

Le concept de modèle de consommation alimentaire et la théorie de la consommation

Martine Padilla
Administrateur scientifique,
CIHEAM/IAM, Montpellier

Dès lors que l'on aborde l'explication des phénomènes de consommation, les économistes font référence à la théorie néo-classique de la consommation. Celle-ci, née au siècle dernier, répond au contexte économique et social de l'époque. Depuis, les économistes ont peu tourné leurs réflexions sur ce domaine, et cette théorie néo-classique a été généralisée à tous les biens, notamment les biens alimentaires. Le concept d'économie agroalimentaire nous permet de construire le concept de modèle de consommation alimentaire, qui remet partiellement en cause la théorie générale de la consommation, en explicitant des variables différentes pour la détermination du comportement alimentaire.

In an attempt to explain consumption phenomena, economists refer to the neoclassical theory of consumption. The latter appeared during the last century and fitted the economic and social context. Since that time, economists have not further pondered over the question and the neoclassical theory is still applied for all types of goods, especially food products. The concept of agro-food economy generates the concept of food consumption model which partly puts into question again the general theory of consumption in making conspicuous different variables determining food behaviour.

I. – UNE THÉORIE GÉNÉRALE DE LA CONSOMMATION

La théorie de la demande alimentaire n'a pas fait l'objet des réflexions des économistes jusqu'à une date récente. Elle a toujours été considérée comme un cas particulier de la théorie générale de la demande. Le consommateur étant réputé obéir aux éléments qui commandent sa consommation, il n'a été identifié comme acteur économique que très tardivement, dans le cadre de la théorie néo-classique de la consommation, au XIX^e siècle.

Cette théorie est d'ordre microéconomique, elle repose sur une approche très individualiste et très abstraite sur la base de la fonction d'utilité. Elle exprime la façon dont un consommateur classe les différents biens qui lui sont proposés, sur les plans quantitatifs et qualitatifs. Ces choix traduisent une *échelle ordonnée des préférences*. Les différentes combinaisons de quantités de biens qui offrent un même niveau d'utilité forment une courbe d'indifférence. Plusieurs niveaux d'utilité sont présentés sur une carte d'indifférence.

Un des précurseurs de cette notion d'utilité fut J. Bentham (1748-1832), un autre J.-B. Say (1767-1832). Plusieurs éléments de la théorie néo-classique de la demande sont nés parallèlement en cette fin du XIX^e siècle.

H. Gossen (1811-1858) énonce la loi de l'utilité marginale décroissante, qui porte son nom. « L'intensité d'un plaisir qui se prolonge, décroît et finit par s'éteindre au point de satiété. » « La valeur d'un bien dépend de la dernière unité consommée. » Cette loi fut révélée par l'anglais Jennings, en 1855. Mais il faudra attendre Menger (1871) et A. Marshall (fin du XIX^e) pour que la loi d'égalisation des utilités marginales soit acceptée.

Au début du siècle dernier, J. Dupuit (1804-1866) découvre le surplus du consommateur et trace les premières courbes de demande.

Walras explique la demande par la relation entre l'utilité et la rareté qui crée le prix. Mais il faut attendre J. Hicks et Allen dans les années 30 pour une pleine maturité de l'analyse économique néo-classique.

La théorie dite « moderne » du comportement du consommateur a été développée par Slutsky (1915), Hicks et Allen (1934) et Hicks (1939).

L'hypothèse fondamentale est que le consommateur est rationnel : *il cherche à maximiser sa satisfaction* et optimise le contenu de son panier de marchandises de façon à égaliser les rapports entre l'utilité marginale de chacun des produits et leur prix. Dans le champ du possible, la contrainte budgétaire lève l'indétermination et délimite les choix praticables. Sous cette contrainte, le consommateur exprime ses préférences individuelles au moyen de la fonction d'utilité. Il

tente d'atteindre la courbe d'indifférence la plus élevée, autrement dit le point de tangence de sa courbe d'utilité avec la ligne de son budget. L'optimum du consommateur peut se modifier sous l'effet de changements de prix ou/et de revenu. Le revenu étant fixé, si les prix relatifs de deux biens se modifient, il y aura des effets de substitution.

Cette théorie de l'utilité appliquée aux biens alimentaires montre que si les prix relatifs des biens alimentaires et non alimentaires demeurent constants, quand le revenu augmente, l'optimum du consommateur se déplace selon une trajectoire qui révèle la loi formulée par Engel, statisticien allemand du XIX^e siècle. Sur la base d'enquêtes sur les budgets familiaux menés en Belgique en 1853 et 1881, il a déduit la loi suivante : « ... plus une famille est pauvre, plus forte est la proportion des débours qu'elle doit affecter à la nourriture ». En d'autres termes, la demande alimentaire bien qu'augmentant en valeurs absolues, diminue en termes relatifs.

Au vu de cette théorie générale de la consommation, celle-ci serait expliquée exclusivement par les revenus et par les prix des biens.

Quelques évolutions sont nées avec l'acceptation de la détermination de la demande par le prix du bien, mais aussi par le prix des autres biens (effets des prix relatifs). Une autre évolution a été introduite avec M. Friedman qui, en 1957, proposa une nouvelle théorie de la consommation. Il estime que le consommateur ne détermine pas le niveau de sa consommation en fonction de son revenu réel de court terme, mais qu'il existe une relation stable entre la consommation et le revenu permanent de court et de moyen terme. Les dépenses seraient fonction de ce revenu anticipé. Le sujet a une mémoire et anticipe ses gains, sa propension à consommer n'est donc pas strictement proportionnelle à son niveau de revenu présent. Friedman s'oppose en cela à Keynes qui prône la relance de l'économie par la consommation, partant du principe que le consommateur réagit immédiatement à un afflux de revenu.

Une amélioration du concept a aussi été introduite sur la base de l'observation que, dans l'hypothèse d'un marché homogène et unique pour tous les consommateurs, les revenus et les prix relatifs étant les mêmes, les achats des consommateurs ne sont pas strictement identiques. Selon les néo-classiques, ces différenciations traduisent les variations de goûts, sans préciser en quoi consistent ces goûts.

II. – UNE THÉORIE CONFORME AUX CONDITIONS ÉCONOMIQUES ET SOCIALES DE L'ÉPOQUE

L'acceptation généralisée de cette théorie de la consommation à la fin du XIX^e et dans la première moitié du XX^e siècle est fortement liée aux conditions économiques et sociales de l'époque. En Europe, le poids des dépenses alimentaires est alors très élevé : 60 à 75% du total. Malgré une industrialisation accélérée, les structures restreintes d'offre de biens de consommation limitent le développement des dépenses de consommation autres qu'alimentaires. Le salariat tend à se généraliser, et le salaire réel, s'il progresse en moyenne, reste soumis à de très fortes fluctuations. Dans une société où la précarité des conditions de vie et de salarisation est dominante, la notion de « coût de la vie » ou de « pouvoir d'achat » devient fondamentale.

Entre 1920 et 1940, le système de production agricole devient intensif, c'est l'émergence des industries agroalimentaires et l'âge d'or du taylorisme dans l'organisation du travail.

Dans ce contexte d'expansion industrielle, les gains de productivité sont croissants et jettent les bases de la société de production et de consommation de masse. Si une certaine régulation de la consommation des classes bourgeoises apparaît, la consommation ouvrière demeure limitée et fluctuante en raison du système de salaire propre au taylorisme (il est fonction de la productivité) qui génère une insécurité.

Après la deuxième guerre mondiale, l'extension du fordisme, associé au taylorisme, crée les conditions d'une production de masse standardisée. Un nouveau rapport salarial apparaît, avec une stabilisation du salaire direct (un salaire minimum garanti) et l'octroi de compléments sociaux (sécurité sociale, allocations familiales...), ce qui entraîne une hausse du pouvoir d'achat et une sécurité de la consommation pour l'ensemble de la population.

Jusqu'aux années 70-80, la consommation était le moteur essentiel de l'accumulation intensive. Dans le domaine alimentaire, une saturation quantitative est apparue et les rapports entre les éléments classiques de l'économie (revenu, prix) et la consommation alimentaire se trouvent bouleversés¹. Apparaissent un éclatement de la norme de référence de consommation, une montée du secteur improductif (intégration de services à l'aliment) et un épuisement des gains de productivité².

Le contexte économique et social contemporain est donc fondamentalement différent de celui qui accompagnait la théorie néo-classique de la consommation. En conséquence, nous sommes en droit de nous interroger sur le bien-fondé de la persistance de cette référence en matière de consommation.

III. – LA THÉORIE NÉO-CLASSIQUE EST INADAPTÉE POUR EXPLIQUER LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE CONTEMPORAINE

La théorie néo-classique a été appliquée indistinctement à tous les biens de consommation, notamment aux biens alimentaires, faisant fi du fait que les aliments sont des « objets sociaux ». La spécificité de l'économie alimentaire doit apparaître dans une nouvelle formalisation de la consommation.

Cette approche classique qui privilégie le revenu et les prix dans l'explication des comportements alimentaires est encore largement utilisée par les économistes malgré le changement radical des sociétés occidentales. De plus, elle est projetée et appliquée aux pays en développement pour tenter d'expliquer les évolutions de l'alimentation, alors que le contexte économique et social est fondamentalement différent. Nous allons tenter de relever les insuffisances de cette approche dans les deux cas.

- La théorie néo-classique envisage la généralisation de l'économie marchande, elle ne considère que les consommateurs titulaires d'un pouvoir d'achat. Il s'agit donc d'une théorie marchande et non d'une théorie de la consommation dans son intégralité. Dans les pays pauvres, qui sont aussi les pays à économie agricole et alimentaire dominante, l'autoconsommation représente une part importante de la consommation alimentaire (parfois plus de 50%). Il est donc nécessaire de disposer d'un cadre d'analyse susceptible de contribuer à une meilleure connaissance des comportements.
- Elle se prétend applicable à tout système marchand. Or il est nécessaire de tenir compte de la dichotomie entre pays en développement et pays développés. S'il est courant d'évoquer l'internationalisation de l'économie alimentaire, cela ne signifie pas pour autant que les formes de développement sont comparables. On se trouve en présence de deux systèmes où les comportements ne peuvent pas obéir à une logique universelle.

Dans le modèle de développement occidental, la diffusion des gains de productivité au consommateur a induit l'abondance pour le plus grand nombre avec pour corollaire une certaine homogénéisation des comportements et la convergence vers un modèle de consommation dominant de type agro-industriel³. Le stade de la consommation de masse, considérée par Rostow comme l'étape ultime de la croissance, est en fait encore évolutif. Un nouveau mode de consommation est en formation, avec l'évolution des conditions objectives de la consommation (types d'activité, localisation, conditions de l'activité économique, budget-temps).

Ce processus de développement alimentaire qui se réalise dans un contexte historique déterminé n'est évidemment pas transférable dans un autre. Il est erroné de considérer les pays en développement comme étant sur la voie d'un développement alimentaire universel comparable à celui des pays développés avec un écart historique de vingt ou trente ans.

Les pays en développement présentent une structure hétérogène qui offre simultanément toutes les « étapes » du développement agro-alimentaire historique. Coexistent en effet des formes d'économie alimentaire pré-agricole à base de cueillette, chasse et pêche, une économie de subsistance avec appel à l'autoconsommation, une forme agricole commercialisée en relation avec l'urbanisation, et enfin une économie agro-industrielle en relation avec les transferts internationaux. Il peut y avoir intersection ou superposition de deux ou plusieurs de ces sous-systèmes. Les populations appartenant aux différents sous-systèmes sont confrontées à des contraintes distinctes qui induisent des consommations alimentaires typées et des comportements différenciés. Le système agroalimentaire n'est ni unique, ni homogène et la période actuelle des pays en développement ne se rattache à aucune période historique du développement occidental.

- L'hypothèse fondamentale de la théorie néo-classique est, rappelons-le, la rationalité économique du consommateur. Or, dans le domaine de l'alimentation, la rationalité économique ne peut pas être l'unique exigence, une certaine rationalité nutritionnelle doit également être respectée. Ces deux types de rationalité ne vont pas toujours de pair, elles peuvent même se heurter car elles sont fonction du niveau de formation et d'information : informations sur les prix, formation et information nutritionnelles, etc. Ce niveau est très différent selon les degrés et les types de développement des sociétés, aussi les rationalités sont-elles différentes.

Dans les pays en développement, les champs du possible alimentaire sont parfois très limités et les contraintes peuvent être telles que le consommateur n'obéit pas toujours au rationnel économique et nutritionnel ; les choix peuvent être contraints par les disponibilités alimentaires.

Dans le cas de nos sociétés de satiété parvenues à la saturation quantitative, la contrainte budgétaire agit peu du fait de l'abondance presque généralisée, et le consommateur diffus n'obéit pas toujours à des règles économiques prévisibles. La rationalité nutritionnelle a alors tendance à primer sur la rationalité économique.

Dans le même ordre d'idée, une critique majeure que l'on peut faire à la théorie néo-classique de la consommation est qu'elle prétend fournir

une méthode générale d'optimisation avec le même comportement de rationalité quel que soit le niveau de revenu. Elle ne repère pas de revenus-seuils dont le franchissement modifie les comportements.

- La théorie se fonde sur la substituabilité des produits aptes à satisfaire nos besoins. Dans le domaine alimentaire, il existe des limites à la substituabilité nutritionnelle car il est nécessaire de respecter certains équilibres fondamentaux. La théorie fait l'hypothèse que l'information du consommateur est parfaite et sa formulation suffisante pour adopter une attitude rationnelle. Cette hypothèse est tout à fait irréaliste.
- La théorie de consommation explique qu'à un même niveau de revenu et de prix, les consommateurs n'achètent pas des quantités égales de produits identiques en raison de l'échelle des préférences. Elle est réductionniste dans la mesure où elle assimile ces échelles subjectives aux goûts. Ce terme vague masque souvent notre ignorance : l'explication des différenciations de comportement implique de considérer la complexité des produits alimentaires⁴, les conditions extérieures au sujet qui peuvent être appréhendées par le budget-temps⁵, les facteurs culturels, qui, à l'intérieur d'un pouvoir d'achat donné, différencient les choix.

IV. – LE CONCEPT D'ÉCONOMIE AGROALIMENTAIRE PEUT-IL ENRICHIR LA THÉORIE DE LA CONSOMMATION ?

Le champ d'étude de l'économie agroalimentaire est l'ensemble des activités qui concourent à la fonction alimentation et les phénomènes alimentaires proprement dits, envisagés dans le cadre d'une formation économique et sociale déterminée. Cette définition nous indique que la consommation alimentaire n'est pas une variable autonome. Elle est un élément de la chaîne alimentaire et a pour particularité de se situer au terme de cette chaîne. Elle est donc soumise aux effets des structures et des événements qui touchent les éléments qui la précèdent : modes de production, industries, commerce, distribution. Elle subit ; toutefois on peut considérer qu'elle est aussi la force motrice de la chaîne alimentaire, car la finalité de l'organisation de cette chaîne est précisément de satisfaire le consommateur dans son besoin le plus fondamental qui est de se nourrir.

Le changement alimentaire procède de la dynamique de variables sociales et économiques que nous allons présenter, celles-ci étant interdépendantes avec des variables globales telles que :

- le niveau de peuplement qui détermine les rapports entre l'homme et les ressources naturelles ou créées;
- le niveau de développement économique et social qui commande les degrés de réponse de la science aux besoins ou aux désirs des hommes, ainsi que les lois de la répartition interne à la nation et à la famille;
- le degré d'internationalisation qui permet des échanges de produits et de services, qui influe sur les modes d'organisation interne, qui peut créer des drames par les contraintes qu'il impose...

Le jeu des variables repérées permet d'interpréter les modèles de consommation alimentaire et les processus du changement, en relation avec celui de la transformation sociale et économique.

V. - LE CONCEPT DE MODÈLE DE CONSOMMATION ALIMENTAIRE

Le modèle de consommation alimentaire (MCA) se rapporte à la façon dont les hommes s'organisent pour consommer, à leurs pratiques alimentaires, à la nature et à la quantité des aliments consommés (L. Malassis, M. Padilla, 1986, p. 220). Sa dynamique relève de facteurs déterminants que nous avons regroupés en cinq composantes principales :

- a) *La capacité de produire* : qui détermine pour une population donnée ce qui est immédiatement disponible ou négociable dans le but d'obtenir d'autres denrées alimentaires.
- b) *La capacité d'échanger* : ces deux variables déterminent les disponibilités alimentaires par habitant qui expriment *le champ du possible alimentaire*. Ces disponibilités dépendent du niveau d'ajustement de la production et de l'échange international aux besoins de la population.

L'intensité de la population, ses caractéristiques biologiques et culturelles déterminent la pression des besoins sur les ressources. Les besoins sont fonction de la structure démographique (âge, sexe, taux de natalité, durée moyenne de vie...), anthropométrique (poids, taille), ethnique (composition sociale) et socio-économique (répartition par catégorie socio-professionnelle par exemple).

Le nombre d'habitants et les besoins moyens par habitant déterminent la *demande potentielle* qui diffère plus ou moins de la *demande effective*, laquelle dépend de la capacité de consommation.

- c) *La capacité de consommer* : dans l'économie alimentaire de subsistance, les unités de consommation sont aussi les unités de production. Le pouvoir de consommer est dans ce cas directement lié

à l'accès aux moyens de production, à la terre et autres forces productives.

Dans l'économie marchande, la quasi-totalité des biens consommés transitent par le marché. Le pouvoir de consommation est directement déterminé par le *pouvoir d'achat*, c'est-à-dire le rapport entre les revenus affectés à la dépense alimentaire et les prix des aliments. Le niveau des prix alimentaires était jadis directement dépendant des productivités dans l'agriculture qui déterminent les coûts agricoles, et du transfert au consommateur des gains de productivité. Aujourd'hui les prix alimentaires dépendent surtout des coûts de transformation et de distribution, qui sont globalement plus importants que le coût agricole dans le prix final des produits. La part transférée de ces gains dépend en réalité de la structure sociale de la chaîne alimentaire et des possibilités d'accaparement au profit de catégories dominantes, des gains de productivité réalisés.

Dans des systèmes économiques mixtes, caractérisés par un degré d'autoconsommation variable complété par un approvisionnement par le marché, le pouvoir d'achat alimentaire procède essentiellement des rapports de prix entre les produits agricoles vendus et les produits alimentaires achetés. Si les niveaux de ceux-ci sont relativement bas (produits importés à bas prix ou produits subventionnés), les paysans ont intérêt à développer des cultures d'exportation pour acheter des denrées alimentaires en plus grande quantité pour satisfaire leurs besoins.

- d) *Les conditions de consommation extérieures au sujet*, qui sont dans l'ensemble des conditions techniques et économiques de l'activité productive : type d'activité, localisation géographique, pénibilité du travail, budget temps, travail de la femme, etc. Chacune de ces variables interfère avec les besoins des individus et la distribution du pouvoir d'achat et contribue à rendre plus complexe l'interprétation des MCA.

Dans les sociétés agraires traditionnelles, les MCA sont le reflet des conditions agro-écologiques locales de la production; la consommation est liée au rythme des saisons et est relativement monotone. L'activité rurale demeure prédominante, les travaux sont souvent pénibles (peu de mécanisation), la femme effectue du travail domestique ainsi que des travaux des champs.

Le processus d'industrialisation et d'urbanisation qui lui est lié transfère des ruraux à la ville, détruit partiellement ou totalement les MCA agraires et les remplace par des MCA urbains fondés sur des approvisionnements plus diversifiés.

Dans les sociétés industrielles, la généralisation du MCA urbain, la tertiarisation des activités, la réduction de la pénibilité du travail, l'insertion de la femme dans l'activité marchande, la généralisation de la journée continue, etc., ont de profondes incidences sur les conditions de consommation. La contrainte de temps est tout aussi importante que la contrainte monétaire pour expliquer les occurrences de consommation des produits.

e) *Les modèles socioculturels* : à l'intérieur du pouvoir de consommer s'exercent « les choix alimentaires », choix contraints par les disponibilités, le pouvoir d'achat, les conditions de la consommation. Il est toutefois remarquable que, placés dans des conditions économiques similaires, deux individus peuvent consommer différemment en raison de leur identification à des modèles culturels distincts. A « *pouvoir de consommation* » identique, la culture différencie l'alimentation.

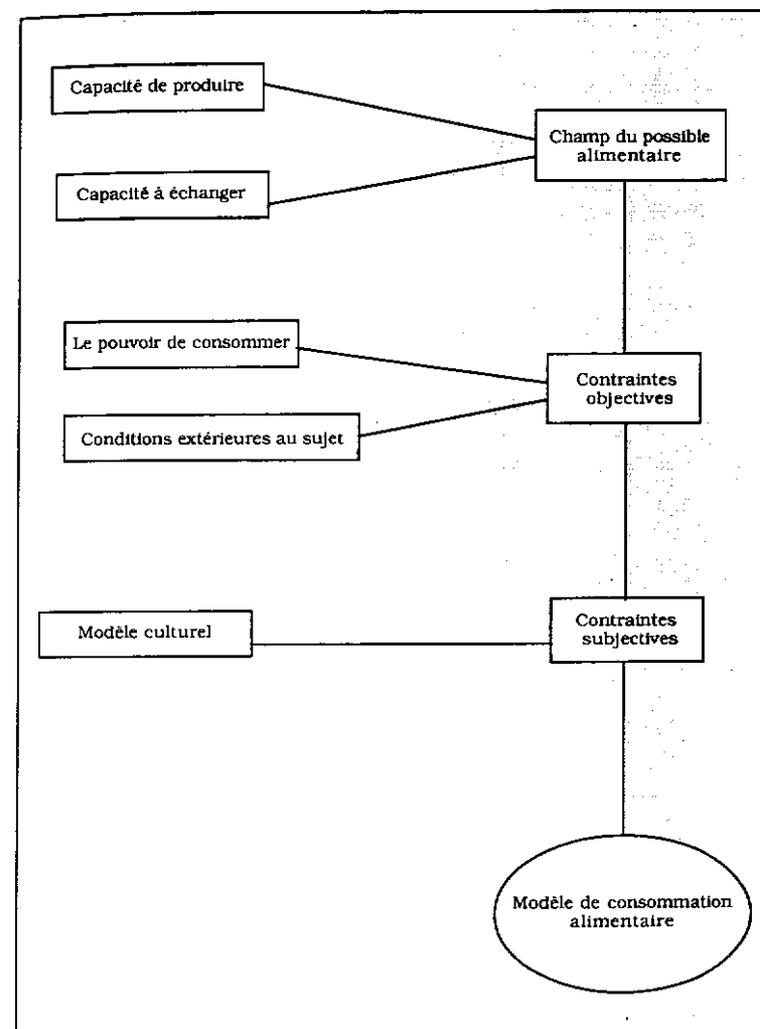
L'aliment est interdit, rite, habitude, mythe, symbole, code social. Les interdits peuvent avoir une signification nutritionnelle fondée sur l'expérience, mais il s'agit aussi de règles religieuses ou ethniques qui différencient et marquent l'appartenance à un groupe social. Les habitudes procèdent de palatabilités acquises, transmises par l'apprentissage. Les prétendues habitudes peuvent n'être le reflet que de la permanence du possible alimentaire, faute d'innovations agricoles ou alimentaires. « A l'échelle de l'Histoire, il n'existe pas d'habitudes mais des changements alimentaires provoqués par les transferts de produits ou d'espèces » (L. Malassis, M. Padilla, 1986).

Enfin, l'aliment est symbole et véhicule de l'imaginaire. Les préférences sont alors sociales et ne sont pas liées à la nature de l'aliment.

Ces cinq variables ont une signification statique et dynamique : elles permettent d'interpréter le MCA dominant, résultat de forces convergentes et, autour de celui-ci, la différenciation sociale des MCA dans une société donnée à un moment donné, et leurs changements dans le temps, induits par des forces divergentes. Mais ces variables du changement alimentaire sont elles-mêmes dépendantes des variables du changement économique et social global : peuplement, développement, relations internationales.

La convergence des modèles de consommation vers un modèle dominant s'explique par la dynamique des besoins qui, dans nos sociétés contemporaines, accorde une priorité aux « besoins aspiration » par rapport aux « besoins obligation ». Le sociologue P.H. Chombart de Lauwe a introduit cette distinction importante⁶.

Les variables du changement alimentaire



Les « besoins obligation » recouvrent les besoins indispensables à une vie physique et sociale. Les « besoins aspiration » correspondent à une volonté de mieux-être et de s'identifier au groupe social dominant. Les mass-media diffusent une culture d'abondance par rapport à laquelle se définissent les « besoins aspiration ». La théorie économique ne rend compte que très imparfaitement de ces mécanismes complexes.

Cet effet d'imitation ou de démonstration avait déjà été mis en évidence au XVIII^e siècle par A. Smith : « L'ordre social repose sur

la tendance des hommes à admirer les riches et les puissants : l'homme riche est remarqué, envié, considéré, approuvé et il s'applaudit de ses richesses. (...) L'homme pauvre est honteux de lui-même. »

L'homogénéisation des modes de consommation n'est toutefois pas la règle; des forces sociales divergentes existent, qui confirment des MCA différenciés. Ceci est particulièrement vrai dans nos sociétés de satiété où la scission entre classes sociales est moins forte que par le passé. *Consommer c'est adopter un certain mode de vie, ce n'est plus s'identifier à la classe sociale dominante.*

VI. – UNE REPRÉSENTATION SIMPLIFIÉE DES VARIABLES DÉTERMINANTES DE LA CONSOMMATION

L'analyse simultanée de l'ensemble des variables qui gouvernent le choix du consommateur, relève du défi. Aussi allons-nous proposer une analyse par une représentation simplifiée des contraintes qui s'imposent au consommateur.

Les approches les plus récentes du comportement du consommateur partent de trois postulats fondamentaux :

- le consommateur n'obéit pas aux principes de la rationalité économique telle qu'elle est communément définie;
- le consommateur ne se comporte toutefois pas d'une manière aléatoire et son étude ne peut se réduire à des modèles stochastiques;
- les besoins et comportements des consommateurs sont extrêmement variés, faits d'inné et d'acquis, de conscient et d'inconscient.

Cette conception « marketing » de l'analyse comportementale, qui ne nie pas l'importance des réalités économiques, mais les place au second rang après les « styles de vie » ou « l'échelle des valeurs », amène à considérer comme irréaliste le développement d'une théorie du comportement du consommateur, voire un modèle descriptif quelconque. Une consommation procède d'une délibération complexe, expression d'une recherche consciente ou inconsciente de la satisfaction des besoins physiologiques, économiques ou psychologiques.

Si nous adhérons pour l'essentiel à cette démarche analytique, nous considérons cependant qu'il existe une certaine hiérarchie dans les contraintes et que la *liberté* du consommateur ne peut s'exercer que dans le champ croisé des contraintes.

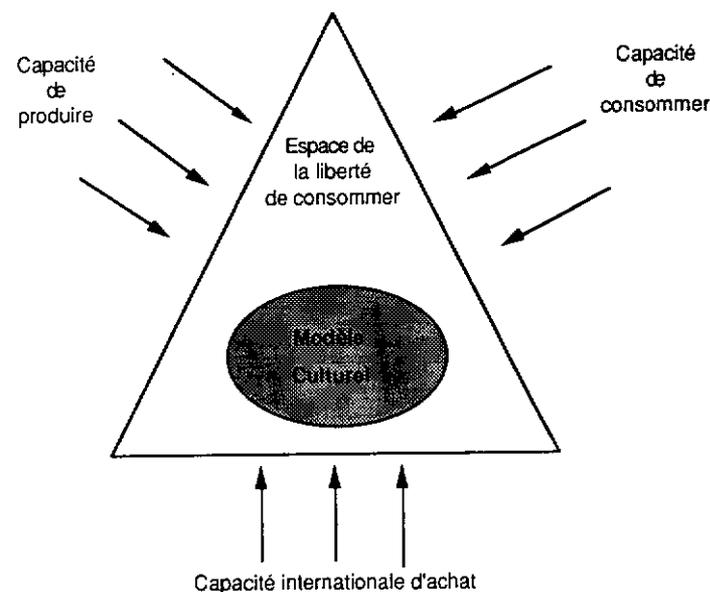
Au regard de l'analyse économique, les contraintes principales sont celles qui délimitent le champ du possible alimentaire, il s'agit de la *capacité de produire* et de la *capacité à échanger*, rappelons-le. Viennent ensuite les contraintes externes au sujet qui se reflètent dans

la *capacité d'achat* du consommateur. Ces trois lignes d'aptitudes franchies, l'aspect subjectif de la consommation peut s'exprimer et l'analyse comportementale peut alors prendre tout son sens, *dans le triangle de la liberté objective.*

La liberté de consommer repose donc fondamentalement sur le jeu de trois contraintes :

- La capacité d'achat du consommateur, dont le pouvoir d'achat est une composante qui détermine la capacité de consommer, les niveaux de consommation, la nature des aliments dans leurs aspects nutritionnels, économiques ou sociaux.
- La capacité de produire de l'agriculteur, qui porte les niveaux de la productivité de la terre et du travail à celui de la demande effective des consommateurs : les autres consommateurs ou les agriculteurs eux-mêmes s'il s'agit d'auto-consommation.
- La capacité à échanger, notamment celle de la nation, qui conditionne la capacité à importer des denrées alimentaires si la politique d'auto-provisionnement se révèle inefficace.

Le triangle de la liberté de consommer



Nous faisons volontairement référence à des « capacités » et non des « pouvoirs »; ces derniers font appel à de simples rapports de revenus et de prix, tandis que les lignes d'aptitude ou de capacité intègrent

d'autres dimensions telles que les disponibilités, l'accès à des moyens de production ou à des produits alimentaires, l'aptitude à négocier sur le plan international, etc.

Le cœur du triangle représente toutes les combinaisons possibles entre les trois lignes de contrainte, compte tenu des pondérations différentes de ces trois éléments selon le type d'économie alimentaire : domestique et agricole, agricole commercialisée, agro-industrielle, industrielle de restauration de masse correspondant aux modèles socio-économiques de pauvreté de masse, de transition, de consommation de masse et de satiété. Le modèle culturel s'exprime dans un espace de liberté déterminé à l'intérieur du champ des contraintes et qui exprime un espace d'indifférence (assimilable aux courbes d'indifférence) vis-à-vis des données économiques.

CONCLUSION

Les bases théoriques de l'explication du comportement alimentaire sont jetées, il reste à les formaliser quelque peu pour produire un outil d'analyse. Il faut toutefois veiller à ne pas réaliser une formalisation excessive, car elle serait forcément réductionniste et pourrait entraîner des risques d'interprétation erronée, étant donné la complexité et la sensibilité du domaine alimentaire.

Nous ne sommes pas convaincus de la validité d'une approche strictement économétrique pour appréhender les phénomènes alimentaires. L'approche doit rester d'ordre socio-économique en se rattachant à l'analyse de variables majeures.

Le concept d'économie agroalimentaire, de notre point de vue, enrichit considérablement la théorie générale de la consommation, qui n'est pas applicable à l'alimentation dans plusieurs types de sociétés. Ce concept permet fondamentalement de lier le consommateur aux autres éléments de la chaîne alimentaire, qui conditionnent son comportement et ses choix.

NOTES

1. - Cf. L. Malassis, M. Padilla (1986) et M. Padilla (1991).
2. - J. Lorenzi, O. Pastré, J. Toledano ont fait ces observations dans *La crise du XX^e siècle*, Economica, 1980.
3. - Pour la définition de ce modèle, cf. L. Malassis, M. Padilla, Cujas, Tome III, 1986.

4. - Selon Lancaster, le produit alimentaire est un ensemble complexe qui comporte un paquet de caractéristiques : économiques, organoleptiques, nutritionnelles, culturelles.

5. - G. Becker a introduit la notion de budget-temps, reprise par B. Sylvander qui montre que la consommation d'aliments-services est indépendante du revenu ; ce sont les consommateurs les plus contraints au niveau du temps qui en achètent le plus.

6. - P.H. Chombart de Lauwe, *Pour une sociologie des aspirations*, Dunod, 1969.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ALBERTINI J.-M. et SILEM A., *Comprendre les théories économiques*, Tome I, Clés de lecture, Tome II Petit guide des grands courants, Ed. du Seuil, 1987.
- BECKER G., « A theory of the allocation of time » - in *the Economic Journal*, vol. 75, 1965.
- CHEVALIER J.-M., *Introduction à l'analyse économique*, Ed. La Découverte, 1989.
- COMBRIS P., *Changements structurels, le cas des consommations alimentaires en France de 1948 à 1968*, Communication aux journées de microéconomie appliquée, Montréal, mai 1990.
- LANCASTER K., « A new approach to consumer theory », in *Journal of Political Economy*, n°74, 1976.
- LEVY-GARBOUA L., *La nouvelle théorie du consommateur*, CREDOC, janvier 1982.
- MALASSIS L. et PADILLA M., « Économie agroalimentaire », Tome III : *L'économie mondiale*, Ed. Cujas, 1986.
- PADILLA M., *Les politiques de la consommation alimentaire : signification et portée*, Thèse de doctorat en sciences économiques, Université Montpellier I, 1991.
- SYLVANDER B., « Alimentation service et contrainte de temps dans les ménages », in *Économie Rurale*, n°194, nov-déc. 1989, p. 42-47.

ECONOMIES ET SOCIETES

« DÉVELOPPEMENT AGROALIMENTAIRE »

ÉCONOMIE AGROALIMENTAIRE

concepts et méthodes

N° 6/1992



SOMMAIRE

ÉCONOMIE AGRO-ALIMENTAIRE :
CONCEPTS ET MÉTHODES

L. MALASSIS	L'économie agro-alimentaire : une discipline en développement	5
M. PADILLA	Le concept de modèle de consommation alimentaire et la théorie de la consommation	13
G. GHERSI et L.-G. LALONDE	Introduction à l'analyse macroéconomique du complexe agroalimentaire	29
J.-C. MONTIGAUD	L'analyse des filières agroalimentaires : méthodes et premiers résultats	59
M. ALLAYA	Filières agroalimentaires et filières de prix	85
F. LAURET et R. PÉREZ	Méso-analyse et économie agroalimentaire	99
P. BYÉ et J.-P. FREY	Réorientation des échanges et horizontalité structurelle : une analyse à partir des tableaux d'échanges inter-industriels	119
J.-L. RASTOIN et S. ONCUOGLU	Les multinationales et le système alimentaire mondial : tendances stratégiques	137
M. PADILLA et L. MALASSIS	Politique agricole et politique alimentaire : efficacité et équité	175
NOTE	Constitution de l'association internationale d'économie alimentaire et agro-industrielle	193

ÉCONOMIES ET SOCIÉTÉS - CAHIERS DE L'ISMÉA

Tome XXVI, n° 6, juin 1992, Série *Développement agroalimentaire*, AG, n° 21.

Comité directeur : Louis Malassis, Pascal Byé, Jean-Claude Lebossé et Roland Perez.