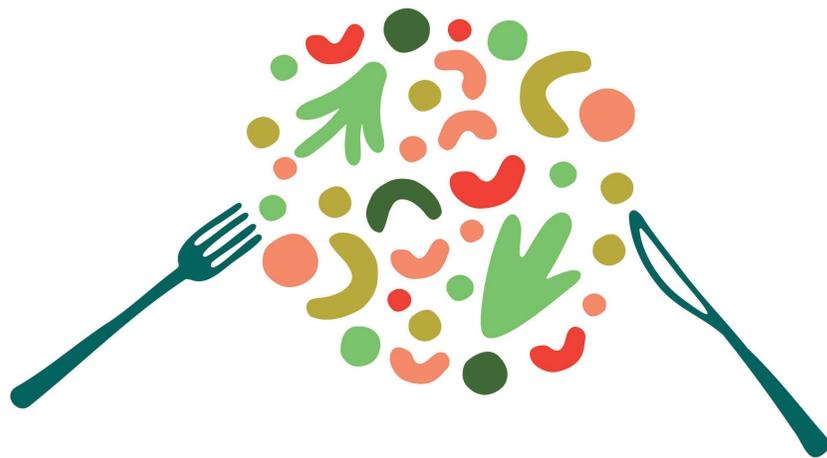




Parler "viande" dans les territoires en transitions agricoles et alimentaires

Un atelier ALTA en partenariat avec Let's Food et Parlons Climat

19 septembre 2024, 15h-16h30



Avec le soutien de



Healthy Food
Healthy Planet



UNE ALLIANCE NATIONALE D'ACTEUR·RICES ENGAGÉ·ES

Un **projet co-porté** pour 2023-2024 par
Solagro et Alizée Marceau avec le
soutien de la Chaire Unesco
Alimentations du monde

Un **Comité d'orientation stratégique** auquel
participent : CoopCircuit, CERDD, IDDRI, PNR de Brière,
FNAB, Réseau Action Climat, Let's Food, Les Greniers
d'Abondance, le Labo de l'ESS, Energy Cities, Mouans
Sartoux, Fabrique des Transitions, CRISALIM, Eau du
Bassin Rennais, CFSI, Maurésiaterre, Secours
Catholique-Caritas France





POUR ÊTRE, ENSEMBLE, à la hauteur des défis écologiques et sociaux

ALTA facilite l'action des acteur·rices engagé·es
dans ces transitions sur les territoires comme au national :



En créant un **espace d'échange et de coopération** pour faciliter la **montée en compétence**



En créant une **force de proposition**, en interaction avec les actions de **plaidoyer**



Un premier programme d'action 2022-2024

Comment faire évoluer les environnements alimentaires pour accélérer la transition de notre alimentation vers des assiettes plus durables et plus végétales ?

Suivre les actus et actions d'ALTA

- S'inscrire au bulletin
- Devenez allié·e en signant la Charte d'ALTA

<https://www.altaa.org/agir-avec-lalliance/>



Objectifs

- Partager les résultats de l'étude d'opinion des français et donner des pistes pour comprendre et nuancer les positions
- Rendre visible les difficultés auxquelles de nombreux acteur·rices sont confronté·es pour aborder ce sujet sur les territoires
- Identifier des termes du débat rassembleurs et proposer des premières solutions concrètes



Anna Faucher - Let's Food

Retours de terrains : aborder les enjeux autour de la viande dans les projets alimentaires territoriaux

Atelier Parler 'viande' dans les territoires en transitions agricoles et alimentaires - 19.09.2024





PARLER VIANDE DANS LES PAT

Résultats intermédiaires

Publication en cours

Let's Food

19.09.2024



L'ASSOCIATION LET'S FOOD



L'association Let's Food vise à accompagner les territoires dans la construction de systèmes alimentaires durables, résilients et solidaires en s'appuyant sur la coopération territoriale et l'échange de bonnes pratiques aux échelles locale, nationale et internationale.

3 axes d'intervention :

- Coopération territoriale et accompagnement de collectivités
- **Partage d'initiatives et publications sur des analyses comparées**
- Formation, renforcement de compétences & réseau professionnel



Anna Faucher

Directrice et co-fondatrice



Annaëlle Ragot

Chargée de projets

LE CONSTAT :

LE SUJET DE LA VIANDE DANS LES TERRITOIRES

● COMMENT EST NÉE CETTE ÉTUDE ?

- Le constat récurrent fait par Let's Food des tensions que suscitent les sujets de l'élevage et de la consommation de viande, dans le cadre d'accompagnement de PAT
- L'observation des difficultés auxquelles sont confronté-es de nombreux chargé-es de missions et élu-es pour aborder ces enjeux
- La nécessité de les intégrer dans les transitions agricoles et alimentaires face au poids de l'élevage et de la consommation de viande dans les trajectoires de transition

● MÉTHODE DE RÉALISATION DE L'ÉTUDE :

- Recherches bibliographiques
- Études de 4 collectivités et entretiens auprès de chargé-es de mission pour comprendre leurs besoins sur ce sujet et pour collecter leurs retours d'expérience
- 2 entretiens auprès d'acteurs du système alimentaire (experts, industriels, etc)

➤ Plan de l'étude

UN DÉBAT HOULEUX, DES ACTEURS NOMBREUX

● CONSTATS :

- Des phrases qui crispent et des clichés qui reviennent

« Manger moins de viande c'est tuer les éleveurs », « Manger moins de viande c'est être en mauvaise santé »

- La polarisation et les postures inconciliables adoptées par les acteurs qui dominent le débat

« Il y a des aménités positives à l'élevage qui font qu'on ne peut pas réduire le sujet à moins de viande. C'est complexe et la communication fonctionne mal avec les réseaux sociaux qui ne permettent pas d'aborder cette complexité et ces nuances »

- La tendance à la simplification et le manque de nuance accentuent la polarisation

« Mais c'est compliqué à expliquer. Le vrai problème c'est que c'est complexe et on peut pas communiquer de façon complexe. En face il y a des acteurs avec des slogans simplistes »

UN DÉBAT HOULEUX, DES ACTEURS NOMBREUX

● BLOCAGES POUR LES TRANSITIONS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES:

- Face à ces difficultés, les collectivités hésitent à s'emparer du sujet :
 - frein à la végétalisation des assiettes (réticences éleveurs, élus, parents, etc.)
 - frein à la durabilité des fermes
 - frein à la coopération territoriale car conflits urbains/ruraux
 - blocages interpersonnels et tensions à l'échelle des territoires, etc.

« On se rend compte au niveau politique que la consommation est très intime et que les politiques n'osent pas aller sur ce terrain. C'est ce qui est ressorti quand on a décidé de porter les chiffres de consommation pour la végétalisation des assiettes. Les élus sont frileux à porter les objectifs et n'osent pas s'emparer du sujet »

« On a pas la même acceptabilité et le même accueil sur ces questions là si on est dans un territoire d'élevage ou pas et il y a un vrai clivage urbain/rural. Pour le rural, c'est vécu comme une injonction supplémentaire et le fait de leur imposer leur mode de consommation »

Damien Cahen - Parlons Climat

Enseignements de l'étude "*Opinion publique et transitions agricoles et alimentaires*" (à paraître)

Atelier Parler 'viande' dans les territoires en transitions agricoles et alimentaires - 19.09.2024



Précis méthodologique

2 focus groups les 15 et 16 avril 2024

- 10 personnes par groupes
- Ville : Tours (diversité d'habitat)
- Groupe 1 : "Stabilisateurs"
- Groupe 2 : "Laissés pour compte"

Une étude en ligne du 17 au 27 mai 2024

- Échantillon de **2 001 personnes**, représentatif de l'ensemble de la population âgée de 18 ans et plus
- Méthode des **quotas** (sexe, âge, profession de l'individu) et **stratification par région et catégorie d'agglomération**
- Panel : Kantar Profiles
- Certaines questions repostées par rapport à notre étude de 2021 (même panel) pour pouvoir comparer
- Une partie du questionnaire était destinée à recréer les familles de valeur de Destin Commun



#1 Visions de l'élevage et de l'agriculture

L'agriculture jouit d'une image positive, mais à nuancer au regard des caractéristiques des exploitations

90%

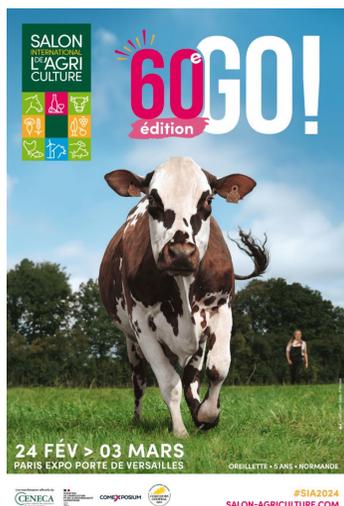
ont une image positive des agriculteurs en général

- Un attachement à ce qui peut représenter l'image d'une agriculture à visage humain : les petites exploitations, les apiculteurs ou maraîchers que l'on peut croiser sur les marchés, etc. ;
- Les bios et les conventionnels ont une image à niveau équivalent ;
- Céréaliers et éleveurs viande sont les moins populaires, avec des variations selon le type d'élevage.



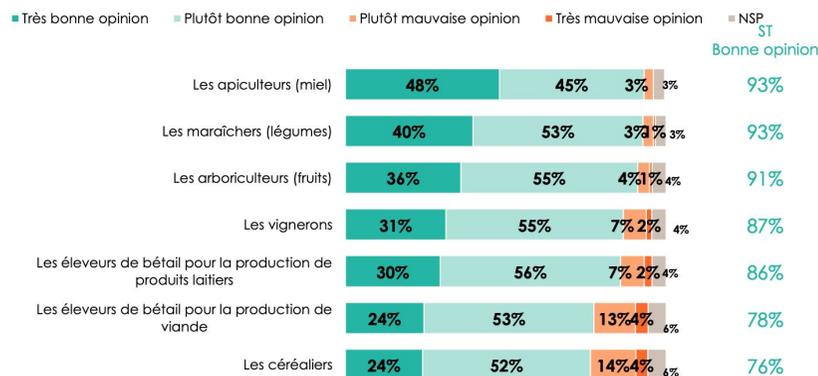
L'agriculture c'est surtout la petite exploitation. Celles qui sont dans les normes. Après c'est de l'industrie. »

Les éleveurs sont parmi ceux qui ont une moins bonne image, mais attention à bien distinguer les plein-air du reste

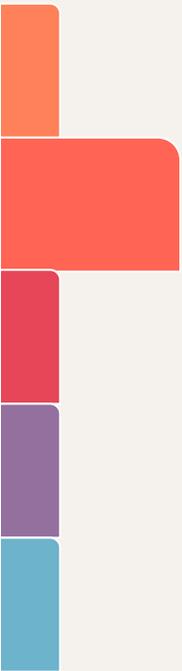


- Empathie sur la question du revenu, des niveaux de vie, qu'il ne faut pas négliger : **90% considèrent que c'est important ou prioritaire, +3pts par rapport à 2021**
- Idée générale qu'en consommant moins mais mieux de viande, on contribue à une meilleure rémunération des producteurs
- Les éleveurs sont parmi ceux qui ont la moins bonne image certes, mais attention à l'image d'Épinal de l'agriculteur, souvent avec ses vaches dans le pré : à ce titre, on observe ici encore de gros écarts entre éleveurs lait et les éleveurs viande

Q3. Quelle opinion avez-vous des professionnels de l'agriculture suivants ?



[Voir les travaux du CEP](#) qui identifient une tonalité particulièrement positive dans le débat public **autour de l'idée du paysan petite échelle**, adoptant des pratiques responsables, sur des productions de qualité, dans l'idéal agrarien. Dans la publicité, **le lien éleveur-animal signifie l'ancrage local et la matérialité de la production**



#2 Rapport à la réduction de la consommation de viande

Dans le même temps, le moins de viande est entré dans la norme sociale

61%

des Français déclarent avoir réduit leur consommation de viande au cours des deux dernières années

- 1 français sur 2 connaît un végétarien, 40% connaissent des végétaliens ;
- Les personnes adoptant des régimes végétaliens et végétariens ne clivent pas ;
- La santé, la qualité et le prix sont cités comme principaux arguments justifiant la baisse de la consommation de viande ;
- L'argument environnemental, est très peu compris quand l'argument du bien-être animal est mieux accepté même chez ceux qui ne sont pas prêts à réduire leur consommation de viande.

Pas de clivage fort sur la perception des personnes mangeant peu ou pas de viande, mais une lecture sociale et idéologique

10%

des Français ont une très mauvaise image des végétaliens

7%

des Français ont une très mauvaise image des végétariens

Principalement chez les hommes

«

Manger végétarien maintenant ça touche tout le monde, même les plus jeunes. Même MacDo se met à faire des choses végétariennes.

- Les flexitariens jouissent d'une image positive, c'est le régime qui clive le moins : plus le régime est radical, plus il clive
- La bonne opinion sur les personnes ayant adopté un régime sans viande est forte chez :
 - **Les jeunes** de 18 à 34 ans (24 à 26 points d'écart par rapport aux 50 ans et plus)
 - **Les actifs** : 10 à 20 points d'écart selon le régime par rapport aux actifs
 - **Les diplômés de l'enseignement supérieur** : 10 points d'écarts avec les personnes sans diplôme
 - Les personnes ayant des **sympathies à gauche** (10 à 15 points par rapport aux sympathisants de droite)
 - Les personnes **concernées par le changement climatique et le Bien-être animal.**

Ce qui a motivé la transition alimentaire pour les personnes qui ont réduit la viande ces dernières années

**Santé -
31%**

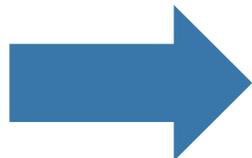
Les plus âgés, les hommes et les familles de valeurs les plus âgées (Stabilisateurs, Identitaires).

**Finances -
26%**

35-49 ans, CSP- et bas niveaux de diplôme, les Laissés pour compte et les personnes assez peu concernées par le CC.

**Bien-être animal -
20%**

Les femmes et les bas niveaux de diplôme, ainsi que les Laissés pour compte et les Militants désabusés.



Le facteur environnemental est un argument cité davantage par les CSP+ et les hauts niveaux de diplôme

« Moins de viande
(dont volaille et charcuterie) »



« Moins de produits issus de la production animale
(viande, œufs, lait...) »



Mais des freins potentiels

La santé



Il ne faut pas aller dans l'extrême. Beaucoup le font sauf qu'ils ne le font pas bien et on tombe malade et il y a des carences sur tel et tel truc.

L'hédonisme



"Celui en haut à gauche, la volaille. Le côté en sauce, bien grillé, doré, c'est celui qui m'attire le plus."

La convivialité



"C'est un plat que je me ferais seule à la maison, pas quand j'invite des gens. Quand je suis toute seule, s'il n'y a pas de viande, ça ne me pose pas de problème."

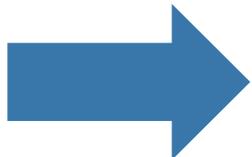
La praticité



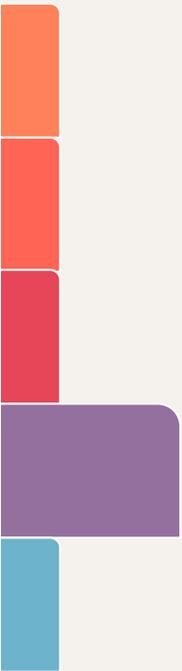
Ce qui est chiant, c'est de trouver des alternatives. Qu'on nous donne quelque chose de concret/



Mais des freins potentiels



On est dans une phase de transition, mais les alternatives manquent de désirabilité et ne sont pas encore ancrées dans les imaginaires



#4 Sensibilité aux différents arguments utilisés

Ce qu'il faut comprendre chez certains dans leur rapport à la consommation de viande :

- Un flexitarianisme subit
- La viande, objet de conquête sociale
- Une préoccupation pour le bon équilibre alimentaire
- Le manque d'alternatives désirables
 - La viande rouge vs. le reste

[Quand je reçois chez moi], je pourrais faire un plat à côté pour la personne qui ne mange pas de viande. Mais je ne me verrais pas ne pas en faire.

[Si j'avais un enfant qui ne mange pas de viande], j'irais voir un nutritionniste quand même, pour avoir des conseils.

Viande rouge, deux fois par semaine. Viande sinon tous les jours.

Ce n'est pas parce que c'est sans viande que c'est sain.

Au restaurant, jamais je ne prends un truc sans viande. Au restaurant, je mange de la viande.

Quand on fait cuire une viande et qu'il y a ça d'eau dedans, on a beaucoup moins envie de manger la viande.

Le bien-être animal avant l'environnement, sans pour autant être un argument majeur pour les transitions alimentaires



Des remarques que l'on retrouve dans beaucoup de nos *focus groups*

Il faudrait supprimer toutes ces fermes de masses, les poulaillers où ils ne voient même pas le jour. Le bien-être animal, je ne sais pas où il est.

- Les **motivations financières et sanitaires** priment avant la conditions animale pour motiver la transition vers une alimentation moins riche en viande ;
- **Le bien-être animal reste toutefois une raison bien comprise** par ceux qui ne souhaitent pas faire de transition alimentaire, devant la cause environnementale ;
- **Les normes de protection de la condition animale sont celles jugées les plus insuffisantes**, devant les normes sanitaires et les normes environnementales ;
- **La réalité de l'élevage intensif, dans les chiffres, est assez peu connue** (Espinosa) alors même que la question du bien-être animal peut permettre de mieux justifier les transitions alimentaires, sans que les messages l'accompagnant ne soient clivants (cf. discours sur l'environnement, qui clive plus).

Aller vers la normalisation du sans viande ?

- **Tolérance et intérêt partagés** pour les régimes alimentaires moins basés sur la viande ;
- **Les végétaux intéressent**, principalement pour des raisons sanitaires : 77% des personnes interrogées indiquent avoir fait évoluer leur consommation alimentaire vers plus de fruits, légumes et légumineuses au cours des deux dernières années
- La transition vers le moins de viande se fait d'abord pour des **raisons individuelles** : santé, finances.

“A l'école, ils ont au moins deux menus végétariens par semaine mais ils n'en mangent pas. Il n'y a pas d'effort de fait. Comment faire aimer aux enfants si derrière dans les écoles ils ne montrent pas l'exemple de faire des choses appétissantes ? Quand je vois comment c'est sec.”

“Consommer moins de viande, ça doit rester un choix”

- **Le moins de viande est acquis, il faut maintenant faire attention à ne pas créer de nouveaux clivages sur le sujet et donc, intérêt de promouvoir des solutions positives au moins de viande (cf. rendre désirable la cuisine de légumineuses)**
- **Il faut jouer sur la visibilité de l'offre et la norme sociale**
- **Tenir compte des différences entre sensibilité de droite et sensibilité de gauche pour parler de l'élevage de la consommation de viande et plus généralement, tenir compte des familles de valeur**

Pour résumer

- **Bien-être animal** : Faire le bon état des lieux de l'élevage aujourd'hui en France. Il y a une vision très parcellaire de la réalité du secteur et donc de l'importance de faire transition, notamment dans les secteurs porcs et poulet (Espinosa : il y a surestimation des petits élevages dans ces catégories) : insister sur la réalité de la condition animale dans ces secteurs ;
- **Déconstruire l'agri-bashing** : Défendre les petits contre les gros et se positionner en défenseurs de la continuité, de la pérennité et de la préservation de modes d'élevage à taille humaine, assurant une production locale, de qualité, bonne pour l'éleveur et l'environnement direct vs. les gros systèmes industriels qui nous rendent d'autant plus dépendants des importations de produits étrangers, exploitent les éleveurs ;
- **Qualité** : mettre une réalité en face des termes "mieux" et "qualité" pour ne pas les abandonner à l'agroindustrie et proposer des solutions et astuces pour manger moins de viande (par ex, utiliser la viande comme condiment)
- **Climat** : Continuer à expliquer le lien viande et climat, informer sur les ordres de grandeurs en termes d'impact ET s'associer à d'autres acteurs pour parler de la consommation de viande avec des arguments qui parlent aux gens (santé, BEA, budget). Intérêt de poursuivre les activités de type "tableau de bord" comme le baromètre sur la consommation de viande, ou un observatoire ;
- **Souveraineté** : Manger moins de viande, un argument à teinter de l'idée de souveraineté alimentaire de la France, en lien avec des émetteurs gages de qualité, de savoir-faire (des AOC, des grosses émissions TV comme Top Chef) ;
- **Imaginaires** : faire émerger un imaginaire sur les producteurs de légumineuses : quand on achète de la viande, on pense à l'éleveur, mais quand on achète des pois chiches, on n'imagine pas l'agriculture. Penser aussi les incarnations.

Anna Faucher - Let's Food

Premières solutions : aborder les enjeux autour de la viande dans les projets alimentaires territoriaux

Atelier Parler 'viande' dans les territoires en transitions agricoles et alimentaires - 19.09.2024



QUELS SONT LES OBJECTIFS DE CETTE PUBLICATION ?

- Aider les collectivités à identifier les parties prenantes, leurs intérêts et priorités
- Les outiller pour aborder le sujet au sein des PAT en désamorçant les tensions



LES CLÉS POUR ABORDER LE SUJET ET DÉSAMORCER LES TENSIONS

IDENTIFIER LES PARTIES PRENANTES :

Comprendre la perspective et la posture de chacun pour poser les bases d'une discussion constructive et identifier ensemble des solutions pour le territoire

● FACE AUX TENSIONS DANS LES REUNIONS, REPENSER LES INVITATIONS

- Aller chercher les moins audibles, les indécis, les non-militants
 - exemple auprès des éleveurs

« Parmi les acteurs qui freinent le débat, il y a des éleveurs qui parlent fort mais ils ne représentent pas une majorité d'éleveurs d'ici qui ont bien conscience des enjeux, du besoin de réduire les élevages, etc »

- Inviter de nouveaux acteurs, élargir les discussions :
 - penser aux négociants, aux acteurs de la restauration collective

« Les négociants par exemple sont des acteurs importants parce qu'ils vont arriver à convaincre de relocaliser une partie de l'engraissement »

- Ne pas viser les représentants ou les enseignes, viser les personnes
 - exemple de la GMS, essayer d'approcher les franchisés, les indépendants

“Les GMS c'est compliqué de les associer. On a une enseigne avec qui on travaille car c'est un franchisé et que le directeur est très branché local”

LES CLÉS POUR ABORDER LE SUJET ET DÉSAMORCER LES TENSIONS

OUTILLER LES COLLECTIVITES :

Présentation de premières solutions identifiées pour aborder ces sujets de façon apaisée et constructive avec les acteurs du territoire

● IDENTIFIER DES TERMES DU DÉBAT RASSEMBLEURS :

- Quelques pistes :

- Mettre en débat la situation de l'élevage sur le territoire ou du scénario tendanciel présentant l'avenir l'élevage et des acteurs qui en dépendent "à quoi ressemble l'élevage sur le territoire en 2050 ? qui sont les gagnants/les perdants ?" et définir collectivement ce qui serait désirable

(cf Rapport IDDRI "*Des filières viandes françaises sous tension : entre pressions compétitives et accès à la biomasse*")

- Fédérer autour d'un problème de territoire, **exemple du PAT d'Autun et de la fermeture de l'abattoir communal**
- La force des démarches collectives, **exemple de la marque Nou en Ariège**
- Adapter la communication à son territoire > que signifie une alimentation durable sur le territoire ?

LES CLÉS POUR ABORDER LE SUJET ET DÉSAMORCER LES TENSIONS

● LA MÉDIATION AU SERVICE DE LA CONCERTATION :

- Au sein de chaque catégorie d'acteurs trouver les bons messagers, identifier des "passeurs", s'appuyer sur des acteurs intermédiaires avec qui le contact est déjà établi et qui faciliteront le premier contact avec les autres

« Les organisations de la société civile envoient souvent des fortes personnalités très militantes qui sont par conséquent moins audibles »

- Au sein de la collectivité, trouver le bon interlocuteur : selon le profil de l'interlocuteur, les conditions du dialogue ne sont pas les-mêmes, les postures non plus

« Le profil des personnes qui vont aborder ces enjeux est déterminant dans la réception des messages (...) mais il est complexe de trouver le profil qui pourra parler aux 2 extrêmes »

LES CLÉS POUR ABORDER LE SUJET ET DÉSAMORCER LES TENSIONS

● RECRÉER DU LIEN AUTOUR DE L'ALIMENTATION :

- Faciliter l'interconnaissance entre les acteurs pour apaiser le dialogue et dépasser les étiquettes

« On s'en fiche de qui est sur la photo, on travaille avec tout les acteurs du territoire mélangés, les gens laissent leur casquette de côté. Les clivages restent présents mais s'effacent derrière le projet collectif »

- Valoriser le territoire comme espace de proximité, et construire un lien entre les acteurs du système alimentaire autour d'une mission commune : nourrir la population locale

« (Les éleveurs) ils ont une posture qui a évolué, au début ils voulaient pas, maintenant ils se sentent investi d'une mission par rapport aux enfants du territoire et donc de faire des cultures bio pour les enfants. Ce qui a fait évoluer c'est la connaissance du public de mangeurs et le fait de les associer au travail de pédagogie auprès des enfants »

LES CLÉS POUR ABORDER LE SUJET ET DÉSAMORCER LES TENSIONS

● GARANTIR L'ACCESSIBILITÉ DU DÉBAT, SANS GALVAUDER LES MESSAGES :

- Ouvrir le débat, sortir des groupes de travail et réunions techniques

« Il y a eu un travail fait au niveau du département pour vulgariser auprès de l'ensemble des consommateurs ce qui est mené et pourquoi. C'est important d'avoir des échanges et évènements accessibles à la population, et de les associer en dehors des réunions de travail qui seraient incompréhensibles »

- Assurer la qualité du débat en vulgarisant tout en donnant à voir la complexité des enjeux

« Il est important de clarifier les messages, de les simplifier mais sans les galvauder, et de parvenir à tracer une route médiane »

- Adopter une lecture systémique, dépasser le compromis compétitivité/climat pour intégrer d'autres enjeux

« Il faut réintroduire la question de la consommation de viande dans des discours plus larges de relocalisation, de réduction des intrants chimiques, d'entretien des paysages, etc »

On en discute

Vos questions, vos propositions



MERCI !

contact@altaa.org

