte de la pénurie amène les consommateurs à être moins préoccupés par le contenu des produits. L'étiquetage, comme la composition ou la provenance deviennent secondaire
4. Préoccupations prix & disponibilité immédiate prioritaires : la crainte de la pénurie amène les consommateurs à être moins préoccupés par le contenu des produits. L'étiquetage, comme la composition ou la provenance deviennent secondaire. Prix versus Santé

### **Composante : Nouvelles pratiques d'achat**

#### **Consommateur stratège**

**Tendance identifiée avant le confinement :** confronté à de très fortes contraintes budgétaires, le consommateur cherche à profiter de bonnes affaires et de prix bas, tout en continuant à se faire plaisir. Il développe donc des comportements stratégiques. Sur la question du prix, Internet et les e-comparateurs sont rapidement devenus déterminants dans la recherche du meilleur rapport qualité-prix, au même titre que les prospectus publicitaires autrefois.

**Observé pendant le confinement :** choix des MDD, achats de précaution, surgelés

### **Modalités futures :**

1. Extension de la population sensibilisée au prix et aux stratégies de stockage à domicile. Résultats possibles : multiplication de circuits, essor HD et des solderies, retour les hypermarchés, développement de MDD à différents niveaux.

2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. D'autres valeurs que le prix, sauvegarde des circuits de proximité : la consommation comme acte politique qui n'est plus seulement orienté par la recherche d'un avantage économique individuel. Préférence pour le "made in France", le bio, ou par solidarité avec les petits commerçants
4. Arbitrage individuel en fonction de la priorité au stress santé vis-à-vis du stress économique

### **Digitale alimentation**

**Tendance identifiée avant le confinement :** La révolution digitale impacte tous les secteurs, y compris celui de l'alimentation. Le digital transforme les comportements alimentaires des consommateurs dans toutes les étapes précédant ou suivant l'acte d'achat : recherche et partage de l'information (comparateurs, bases de données, géolocalisation, alimentation connectée), l'acte d'achat (click&buy), les services associés à l'achat comme la livraison et l'évaluation post-achat. Cette tendance émergente a déjà commencé à s'ancrer dans les habitudes (succès des drives) et pourrait modifier en profondeur notre rapport à l'alimentation.

**Observé pendant le confinement :** recours aux recettes en ligne et forte progression des commandes en ligne (notamment pour le drive)

### **Modalités futures :**

1. Croissance du Drive : la commande à toute heure facilite l'extension de la clientèle qui ne veut pas aller en magasin + amélioration de la performance et élargissement de l'offre. La disponibilité des gens en télétravail pour réceptionner la livraison à domicile (LAD) fluidifie la logistique
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. Faire ses courses = voir les produits et rencontrer des gens (acte social) retour en force vers les marchés de plein vent. Les freins au recours à la livraison ou au drive sont : prix de la livraison, difficulté de comparer (dates, prix aspect...), déceptions sur la chaîne logistique (du frais, du surgelé etc.), disponibilité aux créneaux de livraison avec le retour du travail, ou volonté de se déplacer au drive exprès si télétravail
4. - d'une part développement drive : distance à parcourir pour trouver certains produits + drive concentrés localement pour garantir approvisionnement à prix bas  
- d'autre part développement marchés de plein vent local proche avec le disponible, + lien social

### **Alimentation particulière et communauté**

**Tendance identifiée avant le confinement :** le consommateur achète de plus en plus de produits, de marques, qui expriment son identité culturelle et contribuent à la réalisation de soi au sein d'une communauté. Alors que la segmentation de l'offre en s'appuyant sur des groupes ethniques de consommateurs (appelé « marketing ethnique ») existe en France depuis le début des années 1990, l'essor considérable des réseaux sociaux a changé la donne. De plus en plus de consommateurs souhaitent ainsi des produits adaptés à leurs caractéristiques culturelles et qui correspondent aux valeurs de la communauté à laquelle ils appartiennent (qu'elle soit religieuse ou non).

**Observé pendant le confinement :** disponibilité dans un contexte d'offre simplifiée ?

### **Modalités futures :**

1. Recul communautaire, la convivialité l'emporte. Malgré un essor des rapports sociaux on-line, les consommateurs ont perdu leurs repères durant le confinement. La consommation synonyme de vecteur identitaire devient alors ambiguë en matière alimentaire tant les consommateurs ne savent plus quoi penser. La tendance disparaît
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. Le seul ilot de sûreté, c'est la communauté. Le confinement a amené les gens à échanger plus sur les réseaux sociaux. Le nombre des communautés a explosé sur diverses préoccupations de consommation (local, dé-consommation, fait maison...). Cette habitude perdue après le confinement et la consommation alignée sur l'identité de ces communautés s'affirme, voyant des comportements extrêmes amplifiés (végans, 100% bio, ...). La tendance se transforme en militantisme
4. Conflits et tensions ne sont pas "horizontaux" (entre communautés, en fonction des classes d'âge, etc...) mais "verticaux" (entre le haut et le bas de la pyramide sociale avec une quasi-disparition de la "classe moyenne") = convergence type "gilets jaunes" + "banlieues" + "classes moyennes rétrogradées" versus "classe supérieure" + "hypocondriaques en hyper-stress santé" en attente de sécurité à tout prix - en conséquence communautés et convivialité sont compatibles en intra et extra-communautaire au sein de chacun des 2 « camps » en présence

### **Individualisation**

**Tendance identifiée avant le confinement :** la montée de l'individualisme a transformé les modes de vie et les comportements. Chacun, en fonction de modèles sociaux, développe ses propres modes et rythme de vie, et aspire à affirmer son individualité, notamment au travers de sa consommation, par une recherche de lien et de reconnaissance avec les produits qu'il achète.

**Observé pendant le confinement** Repas pris en commun = nourriture commune ?  
Confinement des personnes seules

### **Modalités futures :**

1. Retour rapide de la consommation hors domicile, snacking, individualisation des portions et des rythmes alimentaires. Le télétravail favorise les prises de repas en individuel, la crainte de la cantine pousse les gens à privilégier la gamelle. Les préoccupations santé privilégient les régimes spécifiques (sans sel, sans gluten, etc.)
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. Maintien d'une nourriture partagée plus économique autour de plats familiaux à domicile, voire en restauration. La convivialité devient une valeur recherchée après la période d'isolation

### **Nouvelles occasions de consommation**

**Tendance identifiée avant le confinement :** le modèle alimentaire français constitue une spécificité qui reste solidement ancrée dans les mentalités et les pratiques. Cependant, les comportements alimentaires ont évolué et le consommateur aspire à explorer de nouvelles opportunités de consommation. Il fractionne davantage ses repas (encas), simplifie ses prises alimentaires (plat unique, prêt à manger, brunchs) et apprécie l'enrichissement de son « expérience client » grâce à de nombreuses enseignes qui offrent des expériences différentes sur un même lieu.

**Observé pendant le confinement :** apéros virtuels

### **Modalités futures :**

1. La généralisation de l'expérience de convivialité à distance crée durablement de nouvelles pratiques. La déstructuration des repas au profit du grignotage se poursuit avec le télétravail.
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur.
3. Retour à la vie normale, besoin de convivialité en « présentiel ».
4. Mix : retour au présentiel & évolutions associées au développement du recours au télétravail                      besoin de convivialité, mais climat de crise & très fortes tensions

### **Composante : Anti mondialisation (ou pas)**

#### ***Nostalgie authenticité***

**Tendance identifiée avant le confinement :** la société moderne se caractérise entre autres par des individus en mal de repères qui perçoivent l'avenir comme incertain, évoluant dans un monde plus globalisé et complexe. Leur besoin de rassurance (sécurité) et de reliance (identité) se traduit dans leurs comportements de consommation : ils recherchent l'authenticité, apprécient les marques nostalgiques et les produits « anciens » (ou issus de la tradition).

**Observé pendant le confinement :** Covid-19/perte du goût et de l'odorat

### **Modalités futures :**

1. Valorisation de ses madeleines de Proust (enfance et patrimoine). Retour de la culinarité. Remise en question de la modernité / *slow food*
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. Envie de rupture par rapport au passé, envie de découvertes, etc.. La référence à la tradition perd de son importance. Consommation solidaire : solidarité "made in France", solidarité petits commerçants, solidarité PME
4. Les passions se mêlent entre envies de retour au passé, volontés de rupture, et solidarités diverses face aux défis... et selon les points de vue

#### ***Proximité***

**Tendance identifiée avant le confinement :** face aux inquiétudes liées à la mondialisation et à une croissance économique modérée, les consommateurs privilégient la proximité en matière alimentaire, encourageant les productions locales, les produits régionaux et la vente directe. L'envie de recréer du lien ville-campagne réapparaît fortement depuis quelques années en France (dans un contexte de longue tendance d'urbanisation). La proximité peut ainsi être géographique (produits locaux/régionaux) et relationnelle (circuits courts, relation avec le primeur, l'artisan...).

**Observé pendant le confinement :** prise de conscience du lien alimentation – agriculture

### **Modalités futures :**

1. Renforcement du lien ville – campagne à l'occasion du confinement "à la campagne", prise de conscience du lien alimentation – agriculture, méfiance vis-à-vis des produits importés, consommation solidaire : solidarité made in France, solidarité petits commerçants, solidarité PME
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur.
3. La souveraineté ne garantit pas la sécurité, il faut une bonne logistique d'import. Rôle social de restauration collective qui ne peut se passer des imports. Redémarrage fort

de la CHD et notamment de la restauration collective (moindre mise en avant de la provenance/origine des produits relativement à la consommation à domicile malgré CNRC). Les prix de produits français deviennent inaccessibles pour de nombreux consommateurs

4. Prise de conscience du lien alimentation – agriculture, préférence pour le bio en ville si l'on dispose des moyens financiers; prise de conscience de la dépendance de l'alimentation à la logistique de l'approvisionnement; solidarité limitée, contrainte par facteur prix

### ***Nouvelles expériences liées à la mondialisation***

**Tendance identifiée avant le confinement :** les Français sont attachés à leur patrimoine gastronomique mais ne ratent pas une occasion de profiter du meilleur des autres cultures culinaires. Cette recherche perpétuelle du « bien manger » les définit véritablement, ils sont d'ailleurs les premiers à parler d'alimentation alors même qu'ils sont à table. Aussi, l'accroissement des échanges culturels et d'informations tend à développer cette ouverture vers l'extérieur, notamment pour les jeunes générations qui recherchent, en plus de produits innovants, des denrées respectueuses de ceux qui les ont produits ou élaborés.

**Observé pendant le confinement :** réticence sur la cuisine chinoise, mais livraisons de repas indien, chinois,...

### **Modalités futures :**

1. Poursuite du recours à la livraison de repas de cuisine internationale. La cuisine "exotique" permet facilement de cacher l'absence de protéines animales grâce aux épices
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. Remise en cause du concept de mondialisation

### **Composante : Innovation, préparation**

#### ***Prêt à manger***

**Tendance identifiée avant le confinement :** le mode de vie urbain et l'exigence croissante de rapidité de la société moderne ont restreint le temps accordé par les Français à l'achat et à la préparation des repas. Ils aspirent à davantage de temps pour les loisirs et recherchent praticité et gain de temps concernant leurs prises alimentaires, qu'ils trouvent notamment dans la consommation d'aliments-services (plats préparés, sandwichs, restauration et livraison à domicile...).

**Observé pendant le confinement :** développement de l'offre de repas livrés + plats cuisinés

### **Modalités futures :**

1. Adhésion renforcée à la praticité en situation de télétravail le midi, festivité ou nouvelles habitudes le soir à domicile (le jeudi c'est sushi !) Le remplacement de la restauration commerciale et collective par la consommation nomade booste le rayon « Prêt à Manger »
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur.
3. Surcoût trop important pour un recours fréquent à la livraison de repas ou aux plats cuisinés. La culinarité est de retour plus de temps en semaine

4. Localement, dans certaines régions, développement d'une offre à prix très limité adaptée à la chute du pouvoir d'achat

### **Faire soi-même**

**Tendance identifiée avant le confinement :** la crise économique des années 2008 et suivantes a entraîné le développement de nouvelles habitudes en termes de repas pour la pause méridienne. Ce phénomène se couple avec la volonté, pour certains consommateurs, de maîtriser le contenu de leur repas et la manière dont il a été préparé. Enfin, le « cuisiné maison » répond également à une recherche de lien social et de convivialité.

**Observé pendant le confinement** Faire soi-même et partager ses exploits sur les réseaux sociaux !

### **Modalités futures :**

1. Les expériences acquises pendant le confinement sont prolongées
2. Reprise de la tendance sur le rythme antérieur
3. Les expériences acquises pendant le confinement sont stoppées (lassitude, échec, manque de temps,...)
4. Les expériences acquises pendant le confinement sont adaptées aux contingences propres à la réalité présente : on peut sortir, mais moyens financiers & disponibilité ? Et les réseaux sociaux sont moins libres et plus "verrouillés"

## **COMBINAISON DES VARIABLES**

Pour la combinaison des 41 modalités des variables de contexte et des 52 modalités des tendances alimentaires nous avons cherché à construire des chemins cohérents, plausibles et pertinents reliant certaines situations socio-économiques à leur impact possible sur l'alimentation des Français.

Après une proposition initiale de 6 combinaisons entre les différentes variables, un calcul de proximité entre combinaisons a permis d'en fusionner 2 et de parvenir aux squelettes de 5 scénarios. Les tableaux figurent les modalités des variables utilisées de façon majeure ou mineure dans les scénarios.

	après guerre	alimentation contrôlée	produits nationaux <small>sauf pour l'entrée de gamme</small>	precarité alimentaire	feux verts
maj					
min					

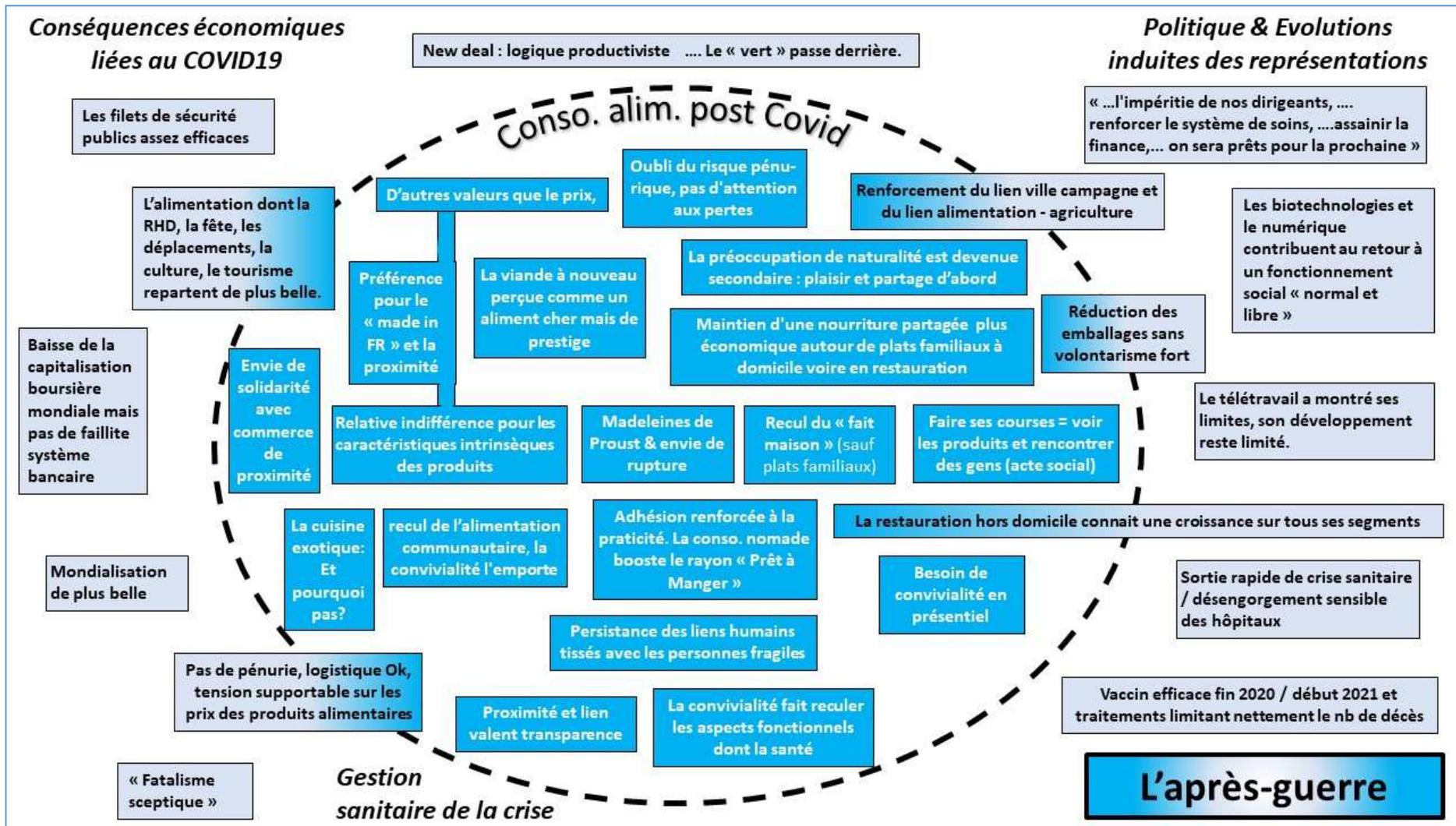
## Combinaisons des modalités des variables de contexte

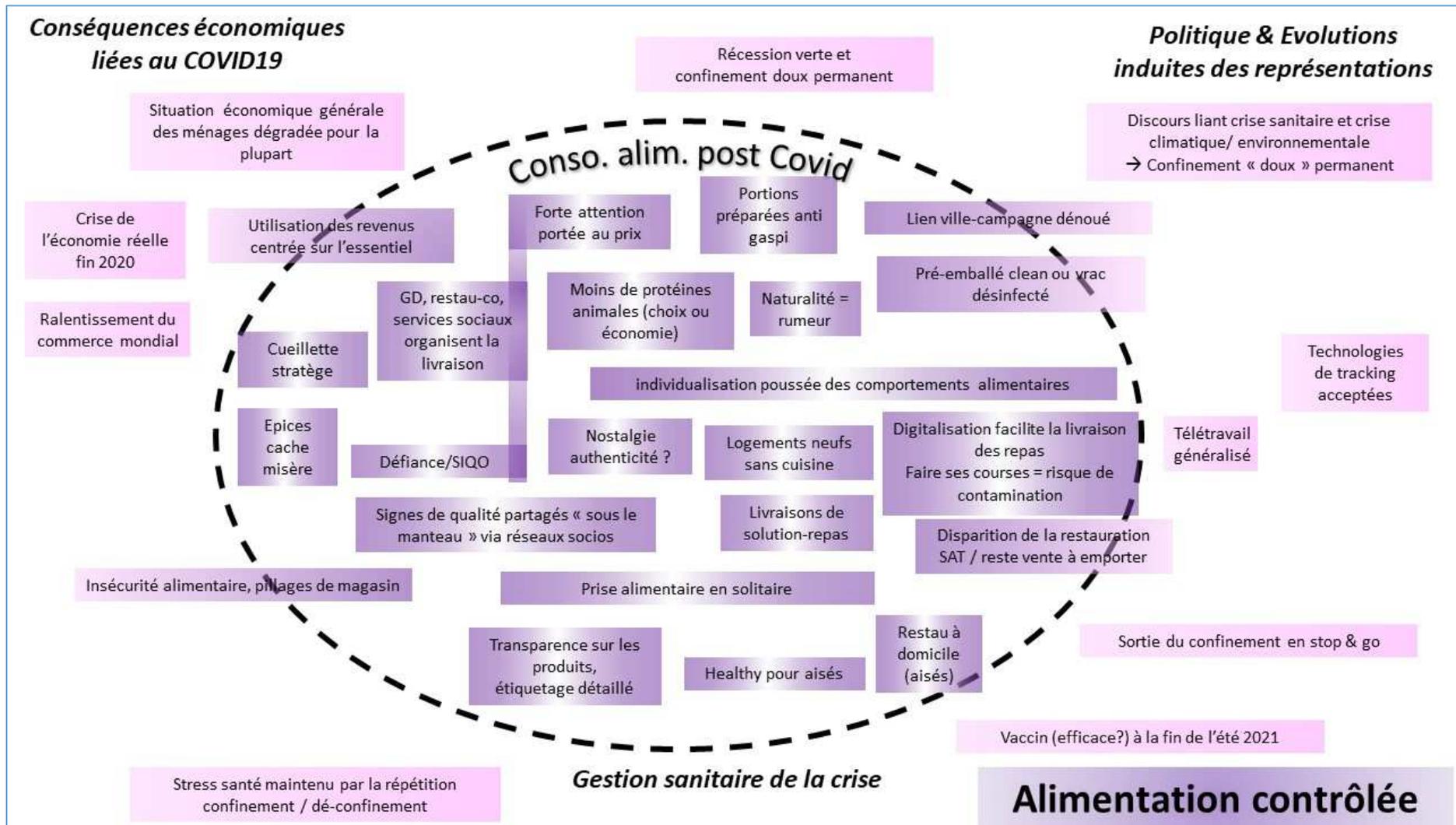
Composantes	Variables de contexte	1ere modalité	2ème modalité	3ème modalité	4ème modalité
Conséquences économiques liées à la COVID-19	hypothèses financières Futuribles court terme	■	■		■
	Situation économique peu de temps après la sortie du confinement	■	■		■
	Sécurité alimentaire des ménages au sortir du confinement (CHD =0)	■	■	■	■
	Mondialisation (3 aspects échanges / logistique et modèle d'entreprises internationales)	■	■	■	■
	Utilisation des revenus/ Impacts différents selon secteurs de l'économie (tourisme, immobilier, alimentaire...)	■	■	■	■
Politiques et évolutions induites des représentations	Orientation de l'intervention publique	■	■	■	■
	Discours liant crise sanitaire et crise climatique	■	■	■	■
	Techno (robotisation, tracking des gens..passeport sanitaire, nourriture synthétique asseptisées...)	■	■	■	■
Gestion sanitaire de la crise	Modalités de sortie du confinement	■	■	■	■
	Restauration hors domicile	■	■	■	■
	Télétravail	■	■	■	■
	Disponibilité d'un traitement rapidement	■	■	■	■
	Stress santé définitif durable	■	■	■	■

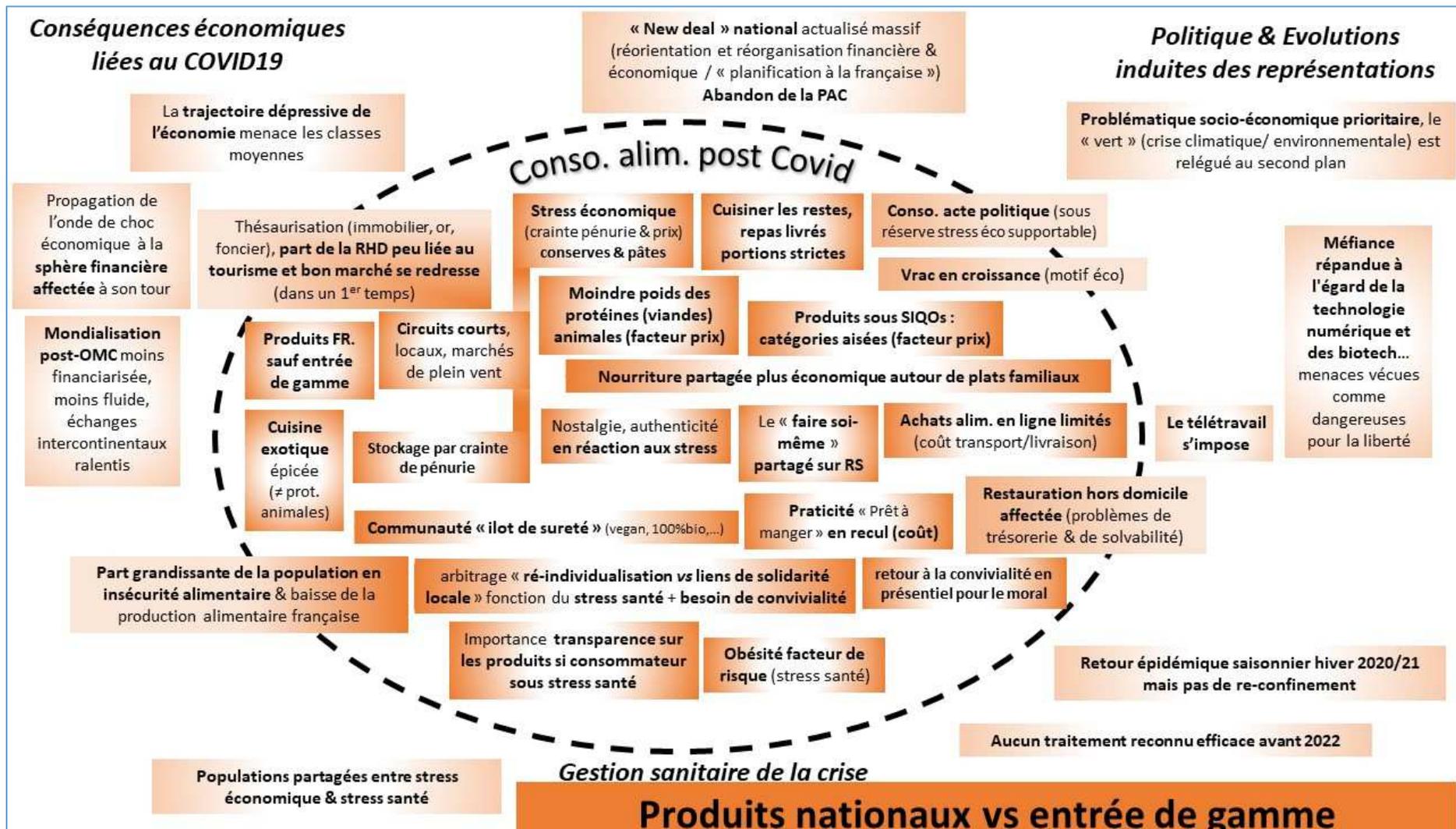
## Combinaisons des modalités des variables « tendances alimentaires »

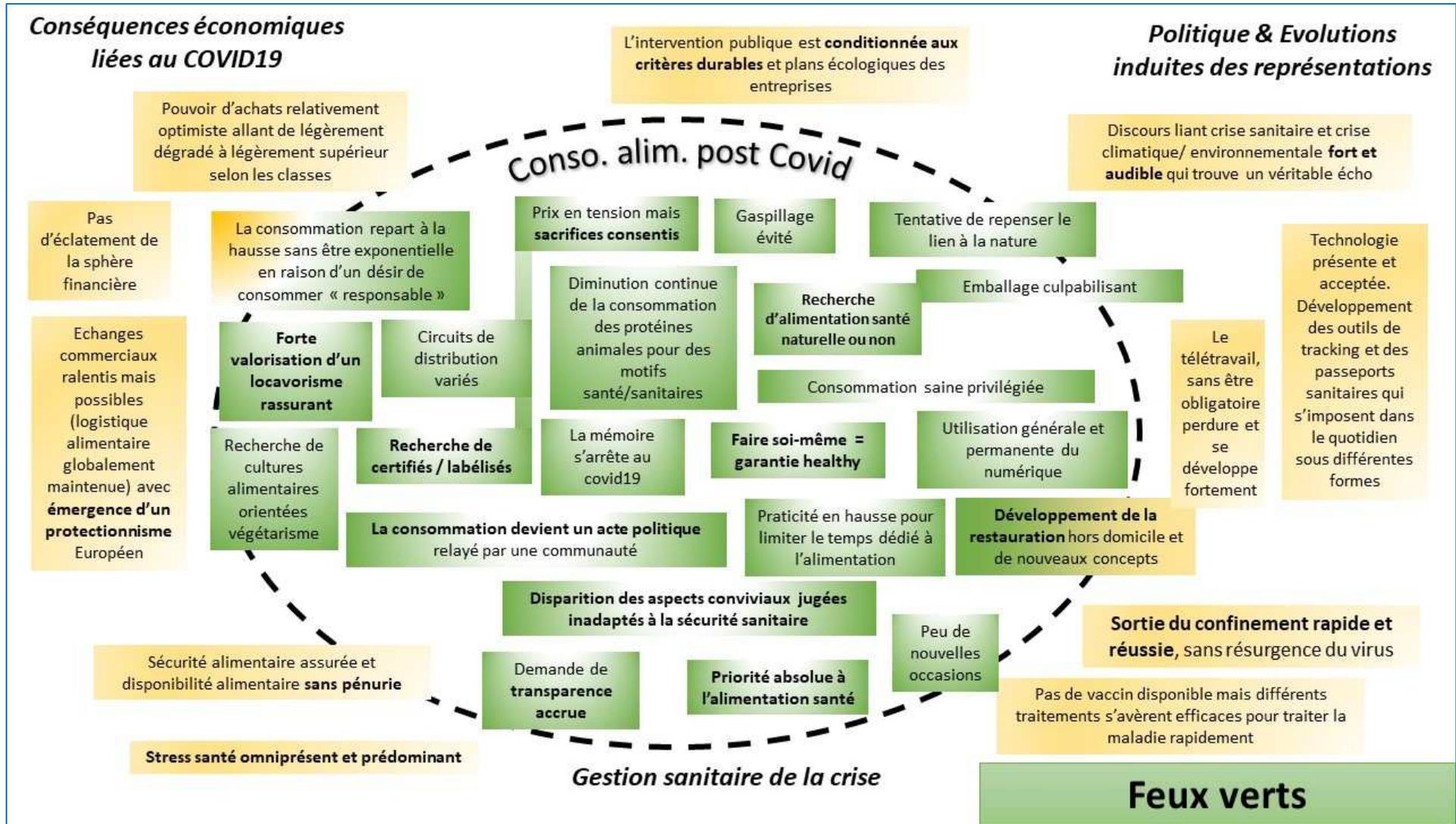
Composantes	Variables tendances alimentaires	1ere modalité	2ème modalité	3ème modalité	4ème modalité
Santé bien-être	Alimentation santé bien-être	■	■	■	■
	Naturalité	■	■	■	■
En quête de sens	Alimentation durable moins d'emballage	■	■	■	■
	Alimentation durable aspects sociaux	■	■	■	■
	Moins de gaspillage	■	■	■	■
	Moins de protéines animales	■	■	■	■
	Transparence sur les produits	■	■	■	■
Nouvelles pratiques d'achat	Consommateur stratège	■	■	■	■
	Digitale alimentation	■	■	■	■
	Alimentation particulière et communauté	■	■	■	■
	Individualisation	■	■	■	■
	Nouvelles occasions de conso	■	■	■	■
Anti-mondialisation (ou pas)	Nostalgie authenticité	■	■	■	■
	Proximité	■	■	■	■
	Nouvelles expériences liées à la mondialisation	■	■	■	■
Innovation préparation	Prêt à manger	■	■	■	■
	Faire soi-même	■	■	■	■

Modalités prises par les variables dans les différents scénarios

















## LES ÉTUDES

Consommation alimentaire post-COVID en France : cinq scénarios possibles  
**édition septembre 2020**

Directrice de la publication : Christine Avelin  
Rédaction : direction Marchés, études et prospective  
Conception et réalisation : service Communication / Impression : service Arborial

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex  
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ [www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)

 FranceAgriMer  
 @FranceAgriMerFR

  
FranceAgriMer  
ÉTABLISSEMENT NATIONAL  
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER