

3.2 Évolution de la consommation des ménages selon l'âge de 2009 à 2019

Entre 2009 et 2019, les dépenses alimentaires totales augmentent en valeur en France métropolitaine hors Corse, en particulier pour les ménages dont le **responsable des achats** a 65 ans ou plus (+31 %) ou entre 50 et 64 ans (+18 %), conjointement à la hausse des volumes achetés (respectivement +23 % et +8 %) ► **méthodes**. L'augmentation des dépenses est plus limitée entre 35 et 49 ans (+11 %), seule tranche d'âge pour laquelle les quantités achetées baissent (-1 %).

Les tendances de consommation des fruits et légumes sont à deux vitesses. Les quantités de fruits achetées augmentent en volume pour les plus âgés, +7 % pour les 50-64 ans et +20 % pour les 65 ans ou plus, alors qu'elles se réduisent pour les ménages plus jeunes ► **figure 1**. Ce recul atteint 7 % pour les moins de 35 ans et 6 % pour les 35-49 ans. Comme pour les fruits, la consommation de légumes baisse entre 35 et 49 ans (-8 %) et augmente pour les 65 ans ou plus (+14 %) ; toutefois, elle stagne pour les autres tranches d'âge. La consommation de pommes de terre surgelées croît pour tous les âges, particulièrement pour les 65 ans ou plus (40 %). Au contraire, les pommes de terre fraîches sont en recul pour les 35-49 ans (-4 %) et les 50-64 ans (-3 %).

Les quantités de viande de boucherie fraîche achetées sont en forte baisse pour l'ensemble de la population (-17 % en dix ans), particulièrement parmi les 35-49 ans et les 50-64 ans (respectivement -25 % et -20 %) ► **figure 2**. La baisse est moins marquée pour les 65 ans ou plus (-5 %). Ces seniors sont par ailleurs ceux dont la consommation de charcuterie (+22 %) et de jambon (+16 %) croît le plus.

La consommation de volailles augmente néanmoins le plus chez les plus jeunes (+17 %), les seniors arrivant ensuite (+11 %).

Concernant les autres protéines animales, le changement est également perceptible : les poissons et fruits de mer sont délaissés par toutes les générations à l'exception des plus de 50 ans qui augmentent leur consommation de produits traiteurs, conserves et plats préparés à base de produits de la pêche et de l'aquaculture. Une partie de la consommation de protéines animales se déplace vers les œufs, dont les quantités achetées augmentent, en particulier pour les seniors (+41 %) et les jeunes (+22 %).

Les quantités achetées de vins tranquilles, vins effervescents et spiritueux baissent, sauf pour les ménages de 65 ans ou plus ► **figure 3**. Ceux-ci accordent en moyenne 10 % de leur budget aux boissons alcoolisées, ce qui représente leur troisième plus gros poste de dépenses alimentaires après les produits carnés et les produits laitiers. Ils restent les premiers consommateurs de boissons alcoolisées. Seule exception, la bière, pour laquelle la consommation progresse pour tous les ménages, surtout les plus jeunes (+57 %).

Les plus de 65 ans augmentent considérablement leur consommation de plats préparés, essentiellement les sandwiches (+91 %), les plats cuisinés à base de pâtes (+62 %) et les pizzas, quiches et tourtes (+53 %). Ils restent cependant les plus petits consommateurs. À l'inverse, les moins de 35 ans sont ceux qui diminuent le plus leur consommation de plats cuisinés à base de pommes de terre (-35 %), de produits carnés (-24 %) et de produits de la pêche et de l'aquaculture (-33 %). ●

► Méthodes

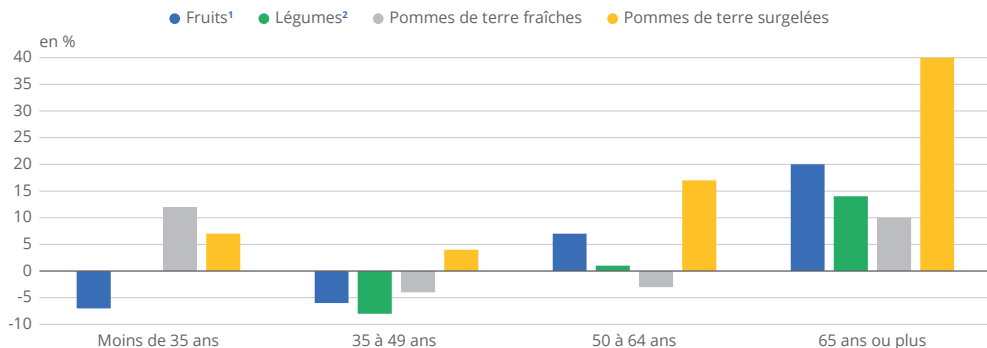
Les années de référence sont des moyennes triennales calculées de 2008 à 2010 pour l'année 2009 et de 2018 à 2020 pour l'année 2019. Ceci permet d'atténuer les évolutions d'années atypiques comme 2020 avec la crise sanitaire de Covid-19.

Les évolutions des dépenses totales de consommation des ménages décrites ici reflètent en partie l'évolution des effectifs de la population par tranche d'âge, la part des 65 ans ou plus ayant par exemple augmenté de 3 points entre 2009 et 2019 (pour représenter près de 28 % de la population en 2019).

► Définition

Le **responsable des achats** est la personne qui déclare auprès de Kantar les achats de produits alimentaires, produits de grande consommation et produits frais.

► 1. Évolution de la consommation de fruits, légumes et pommes de terre selon l'âge entre 2009 et 2019



1 Fruits frais (fruits tempérés, exotiques et agrumes), fruits au sirop, fruits secs et graines.

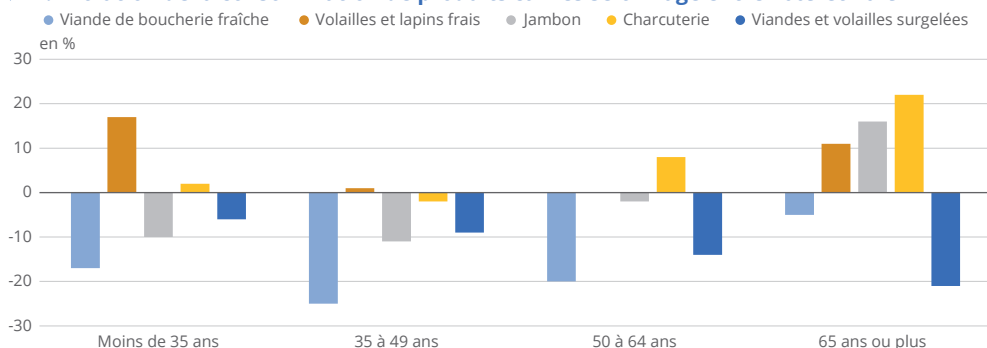
2 Légumes frais (tomates, carottes, salades, melons, endives), légumes transformés.

Note : Les années de référence sont des moyennes triennales calculées de 2008 à 2010 pour l'année 2009 et de 2018 à 2020 pour l'année 2019.

Lecture : Entre 2009 et 2019, les quantités de fruits achetées par les ménages de moins de 35 ans diminuent de 7 %.

Champ : France métropolitaine hors Corse. **Source :** Kantar Worldpanel, calculs FranceAgriMer.

► 2. Évolution de la consommation de produits carnés selon l'âge entre 2009 et 2019

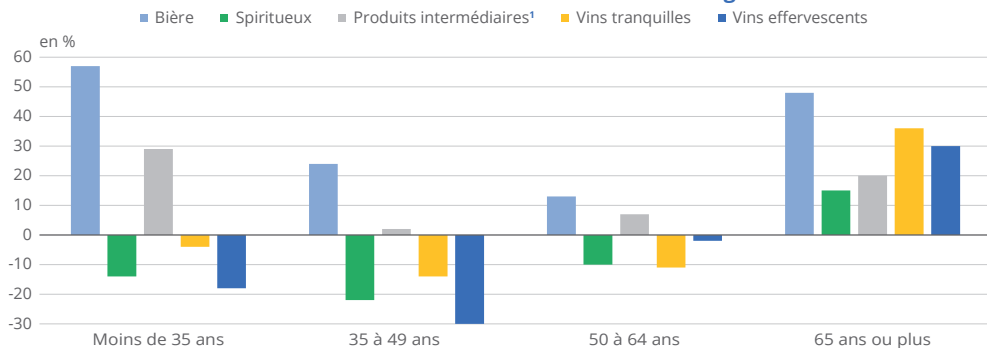


Note : Voir Note de la figure 1.

Lecture : Entre 2009 et 2019, les quantités de viande de boucherie fraîche achetées par les ménages de moins de 35 ans diminuent de 17 %.

Champ : France métropolitaine hors Corse. **Source :** Kantar Worldpanel, calculs FranceAgriMer.

► 3. Évolution de la consommation de boissons alcoolisées selon l'âge entre 2009 et 2019



1 Apéritifs à base de vins, vins de liqueurs et doux naturels.

Note : Voir Note de la figure 1.

Lecture : Entre 2009 et 2019, les quantités de spiritueux achetées par les ménages de 65 ans ou plus augmentent de 15 %.

Champ : France métropolitaine hors Corse. **Source :** Kantar Worldpanel, calculs FranceAgriMer.