Transformer l’alimentation sans perdre le consommateur

Réunis aux Moulins de Beez dans le cadre du Business Club de l’Apaq-w, agriculteurs, industriels, chercheurs et acteurs de l’innovation ont confronté leurs visions de l’avenir alimentaire. Au fil de la table ronde animée par Philippe Mattart, une même interrogation traverse les interventions : comment transformer le système agroalimentaire pour répondre aux attentes environnementales, sanitaires et économiques, tout en tenant compte des comportements parfois contradictoires des consommateurs ?

Par : Marie-France Vienne

Publié le : 1/04/2026 à 13:03 Temps de lecture : 7 min Partage :

Autour de la table, les différents maillons de la chaîne alimentaire se retrouvent réunis : agriculture, industrie agroalimentaire, innovation et santé publique. Chacun observe l’évolution des comportements alimentaires depuis sa propre position, mais tous se retrouvent confrontés à une même question : comment accompagner la transformation du système alimentaire sans perdre le consommateur en chemin ?

Il faut laisser le temps au temps

Pour Caroline Jaspart-Herbiet, présidente de l’Union des agricultrices wallonnes (UAW), le consommateur reste avant tout un partenaire du monde agricole. « Le consommateur, c’est notre premier partenaire », rappelle-t-elle. Mais la relation n’est pas exempte d’ambiguïtés. Faut-il souhaiter un consommateur docile, qui accepte l’offre agricole sans la questionner, ou au contraire un consommateur critique, capable d’évaluer la qualité de ce qu’il consomme ?

La réponse, selon elle, ne se résume pas à une alternative. « On le souhaiterait à la fois docile et critique », explique-t-elle. Critique pour reconnaître la valeur des produits agricoles et soutenir les productions de qualité, mais aussi capable d’avancer avec les agriculteurs dans les transformations en cours. Car la transition agricole ne peut se décréter du jour au lendemain.

« On ne peut pas changer le modèle agricole du tout au tout », insiste-t-elle. La transition vers des pratiques plus durables nécessite du temps, de l’accompagnement et une compréhension mutuelle entre producteurs et consommateurs. Pour le monde agricole, cette évolution implique également une redécouverte de l’alimentation elle-même. « Si l’on veut maintenir une agriculture vertueuse, il faut aussi que le consommateur réapprenne à consommer des produits moins transformés », estime-t-elle, en évoquant le rôle central de l’éducation alimentaire.

Une transition qui suppose une vision commune

Pour Clotilde de Montpellier, fondatrice de « Farm for Good », la question dépasse largement le seul comportement du consommateur. Le véritable problème réside, selon elle, dans l'absence d'une vision collective clairement définie.

« Quand on parle de durabilité, de santé ou d'engagement, ces mots peuvent vouloir tout et rien dire », observe-t-elle. Autour d'une même table, chacun peut leur attribuer un sens différent. Dans ces conditions, la transformation du système alimentaire devient difficile à mettre en œuvre.

L'expérience menée au sein de « Farm for Good » et du collectif « Tomorrow Food » repose précisément sur cette clarification des objectifs. Avant de transformer les pratiques, explique-t-elle, il faut définir la trajectoire. « Si l'on veut inscrire une évolution dans le temps, il faut savoir ce que l'on vise », insiste-t-elle. Cela implique également de mesurer concrètement les impacts des pratiques agricoles et alimentaires.

Dans cette perspective, le consommateur n'est pas une figure unique. « Il n'existe pas un seul consommateur », rappelle-t-elle. Les attentes sont multiples et parfois contradictoires. Le rôle des entreprises consiste alors à traduire ces transformations en produits capables de trouver leur place sur le marché. Lorsqu'une chaîne de valeur fonctionne de manière coordonnée (producteurs, transformateurs et distributeurs) certaines transitions peuvent même s'opérer avec un impact limité sur les prix. « Dans certains projets que nous avons étudiés, les ajustements se jouent parfois à quelques centimes », explique-t-elle.

Pour Clotilde de Montpellier, cette transformation suppose aussi de repenser les relations entre les différents acteurs du système alimentaire. Les initiatives qu'elle accompagne reposent précisément sur cette logique de coopération entre agriculteurs, transformateurs et distributeurs. « On ne peut pas demander aux producteurs de changer seuls leurs pratiques sans que toute la chaîne évolue en même temps », explique-t-elle en substance. Dans cette perspective, la transition alimentaire ne repose pas seulement sur des choix individuels de consommation, mais sur une réorganisation progressive de l'ensemble de l'écosystème alimentaire.

L'industrie au cœur de la chaîne

[…]

Mais cette transition se heurte à une réalité économique bien connue : le comportement du consommateur reste profondément marqué par les contraintes budgétaires. « Le consommateur peut avoir des intentions très vertueuses », observe Anne Reul, « mais lorsqu'il se trouve dans le magasin, il regarde aussi son portefeuille ». Entre aspirations et contraintes, les arbitrages restent nombreux.

Cette tension traverse aujourd'hui l'ensemble des filières alimentaires. Les entreprises doivent répondre à des attentes croissantes en matière de durabilité, tout en maintenant

des produits accessibles au plus grand nombre. Entre innovation, compétitivité et responsabilité environnementale, l'équilibre reste fragile.

[…]

La santé publique comme horizon

Du point de vue de la santé publique, la situation actuelle apparaît particulièrement préoccupante. Nicolas Berger, chercheur chez Sciensano, rappelle que les habitudes alimentaires restent très éloignées des recommandations nutritionnelles.

« Les Belges consomment trop de produits transformés, trop de viande rouge, et pas assez de fruits, de légumes ou de céréales complètes », explique-t-il. L'écart entre les recommandations et les pratiques réelles est considérable : seuls 1 % des Belges respecteraient les recommandations relatives à la consommation de céréales complètes.

Pour lui, il serait illusoire de faire reposer la responsabilité de ces choix uniquement sur les consommateurs. L'environnement alimentaire joue un rôle déterminant. Marketing, organisation des magasins ou publicité influencent fortement les comportements d'achat.

« Le consommateur est soumis à de nombreuses contraintes, mais aussi à une pression marketing très forte », observe-t-il. L'action publique pourrait donc contribuer à orienter les choix alimentaires en favorisant une information nutritionnelle plus claire ou en limitant certaines formes de marketing, notamment à destination des enfants.

Une transformation nécessairement collective

Au fil des échanges, une idée s'impose progressivement : aucun acteur ne peut transformer seul le système alimentaire. Agriculteurs, industriels, chercheurs, pouvoirs publics et consommateurs appartiennent à un même écosystème. La transition alimentaire apparaît ainsi comme un processus profondément collectif, où chaque maillon de la chaîne détient une part de responsabilité.

Cette transformation progressive du système alimentaire oblige ainsi chaque acteur à redéfinir sa place. Les agriculteurs doivent adapter leurs pratiques, l'industrie repenser ses chaînes d'approvisionnement, les chercheurs éclairer les enjeux de santé publique, tandis que les pouvoirs publics sont appelés à créer un cadre favorable à ces évolutions. Dans ce paysage en mutation, le consommateur demeure une figure centrale, mais aussi paradoxale. À la fois moteur potentiel des transformations et soumis aux contraintes économiques du quotidien, il incarne les tensions qui traversent aujourd'hui l'ensemble du système alimentaire.

Et c'est peut-être dans cette tension que se joue, déjà, l'alimentation de demain.

Marie-France Vienne