

Du comportement des consommateurs à la consommation de vin

par Patrick Etiévant, Chef du département Alimentation Humaine à l'INRA

Résumé : les résultats d'une expertise collective sur les comportements alimentaires des consommateurs, leurs évolutions et leurs déterminants ouvrent des horizons nouveaux sur les rôles multiples que le vin occupe dans les pratiques alimentaires et sur les pistes de recherches qui pourraient être exploitées pour mieux valoriser ces produits. Le coordinateur de cette expertise examine successivement la place du vin dans les comportements alimentaires, les déterminants de la consommation et enfin la complexité des liens entre comportement et santé. Il souligne les lacunes et les opportunités de la recherche à ces différents niveaux.

J'ai été récemment chargé par le MAAP de conduire une expertise collective sur les comportements alimentaires. Les questions étaient de comprendre l'évolution et les typologies des comportements alimentaires, les déterminants des comportements et l'impact des actions visant à changer ces comportements. Il m'a semblé intéressant, suite à la demande de M. JP Mégnin, de réexaminer certaines conclusions tirées de cette expertise par rapport au sujet qui nous rassemble aujourd'hui, c'est à dire le vin.

Les Comportements :

- ✓ Positionnement très moyen de ce que les français consomment dans un gradient Nord sud qui ne peut expliquer la faiblesse de la prévalence relative de certaines pathologies comme les pathologies cardiovasculaires ou le taux d'accroissement de l'obésité. Trois points toutefois nous caractérisent qui sont la variété des sources alimentaires, la consommation de fromages et la consommation de vin. Cette consommation comme vous le savez est restée relativement constantes en matière de dépenses, mais a évolué de vins de tables vers des vins d'appellation.

- ✓ Résistance du modèle de repas à la française, avec une adaptation en fonction de la vie contemporaine en particulier pour les repas de midi qui se prennent pour un quart d'entre eux à l'extérieur. Toutefois le français est celui qui, parmi les consommateurs des autres pays développés, mange le plus souvent à la maison et invite ses amis à la maison, passe le plus de temps à table, et conserve quand il le peut le repas avec plusieurs plats qui a été consacré au patrimoine immatériel de l'UNESCO cette année.
- ✓ A coté de cette constatation de relative stabilité sur les actes, les représentations mentales de certains consommateurs changent vers une vision de l'alimentation plus physiologique et même une vision de l'alimentation comme un facteur de risque pour la santé à long terme. Ces visions peuvent entraîner des modifications des comportements alimentaires allant vers une sélection des aliments vers des aliments présentant des caractéristiques pensées plus favorables à la santé (moins de graisses saturées ou trans, plus d'oméga-3, circuits courts, bio, allégé en alcool ?).
- ✓ Toutefois un point qui semble très important est la verbalisation qui accompagne l'acte de manger et qui est aussi une caractéristique forte de notre comportement (par rapport au Pays-Bas par exemple). En effet, il a été montré que cette verbalisation entraînait un plus grand plaisir lié à la consommation des aliments, et une meilleure conscience de la qualité et des quantités consommés ce qui permet une meilleurs régulation des quantités consommées.

Les déterminants des comportements

- ✓ La physiologie est naturellement le déterminant majeur de nos comportements, nous permettant de réguler de manière inconsciente les volumes et quantités

ingérées avec une précision assez extraordinaire, en mettant en œuvre un ensemble de capteurs physico-chimiques et de médiateurs chimiques très complexe.

- ✓ Le goût et le plaisir associé ont été négligés dans l'explication des comportements par ceux qui s'en sont le plus occupés, c'est à dire des nutritionnistes. Seuls la responsabilité de l'alcool dans la désinhibition en cas de restriction volontaire sévère a été montrée, avec ses conséquences de reprise de poids en yoyo, mais rien ou presque n'a été fait sur le rôle du vin dans le cadre du repas sur le plaisir ressenti et ses conséquences positives en matière de bien-être, voir de santé. Pourtant, les preuves de l'importance du goût sur ces paramètres commencent à d'accumuler. Je veux parler en particulier de l'apprentissage au goût et de ses conséquences sur la mise en place du registre alimentaire sur le long terme, mais aussi de l'évolution de la perception du goût au cours de pathologies et de la vieillesse et ses conséquences sur l'appétit et la dénutrition. Il est donc essentiel de continuer à travailler cette fois-ci sur l'homme sain et sur la période d'âge qui va de l'adolescence à l'âge adulte pour comprendre le rôle du vin dans les comportements alimentaires (choix des autres mets, dépenses consacrées à l'alimentation, perception des goûts, plaisir) ainsi que les phénomènes d'apprentissage de goût du vin et ses conséquences sociales et comportementales qui n'ont pas du tout été étudiées dans cette période de la vie.

- ✓ Un autre déterminant très significatif est celui du niveau culturel et de l'appartenance sociale. Nous mangeons comme mangent ceux qui nous entourent car ce choix nous permet d'affirmer notre appartenance à un milieu social que nous reconnaissons et qui nous valorise. Toutefois, les messages visant

à changer les comportements sont plus mal compris par ces populations, au moins lorsque l'on parle de messages nutritionnels, et ils doivent être différenciés en fonction de cette cible. C'est une des raisons invoquées pour expliquer l'inefficacité de campagnes d'information de type PNNS1 utilisées seules, et ce paramètre doit être considéré avec attention si l'on désirait, par exemple prendre des parts de marché sur la bière en introduisant des boissons issues du raisin à faible degré alcoolique.

- ✓ Le prix ou les taxes peuvent changer les comportements, dans le sens escompté, et avec substitution vers un produit moins cher ayant des caractéristiques les plus proches. Toutefois, l'élasticité des comportement est assez faible, ce qui veut dire que une augmentation du prix de 20% entrainera une diminution de consommation bien inférieure à cette augmentation, et l'inverse est aussi observé (une diminution du prix sera suivie par une augmentation de consommation, mais plus modérée).
- ✓ Il est également clair que l'information peut avoir des conséquences énormes sur les préférences, voir sur la perception sensorielle elle-même. Ces effets de halo perturbent très clairement les comportements, et sont très utilisés par les producteurs/transformateurs/distributeurs pour améliorer leurs ventes au travers de la publicité, de l'étiquetage ou de la présentation et de l'emballage. Ce déterminant est d'autant plus fort que l'attente de « récompense » liée à la consommation d'aliment est forte, comme par exemple pour des champagnes ou les vins de haut de gamme.

Ces études sur les déterminants montrent en substance qu'agir sur le consommateur citoyen, c'est à dire espérer changer ses comportements en lui apportant des informations utiles n'est pas le meilleur moyen d'agir, et qu'il est plus efficace d'agir sur

l'environnement du consommateur pour orienter ses comportements, et notamment au travers de son éducation, ses revenus, l'accessibilité aux produits et les normes sociales.

Le lien avec la santé

L'ensemble des études effectuées apportent principalement soit des explications mécanistiques de l'incidence de la consommation de nutriments ou de micronutriments sur la physiologie des cellules et dans le meilleur cas des organes ou des organismes sur l'apparition de biomarqueurs de pathologies, soit des relations statistiques entre des régimes plus ou moins extrêmes et la prévalence de pathologies.

Ceci veut dire que nous avons beaucoup de mal à expliquer les mécanismes sous-jacents à ces observations statistiques, et que dans bien des cas les observations faites à la suite d'intervention nutritionnelles sur des modèles cellulaires ou animaux ne se révèlent pas pertinents chez l'homme.

Il y donc une véritable nécessité d'aborder le problème dans sa complexité c'est à dire

- ✓ D'abord en disposant de données épidémiologiques beaucoup plus précises sur les aliments consommés, leur qualité et les quantités consommées, mais aussi le contexte de leur consommation. Pour cela, de grandes études épidémiologiques du type Nutrinet Santé doivent être soutenues.
- ✓ Ensuite en abordant le problème par la biologie intégrative plus franchement que ce qui est fait actuellement, c'est à dire en mixant les niveaux et les modèles d'observation, mais aussi les disciplines en particulier les sciences économiques et sociales avec les sciences de la biologie de la physico-chimie et de la psychologie. C'est l'objectif ambitieux d'un vaste programme qui va être spécifiquement soutenu par l'INRA sur les 5 à 8 années à venir.

- ✓ Enfin en considérant l'alimentation comme un système alliant bénéfice et risque, alors que ces approches sont actuellement plutôt mises en opposition qu'en synergie comme le montrent les articles traitant des méfaits de l'alcool et des vertus du resvératrol.

Je tiens à remercier vivement les organisateurs de cette journée pour m'avoir invité à participer à sa conception et à son déroulement, ainsi que tous les experts ayant contribué à l'élaboration de l'expertise collective m'ayant servi de support à cette réflexion prospective.
