

IN Mag N° 213 - Janvier / Février 2024

4 janvier 2024

LA VIANDE, UN MARQUEUR SOCIAL

La consommation de viande en France, hors volaille, diminue régulièrement depuis une dizaine d'années.

Cette diminution est la résultante de la baisse de la consommation de produits frais au profit des produits transformés, tels que les plats composés, les sandwichs, les pizzas et autres produits industriels... mais pas uniquement...

D'autres raisons sont également à prendre en compte : La première est d'ordre économique car le prix de la viande est

souvent plus élevé que celui d'autres aliments riches en protéines. Selon l'INSEE, le prix de la viande a augmenté de 7,9 % en France.

En cette période d'inflation galopante, cela rend la viande (et à fortiori, la viande de qualité) totalement inaccessible à une tranche toujours plus grande de la population.

La seconde est d'ordre environnemental. L'élevage du bétail est responsable de 14,5 % des émissions de gaz à effet de serre dans le monde. De nombreuses campagnes d'information ont ainsi détourné certains consommateurs de cette source d'alimentation.

La troisième touche directement la santé. En effet, consommer excessivement de la viande rouge peut entraîner des maladies cardiovasculaires mais aussi du diabète de type 2. Là encore, les campagnes menées pour alerter de ces risques ont pesé dans les choix alimentaires des Français. Pour finir, certaines personnes réduisent volontairement leur consommation de viande pour des raisons éthiques, comme le bien-être animal et la violence des conditions d'abattage et de transport du bétail destiné à la consommation. Il est donc important de noter que les raisons pour lesquelles les Français réduisent leur consommation de viande peuvent varier d'une personne à l'autre. Certaines d'entre elles peuvent réduire leur consommation de viande pour des raisons religieuses ou culturelles, tandis que d'autres peuvent le faire parce qu'elles n'aiment pas le goût de la viande. Mais

la viande reste un aliment particulier dans la culture française. Sa qualité est souvent associée à un marqueur social. Et à ce titre, le prix de la viande reste un facteur discriminant pour de trop nombreux consommateurs.



Romain Brulat

Secrétaire national