



Evolution de la demande alimentaire

Objectifs :

- ✓ Donner des éléments de cadrage sur les déterminants des comportements alimentaires
- ✓ Etudier les évolutions rétrospectives de ces comportements
- ✓ Explorer leurs futurs possibles

1. Définition de la variable

Cette fiche se concentre sur la **demande alimentaire**, c'est-à-dire à la demande de produits qui permettent aux individus de se nourrir, à la fois celle qui concernent les produits bruts et les produits transformés. Cette demande concerne donc **l'ensemble de l'industrie agro-alimentaire**. Nous allons nous intéresser à cette demande sous plusieurs angles :

- La demande alimentaire des Français et ses caractéristiques
- La demande alimentaire adressée aux producteurs français et générant de l'export

Ce panachage nous permettra de construire une vision englobant à la fois la perspective du consommateur français mais aussi du producteur et des industriels.

Une part de la fiche sera également consacrée à **l'étude et à l'évolution des modes de vie** sous leur angle alimentaire. En effet, ces-derniers conditionnent en grande partie les manières de manger ainsi que le type d'aliments consommés, ce qui agit dans un second temps sur la demande adressée au secteur. On définit un mode de vie comme l'ensemble des comportements individuels ou collectifs qui concernent les aspects de la vie quotidienne, les attitudes, les valeurs, les façons de voir le monde ...

On considère comme une **dépense alimentaire** l'ensemble des dépenses effectuées pour de l'alimentation, que celle-ci soit consommé à domicile ou en dehors. La consommation alimentaire est une notion plus large qui regroupe l'ensemble des dépenses alimentaires mais également les produits autoconsommés (produits issus d'un jardin ou d'un potager par exemple), les dons et cadeaux mais également les repas pris chez des amis ou de la famille et qui nous sont offerts. Ici on s'intéressera de manière large à la **demande alimentaire** des consommateurs (français ou étranger) en matière d'aliments et produits connexes dont l'agriculture est le producteur initial car ce sont eux qui vont influencer le devenir de l'agriculture française.

2. Indicateur de cette variable

Pour suivre les évolutions de la demande alimentaire, il peut être utile d'utiliser les indicateurs suivants :

- Poids des dépenses alimentaires dans les dépenses des ménages ;
- Répartition du budget alimentaire des ménages par type de produits / évolution du panier alimentaire ;
- Poids de la restauration hors domicile ;
- Mode d'approvisionnement des produits alimentaires ;
- Evolution de la part des produits certifiés dans les volumes achetés ;
- Enquête auprès des consommateurs sur les critères de choix des produits alimentaires ;
- Evolution des réglementations (sanitaire, environnementale) concernant les produits alimentaires.

3. Liens avec le système « Eau – Agriculture – Changement climatique »

L'évaluation de la demande alimentaire permet est le deuxième critère qui concourent à la **rentabilité** des exploitations agricoles au même titre que le prix. Les niveaux de demande sont les indicateurs qu'utilisent les agriculteurs pour **connaître les tendances de consommation** et pour orienter leur système de production. Par exemple, une augmentation de la demande pour des produits d'origine biologique va encourager le développement de nouvelles exploitations au sein de ce secteur. De ce fait, si la demande alimentaire prend en compte des critères environnementaux, que ce soit la lutte contre le changement climatique ou la gestion de la

ressource en eau, elle va **inciter les agriculteurs à prendre également ces critères en compte dans leur système de production et donc favoriser des pratiques plus vertueuses.**

4. Etudes rétrospectives

4.1. Demande alimentaire des Français

Depuis les années 1960¹, on observe une diminution du budget alimentation dans le budget global des Français, comme illustré par la figure ci-dessous. **La part des dépenses de consommation alimentaire dans les dépenses de consommation est passée de 34.6% en 1960 à 20.4% en 2014.** Alors même que la consommation en volume a augmenté, la part relative a tendance à diminuer en lien avec l'augmentation du niveau de vie moyen. A partir de 1960, la quantité totale de biens et services consommés par les ménages augmente fortement. Ainsi, malgré une consommation de denrées alimentaires qui augmente en termes de quantité et des prix, payé par les consommateurs finaux (qui ne sont donc pas forcément corrélé à l'évolution des prix payés aux producteurs) qui suivent les évolutions de la consommation, leur place relative au sein du budget des ménages diminue.

Part de la dépense de consommation alimentaire dans le revenu disponible brut et la dépense de consommation des ménages de 1960 à 2014

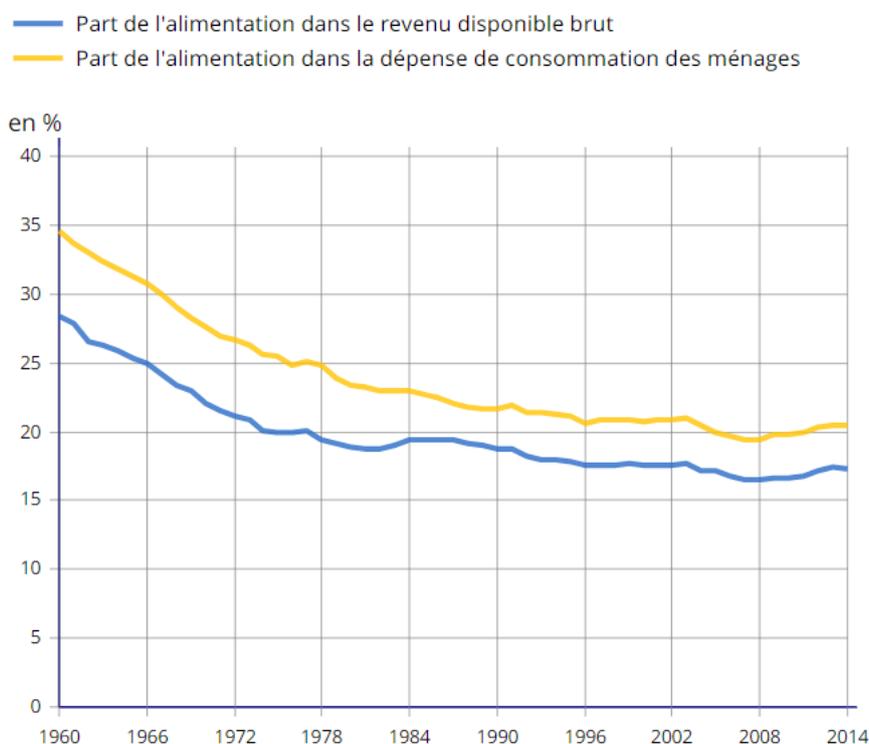


Figure 1 – Part de la dépense de consommation alimentaire dans le revenu disponible brut et dans les dépenses de consommation des ménages entre 1960 et 2014. Source : INSEE

Depuis les années 1960, les modes de vie ont eux aussi énormément évolué. Dans la dernière enquête Emploi du Temps de l'INSEE, réalisée en 2010, **le temps de travail total a diminué de 10h** par semaine chez les citoyens par rapport à 1974, avec une baisse des activités domestiques chez les femmes, dont la préparation des repas. Ces évolutions sont à coupler avec une **prise de consciences des enjeux environnementaux et sociaux** qui prennent de l'ampleur depuis le début de la décennie 2010.

La **composition du panier alimentaire** a de ce fait elle aussi évoluée. On constate une diminution de la consommation de viande, ainsi que des fruits et légumes et des boissons alcoolisées au bénéfice du poisson, des œufs et laitages et des produits sucrés. Ces évolutions sont également marquées par le poids de plus en plus importants des **plats préparés** dans les consommations alimentaires.

¹ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1379769#titre-bloc-1>

Ces dernières années, la part des flexitariens et des végétariens a augmenté en France, atteignant **33% pour les premiers** (20% pour les moins de 25 ans) et entre 2 et 3% pour les seconds. Le **marché de la viande connaît une forme de recul**, avec une baisse de 5 % en volume entre 2013 et 2017. A l'inverse, les produits végétaux affichent une **forte croissance**, en particulier les boissons végétales (+85 % d'actes d'achats entre 2013 et 2017), les yaourts au soja (+84 %), les desserts frais au soja (+38 %), les semoules et céréales (+23 %) et les légumes secs (+17 %).

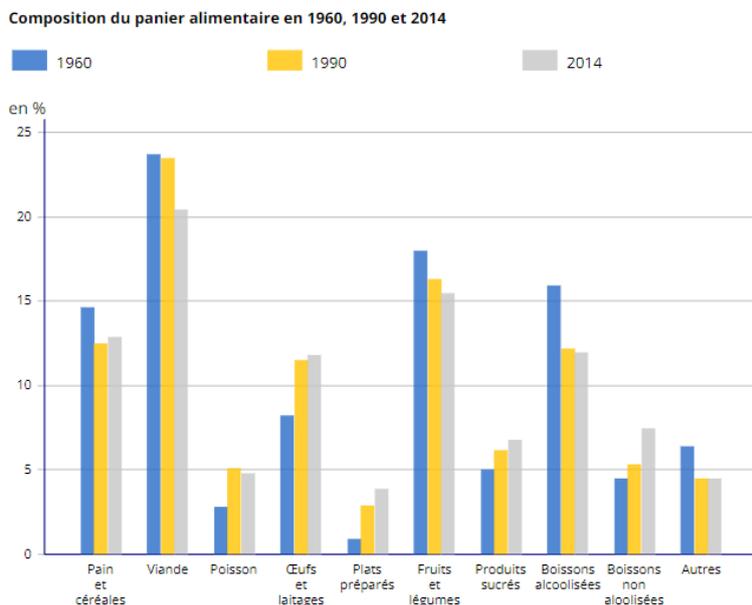


Figure 2 – Evolution de la composition du panier alimentaire entre 1960 et 2014. Source : INSEE

Pour ce qui est des **lieux d'achats**, on connaît assez peu d'évolution depuis le début des années 2000 même si certaines tendances commencent à se dégager. En 2008, les Français font leurs courses à 70 % dans des grandes surfaces à dominante alimentaire, 5 % dans les petites et moyennes surfaces, 14 % dans les commerces de détail et les magasins spécialisés, 7 % au marché ou auprès des producteurs. De manière générale, **plus les ménages sont modestes, plus ils fréquentent les grandes surfaces** et délaissent le commerce de détail. En 2015, selon l'étude « Économie sociale et solidaire : les circuits courts alimentaires » la consommation **en circuit court** est estimée entre 10 et 15 % en France. Plusieurs études soulignent par ailleurs la **diversification des circuits de commercialisation** que ce soit pour les circuits courts ou les circuits d'hyper marché. Un concept appelé « cross-channel » met en avant le fait que les consommateurs puissent commander en ligne, tout en se rendant en magasin, ou chez le producteur pour collecter leurs achats de manière collective ou individualisée. A l'échelle globale, le E-commerce alimentaire progresse pour sa part de 12 % par an depuis 2014. Apparus en 2000, les *Drives* représentent 5% de part de marché en 2010. Des drives fermiers voient le jour en concurrence des Drives d'hyper. Les spécialistes mondiaux de la livraison à domicile (Amazon, Cdiscount) investissent aussi le segment alimentaire.

Les préoccupations des Français concernant les produits qu'ils achètent sont elle aussi en évolution avec la montée des sujets environnementaux et sanitaires. On observe une demande sociétale plus forte pour **l'évolution des modes de production**. On a aussi une **méfiance de la dimension industrielle de l'agriculture** dans un contexte de scandales réguliers liés aux dimensions sanitaires, à l'organisation des filières ou aux impacts sur l'eau. La demande de traçabilité, de transparence, d'information par le biais d'étiquettes, de labels est en augmentation. Un sondage Ipsos de 2014 montre que 50 % des personnes interrogées ont « le sentiment de ne plus savoir ce qu'ils mangent » et 40 % se disent « inquiets de la qualité des produits alimentaires ».

Ces nouvelles préoccupations se traduisent notamment par la nette augmentation du bio dans la consommation des ménages français. Il a quasi doublé son chiffre d'affaires entre 2013 et 2018 (+15%/an en moyenne) et l'a multipliée par 5 (en valeur) sur 15 ans.

4.2. Demande alimentaire adressée aux producteurs français



Source : FranceAgriMer d'après TDM

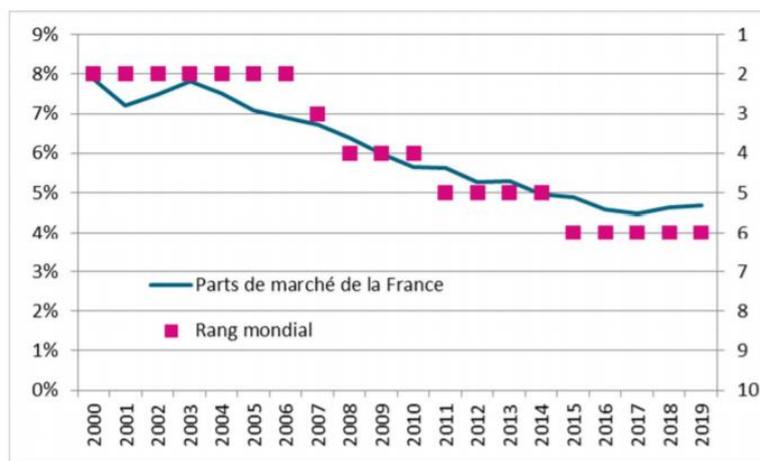
Figure 3 – Solde commercial français des produits agricoles et agroalimentaires en Mds€ de 2004, corrigés de l'inflation.
Source : France AgriMer²

Depuis la fin des années 1970³, l'économie française a **toujours retiré des excédents de ses échanges de produits agricoles et alimentaires** (hors sylviculture). La France se positionne rapidement comme premier producteur européen et second exportateur mondial, derrière les États-Unis. Ce positionnement est en partie dû à la **réputation** des produits agroalimentaires français par leur **qualité sanitaire et gastronomique**.

Cependant, cette dynamique **s'effrite à partir des années 1990** sous la double impulsion de la mondialisation et de l'élargissement de l'UE. Les accords de libre-échange signés ou en cours de négociation par l'UE ouvre le marché européen aux productions étrangères, ce qui **intensifie la concurrence**. Les différentiels de coûts de production jouent en défaveur de la France et menace la compétitivité notamment dans le domaine des viandes bovine et porcine ou encore en fruits et légumes. La France passe **5^{ème} puissance exportatrice**, derrière les Pays-Bas, l'Allemagne (désormais réunifiée) ou encore le Brésil. La France a également été fragilisée par l'embargo russe qui a fait suite à la crise européenne de 2014. Cette situation a obligé les producteurs français à se tourner vers des marchés jusque-là moins explorés comme l'Asie ou l'Afrique subsaharienne. Le Brexit constitue également un facteur d'inquiétude. Il était jusque-là le troisième client de la France. Depuis le référendum de juin 2016, les exportations françaises ont enregistré un recul, du fait notamment de la forte dépréciation de la livre sterling.

²https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/66944/document/20210623_Rapport%20comp%C3%A9titivite%C3%A92020.pdf?version=3

³ <https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/271841-balance-commerciale-agroalimentaire-francaise-un-excedent-menace>



Source : FranceAgriMer d'après COMTRADE (Banque Mondiale)

Figure 4 – Evolution des parts de marchés de la France et de son rang d'exportateur agricole et agroalimentaire vis-à-vis du reste du monde. Source : France Agrimer⁴

NB : la part de marché représente le poids de la France sur le marché mondial. Il s'agit du rapport entre les ventes effectuées par les producteurs français sur le marché agroalimentaire mondial et les ventes totales effectués sur ce marché, par l'ensemble des acteurs économiques.

5. Situation actuelle

5.1. Demande alimentaire des Français

On s'intéresse ici aux **tendances les plus récentes** concernant les comportements alimentaires des Français et notamment celles révélées par la crise sanitaire de la COVID-19 qui, avec le confinement et les vagues successives de fermeture des commerces et lieux de restauration, a énormément bouleversé les habitudes alimentaires. On se base ici sur un rapport produit par France Agrimer paru en septembre 2020⁵.

Préalablement à la crise, de nombreux Français ont exprimé une **volonté de changer leur manière de consommer** selon plusieurs axes :

- Une plus grande prise en compte des enjeux « santé, bien être et naturel »
- Une tendance vers la modification des régimes pour redonner du sens à son alimentation (transparence, durabilité, lutte contre le gaspillage, basculement vers les protéines végétales)
- De nouvelles pratiques de consommation avec de nouvelles occasions et de nouveaux lieux
- Une ambivalence marquée envers la mondialisation entre une volonté de valoriser la proximité en parallèle de l'ouverture aux cuisines du monde, tournée vers la consommation équitable
- De nouvelles pratiques de préparation qui cherche à allier la praticité et le fait maison

Ces phénomènes traduisent surtout une **diversification des modes d'alimentation** dont la majorité garde un objectif commun « consommer moins mais mieux ». Cela explique la croissance de la consommation alimentaire à domicile en 2019 en valeur mais non pas en volume. Cependant, on note également que l'année 2019 est celle du **retour en force des marques distributeur**, notamment chez les ménages jeunes et les catégories modestes.

La crise sanitaire de la COVID 19 semble confirmer certaines de ces tendances, notamment celle de tendre vers une consommation plus « vertueuse ». **60%** des Français déclarent que cela les **incite à changer leur mode de consommation**. Une enquête d'opinion réalisée pour la marque Max Havelaar rapporte que **69% des sondés pensent que la crise est liée à nos modes de consommation actuels** qui doivent évoluer vers des produits plus responsables.

⁴https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/66944/document/20210623_Rapport%20comp%C3%A9titivit%C3%A92020.pdf?version=3

⁵https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/65172/document/15_CONSO%20COVID%20Impact%20tendances_vf.pdf?version=4

La difficulté réside maintenant à **évaluer si ces déclarations se traduisent en actes concrets d'achat**. Pour éclairer cette question, on peut se concentrer sur l'évolution des achats de produits biologiques. Leur croissance est soutenue dès le début de la crise, et cela, davantage que la croissance des produits conventionnels. Il faudra observer si cette dynamique dure dans le temps. Cette tendance peut entrer en contradiction avec une autre attente soulignée par la crise, **celle de consommer local**. Dans une enquête présentée par Kantar WP, 92% des répondants déclarent privilégier les produits d'origine France et 87% disent essayer d'acheter des produits locaux aussi souvent que possible.

Il existe aussi des **phénomènes de déclaration contradictoire** par les consommateurs, comme révélé par une enquête de l'agence W, dans laquelle 62% des personnes questionnées prévoient de consommer toujours autant dans 5 ans.

5.2. Consommation des produits français à l'étranger – Export

Selon des informations communiquées par les Chambres d'Agriculture et le Ministère de l'Agriculture⁶, les produits agricoles et alimentaires représentent en moyenne **11 à 13 % du total des exportations françaises de marchandises**, ce qui représente 14,9 milliards d'euros pour les produits agricoles en 2018 et 47.4 milliards pour les produits transformés. Cela se traduit par un excédent agroalimentaire de **7 milliards d'euros**, 88,3 % de l'excédent commercial total étant assuré par les produits transformés.

Les excédents commerciaux agroalimentaires sont concentrés autour de **quelques produits phares** : les vins et spiritueux, les céréales, les produits laitiers et le sucre.

Les **vins et spiritueux** sont le premier contributeur de l'excédent commercial agroalimentaire. Là encore, on a une **concentration** de la valeur autour de quelques produits avec le cognac qui constitue 70 % des exportations de spiritueux en valeur, et près de 30 % en volume. Pour le vin, ce sont 30 % de la production nationale de vins qui partent à l'exportation.

En matière de **céréales**, la France se distingue par une production qui, en moyenne, est de 70 millions de tonnes, dont **35 à 40 millions pour le blé selon les années**. La moitié de cette production de blé est exportée dans le monde, faisant de l'Hexagone le cinquième exportateur mondial en la matière. Concernant les **produits laitiers** (fromages, poudres de lait, yaourts...), 10 % de la production sont exportés, essentiellement sous forme de poudre de lait et de fromages. Enfin, 55 % de la production nationale de sucre sont destinés à l'exportation.

Si la **ventilation des échanges par produits est stable** dans le temps, ce n'est pas le cas de la répartition géographique. L'UE est restée durant plusieurs décennies un débouché naturel pour les exportations françaises de produits agricoles et alimentaires. Après la crise économique et financière de 2008, **les pays tiers** deviennent une destination prioritaire qui représente désormais **93 % de l'excédent total agroalimentaire** (on définit comme excédent le revenu généré par la différence entre les exportations et les importations). Cela est dû aux effets de la crise sur certains pays membres de l'UE qui ont dû réduire leurs importations conjugué au fait que le marché européen est arrivé à maturité. En revanche, les pays tiers présentent des particularités qui bénéficient de plus en plus aux exportations françaises : une bonne croissance économique, une démographie soutenue et un processus de transition nutritionnelle vers une nourriture diversifiée et plus « occidentalisée ».

Les principaux partenaires de la France à l'exportation restent des pays européens : **Italie, l'Espagne, Belgique, Allemagne et Pays-Bas**. Le premier pays tiers est **l'Algérie**, qui importe en particulier du blé français pour plusieurs millions de tonnes chaque année.

Sur les produits transformés, la hiérarchie des pays partenaires se modifie avec cinq nations hors UE sur les 10 premières : les États-Unis, la Chine, la Suisse, le Japon et Singapour. Les pays tiers importent essentiellement de la France des vins et spiritueux, ainsi que des produits laitiers.

⁶ <https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/271841-balance-commerciale-agroalimentaire-francaise-un-excedent-menace>

Pour les **produits laitiers**⁷, en 2020, le solde des échanges français en valeur a progressé pour atteindre 3,5 milliards d'euros. Cette bonne dynamique est portée par les produits de grande consommation comme le lait liquide ou les yaourts et laits fermentés. **Les fromages sont les plus gros contributeurs au solde positif de la France en valeur.**

Les résultats de la **filière viande** sont également positifs. Les exportations de viandes s'élèvent à 4,2 milliards d'euros en 2020 avec l'Italie en première destination. On constate tout de même une baisse des exportations de viande bovine **D'une manière générale, les exportations vers les partenaires européens se contractent alors que celles vers les pays tiers s'accroissent.**

Répartition des exportations françaises entre pays tiers et Union européenne

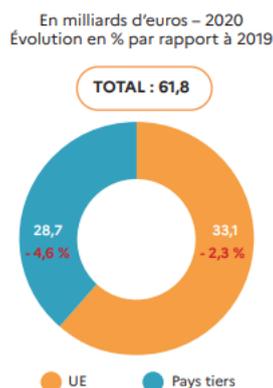
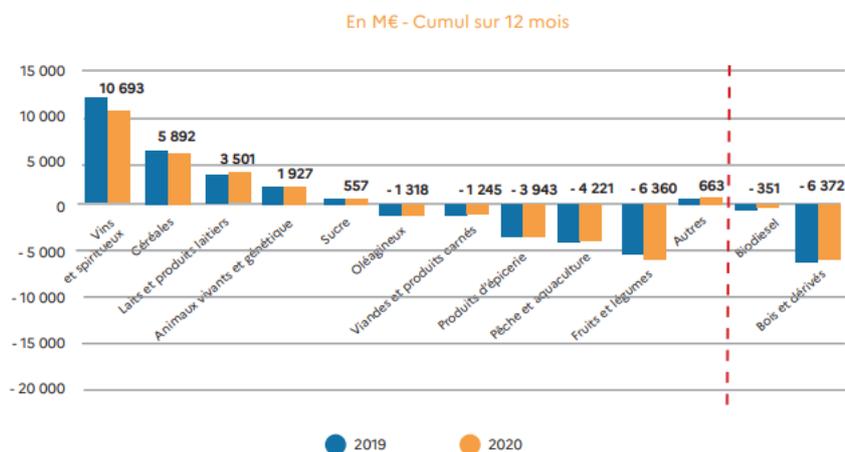


Figure 5 – Répartition des exportations françaises entre UE et Pays Tiers. Source : France Agrimer⁸



Source : Douane française

Figure 6 – Balance commerciale par filière. Source : France Agrimer⁹

6. Etudes prospectives

6.1. Demande alimentaire des Français

6.1.1. Scénario 1 : Réajustement des budgets vers une consommation plus durable

⁷ <https://www.franceagrimer.fr/content/download/66727/document/PERF%20AGRI%20AGRO%20EXPORT%20WEB.PDF>

⁸ <https://www.franceagrimer.fr/content/download/66727/document/PERF%20AGRI%20AGRO%20EXPORT%20WEB.PDF>

⁹ <https://www.franceagrimer.fr/content/download/66727/document/PERF%20AGRI%20AGRO%20EXPORT%20WEB.PDF>

Les individus cherchent une consommation **plus durable au quotidien** et favorisent les achats «porteurs de sens», quitte à augmenter le budget. Cela se traduit par une réorientation du poste alimentaire vers plus d'achats de **produits de proximité**, se voulant plus respectueux de l'environnement, de la répartition des marges au sein de la filière, etc. Les tendances récentes du **retour à la cuisine faite maison se confirment**. Il se vend surtout des produits frais et peu élaborés. L'agriculture bio, le commerce équitable et les labels profitent de ce goût pour la diversité et le local. Pour les agriculteurs, les chaînes de distribution sont plus courtes, parfois directes, la diversité des productions possibles et des modes de vente dans une même région est favorisée. Soucieux de préserver l'environnement, les consommateurs adaptent leur régime alimentaire au coût environnemental des aliments. Ils changent progressivement de régime alimentaire, au détriment du riz et de la viande.

6.1.2. Scénario 2 : Climat de défiance

Dans un contexte déjà marqué par des difficultés économiques, une crise sanitaire ou des fraudes alimentaires entraînent **une plus grande défiance des consommateurs vis-à-vis de tous les acteurs**, y compris des acteurs du monde rural et de proximité. Cette défiance touche aussi les modes de consommation « alternatifs », les consommateurs développant un certain fatalisme quant à l'absence d'emprise qu'ils peuvent avoir sur le «système ». Ils réduisent donc leur budget et recherchent les offres les moins chères en alimentation. Une fracture alimentaire se met en place. Les jeunes générations évoluent vers le *snacking* de manière définitive. La part des produits innovants, dont les plats tout préparés, allégés, surgelés, s'envole dans le budget alimentaire. Une frange de privilégiés continue à se nourrir de manière traditionnelle, grâce à son capital financier et culturel. L'approvisionnement se fait toujours davantage dans les grandes surfaces tandis que la plupart des commerces de détail disparaissent.

6.1.3. Scénario 3 : Intervention massive de l'Etat pour la santé publique

Subvention forte des fruits et légumes, baisse de la TVA et taxation des produits gras/sucrés, campagnes d'information et distributions de fruits dans toutes les écoles et cantines sont les piliers de cette politique. Les mesures favorisent avec succès la **consommation des aliments de forte qualité nutritionnelle et de faible densité énergétique**. La consommation des produits végétaux (féculents, fruits et légumes) et produits laitiers augmente et se réduit celle des produits gras/sucrés/salés et des plats préparés. La consommation de viande et poisson reste inchangée. Cette politique a des **résultats positifs en termes de santé publique**, défavorise les grandes industries agro-alimentaires et favorise certains agriculteurs, notamment les producteurs bios.

6.2. Consommation des produits français à l'étranger – Export français

Ces scénarios sont tirés de la prospective Agri 2050 « Une prospective des agricultures et des forêts françaises » menée par le Ministère de l'Agriculture et l'Alimentation et le CGAAER et publié en 2020.

6.2.1. Scénario 1 : Sobriété savante

Dans ce scénario, on assiste à une **baisse globale de la demande alimentaire** par une amélioration de l'efficacité alimentaire couplée à une baisse de la fécondité dans les pays en développement. Cette contraction de la demande alimentaire a coïncidé avec une réduction du gaspillage alimentaire. Cette situation s'est traduite par un **fléchissement puis une diminution de la production agricole mondiale** à l'horizon 2040. En France, cette baisse a été significative en matière d'élevage et de productions végétales pour les aliments du bétail comme les céréales, alors que la production de protéagineux, de légumineuses a connu une hausse.

Ces transformations s'accompagnent de **marchés agricoles plus régionalisés** qui veillent avant tout à une meilleure autonomie, bien qu'ils continuent d'échanger entre eux. Les **transports internationaux longue distance de marchandises agricoles, ont notablement diminué**. Ces éléments influencent grandement la structure de l'export français qui se restructure autour de ces pays voisins.

6.2.2. Scénario 2 : Capitalisme environnemental

Les événements catastrophiques climatiques se multiplient à la fin des années 2030 et sont dévastateurs. La lutte contre le **changement climatique devient une priorité absolue**. Une Organisation mondiale pour la gestion responsable de la terre se construit. La réduction de l'empreinte environnementale et sociale devient une priorité.

La France se positionne dans ce nouveau jeu mondial en **valorisant ses avantages concurrentiels** (savoir-faire environnemental, acquis sociaux, diversité des terroirs) qui lui permettent de retrouver un rayonnement international, notamment dans la négociation d'accords commerciaux. Un facteur majeur est en France la **présence d'un surplus de terres** par rapport aux surfaces nécessitées par la production à l'horizon 2050. C'est l'occasion pour elle de développer des politiques de reforestation mais aussi de développer la production d'agro carburants.

6.2.3. Scénario 3 : Renouveau productiviste

A partir de 2035, les **pénuries alimentaires se multiplient** dans le monde, avec des émeutes de la faim dans de nombreux pays. La question de la sécurité alimentaire mondiale revient à l'agenda international à partir de 2040. Elle s'inscrit dans un contexte de conflits et de tensions en raison principalement de la dérégulation des marchés mondiaux et du délitement des organisations internationales. En France même, des tensions sont entretenues par **l'absence de décisions appropriées concernant le stockage de l'eau**. Exacerbés et parfois violents, ces conflits entraînent des risques accrus sur la sécurité alimentaire globale des États et réhabilitent la question agricole en Europe. Cette dernière dispose des terres parmi les meilleures au monde sur le plan agronomique, et tente de **faire valoir cet avantage comparatif sur les marchés internationaux**.

Les marchés mondiaux agricoles et alimentaires suscitent un nouvel intérêt. **Ils ne cessent de croître**, tirés par la croissance démographique, l'amélioration du pouvoir d'achat et les effets du réchauffement climatique qui modifient les capacités productives et les flux commerciaux. De nombreux pays (d'Afrique du Nord notamment) sont conduits à **développer les importations** face à une production agricole limitée, alors que dans d'autres zones (Russie, Turquie, Chine...) la production agroalimentaire s'accroît, permettant d'exporter davantage.

L'Europe incite les pays européens à **revenir de manière plus active et plus ambitieuse sur ces marchés** et à jouer à nouveau un rôle moteur dans les débats sur la sécurité alimentaire mondiale. Le développement du commerce mondial.

6.2.4. Scénario 4 : Citoyens des territoires

Vers 2040-2045, les **mouvements de populations** au départ et à l'entrée de France sont limités et très **contraints**. À l'intérieur de l'hexagone, la **mobilité de la population a diminué d'intensité**. La campagne est devenue un refuge et les personnes venues de la ville s'intègrent avec des apports d'idées et de compétences différentes, source d'enrichissement et de confrontations. On assiste à un **développement d'agricultures très différenciées** selon les territoires. La question de l'accès à l'eau est cruciale. Elle fait l'objet d'arbitrages pour son utilisation provoquant une révolution des manières de vivre et de produire.

Pour l'ensemble des territoires de France, on assiste à une **relocalisation de l'alimentation**, notamment avec un développement important de la production de fruits et légumes, frais et secs, ainsi que de légumineuses. À l'échelle nationale, **la quasi-totalité des besoins alimentaires (hormis les produits exotiques) est satisfaite avec la production de tous les territoires**. On a également moins d'exportation dans un contexte de repli sur soi généralisé.

7. Pour aller plus loin

| Logo | Nom | Détails |
|---|---|--|
|  | <p>Macombe C., 2011. Modes de consommation et alimentation, Faits et Tendances n°11</p> | <p>Fiche variable de l'étude AFClim, menée à l'échelle nationale : « Modes de consommation et alimentation ». Scénarios présents :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vers la fracture alimentaire - Retour à la maison à travers le marché local - Intervention massive de l'Etat pour la santé publique - Vers le modèle suédois |

Delgoulet E., Gassie J., 2017. Consommations et modes de vie en France, Faits et Tendances n°45



Fiche variable issue du travail Prospective des métiers, qualifications et emplois liés à l'enseignement agricole, mené en 2017. Scénarios présents :

- Individualisation des consommations, en réseaux
- Réajustement des budgets vers une consommation plus durable
- Climat de défiance



Dorin B., Paillard S., 2009. Agrimonde : Agriculture et alimentations du monde en 2050 : scénarios et défis pour un développement durable

Description des politiques agricoles dans l'étude Agrimonde. Etude prospective à l'échelle mondiale, qui propose des scénarios pour les politiques agricoles en général et pas uniquement centré sur l'Europe. Inclut des hypothèses sur les stratégies des pays en voie de développement.

Scénarios présents :

- Développement et échanges internationaux se renforçant mutuellement
- Régulation des échanges internationaux



Berlizot T. and al, 2020, « Agri 2050 : Une prospective des agricultures et des forêts françaises »

Description de l'état de l'agriculture française en 2035 puis en 2050 avec 4 scénarios d'évolution possibles :

- Sobriété savante
- Capitalisme environnemental
- Productivisme renouvelé
- Citoyens des territoires



Arama Y., Chevignard N., 2019. L'agriculture dans les zones « intermédiaires » et « à faible potentiel » : difficultés, ressources et dynamiques à horizon 2030 : Fiches variables

Fiche variable centrée sur les attentes sociétales, environnementales et alimentaires

Scénarios présents :

- Baisse de la consommation de viande et hausse de la réglementation environnementale
- Le critère prix l'exporte
- Hausse des attentes de qualité, bio et autre label marqueurs
- Hausse des attentes de produits locaux et artisanaux