

Nous sommes ce que nous mangeons – le potentiel commercial de l'ethnic food

Andreas Kohler et Anne C. Wunderlich

Agroscope, 8356 Ettenhausen, Suisse

Renseignements: Andreas Kohler, e-mail: andreas.kohler@agroscope.admin.ch



Les gens qui ont immigré d'Asie ont aussi apporté avec eux leur culture alimentaire: le plat de nouilles vietnamien Pho. (Photo: Joshua Resnick, 123RF.COM)

Introduction

«Dis-moi ce que tu manges, je te dirai qui tu es.»

(Jean Anthelme Brillat-Savarin, écrivain français, juriste et gastronome dans «Physiologie du goût», 1825).

La Suisse abrite environ deux millions de personnes qui n'y sont pas nées. La plupart d'entre elles ont grandi dans d'autres cultures, en particulier d'autres cultures alimentaires. Elles sont également ce qu'elles mangent! Lorsqu'elles immigreront en Suisse, elles apportent avec elles leur culture culinaire. Si elles veulent cuisiner leurs plats traditionnels en Suisse, elles ne trouvent souvent pas leurs ingrédients et dépendent donc des importa-

tions en provenance de leur pays d'origine. Bien qu'il soit déjà possible d'acheter certains de ces produits en Suisse aujourd'hui, aucune analyse systématique n'a encore été faite sur le potentiel commercial de l'ethno-alimentaire. La figure 1 montre bien la relation entre migration et importations. Plus le nombre de personnes en provenance d'un certain pays augmente en Suisse, plus les importations de denrées alimentaires en provenance des pays d'origine respectifs augmentent elles aussi. Par exemple, plus le nombre de personnes venues du Sri Lanka (LKA) augmente en Suisse et plus la Suisse importe de denrées alimentaires en provenance de ce pays.

La figure 2 indique les importations en francs suisses par personne née à l'étranger et résidant en Suisse. Il est frappant de constater que ce sont surtout les importations alimentaires par habitant en provenance d'Amérique du Nord, d'Amérique du Sud et d'Asie qui sont relativement élevées.

Dans quelle mesure les importations de différentes catégories de produits augmentent-elles avec l'immigration en provenance des différentes régions du monde? Cet article quantifie la relation entre la migration et les importations de denrées alimentaires et estime comment le potentiel commercial du marché ethno-alimentaire pourrait se développer dans une catégorie de produits particulière, en fonction de l'origine des immigrants.

Matériel et méthodes

Pour cette étude, les données d'importation détaillées du Centre d'études prospectives et d'informations internationales CEPII (Gaulier et Zignago 2010) et les données sur les migrations des Nations Unies (2015) ont été utilisées. Les données sur le produit intérieur brut (PIB) par habitant et la population des partenaires commerciaux, la distance entre la ville la plus peuplée de la Suisse et les villes les plus peuplées des pays d'origine, la frontière ou la langue communes avec la Suisse et les accords de libre-échange avec la Suisse sont fournies par le CEPII (Gaulier et Zignago 2010). Toutes les données sont évaluées pour 160 pays pour les années 1998, 2000, 2005, 2010 et 2015.

Les importations considérées concernent les chapitres 01 à 22 du tarif douanier, qui comprennent les importations agricoles et alimentaires de la Suisse. Nous nous sommes penchés en particulier sur les catégories des animaux vivants et des produits d'origine animale (01–04), des produits d'origine végétale (07–12) et des produits des industries alimentaires (15–22). Une liste détaillée de tous les chapitres du tarif douanier est disponible dans le tableau 1.

Pour quantifier la relation entre les importations et la migration, le modèle de régression suivant a été formulé basé sur l'équation de gravité (Tinbergen 1962):

$$I_{ijt} = \exp(\alpha + \beta M_{it} + \delta X_{it} + A_t + \varepsilon_{ijt})$$

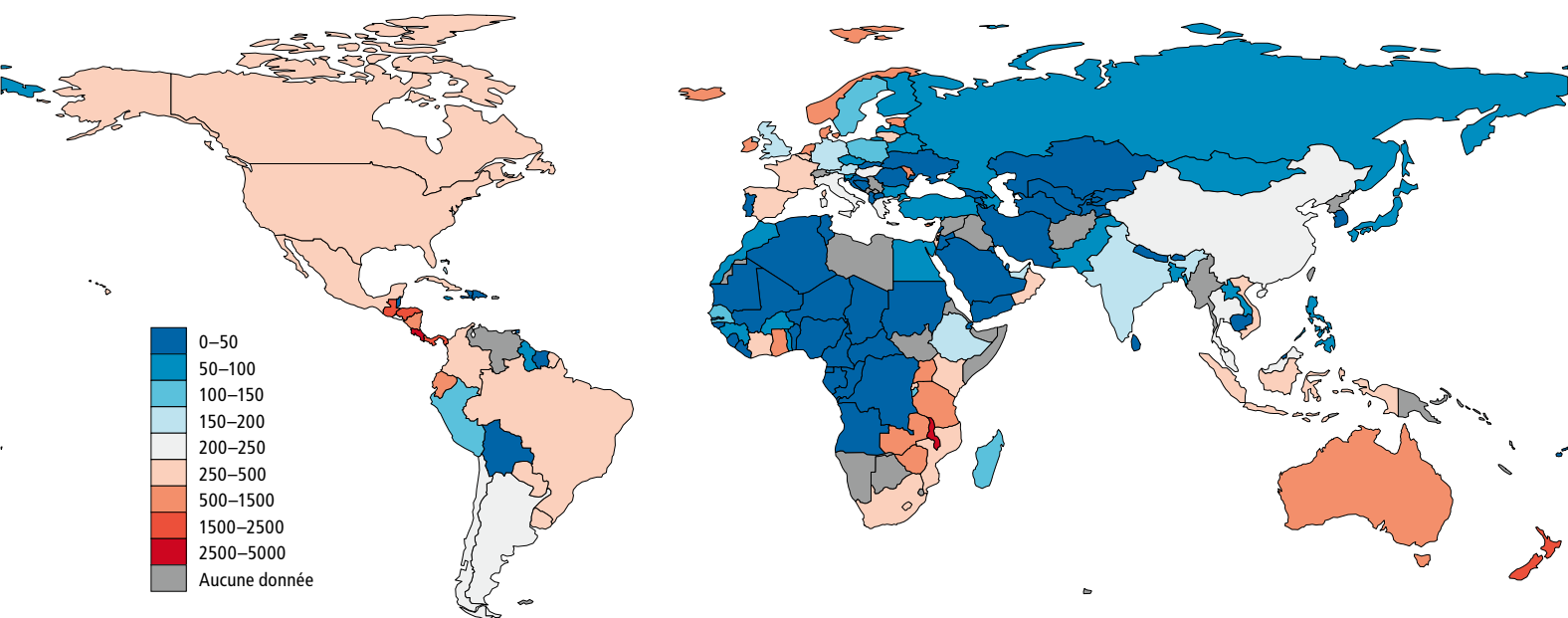
où I_{ijt} désigne les importations en provenance du pays i au cours de l'année t dans le chapitre j du tarif douanier et M_{it} désigne le nombre de personnes nées dans le pays i et vivant en Suisse au cours de l'année t . Le vecteur X_{it} comprend le PIB par habitant et la population du pays i durant l'année t , la distance entre la ville la

Résumé

Lorsque des personnes de cultures différentes immigreront en Suisse, elles apporteront avec elles les habitudes alimentaires de leur pays d'origine. Nous sommes ce que nous mangeons! Cet article examine la relation systématique entre l'immigration et les importations de différentes catégories de produits alimentaires. Les résultats montrent que, dans presque toutes les catégories de produits, les importations de denrées alimentaires augmentent le plus fortement avec le nombre de migrants asiatiques. Par contre, elles n'augmentent que dans quelques catégories de produits pour les migrations en provenance de pays européens. Cependant, toutes les denrées alimentaires ne doivent pas être importées. Aujourd'hui déjà, les agriculteurs suisses se sont spécialisés pour répondre à la demande du marché ethno-alimentaire. Les résultats laissent penser que la plus forte augmentation du potentiel commercial de l'ethno-alimentaire devrait être liée à la migration en provenance d'Asie, sous l'impulsion de la culture alimentaire différente des Asiatiques, mais aussi de la popularité croissante de la cuisine asiatique auprès des Suisses.

plus peuplée du pays i et Zurich, une variable indicatrice qui prend la valeur 1 si on parle une des langues de la Suisse (allemand, français ou italien) dans le pays i , une variable indicatrice qui prend la valeur 1 si le pays i a une frontière commune avec la Suisse et une variable indicatrice qui prend la valeur 1 si le pays i a conclu un accord de libre-échange avec la Suisse pour l'année t . De plus, une variable indicatrice A_t est incluse pour chaque année (elle englobe tous les facteurs non observés et spécifiques à la Suisse qui changent avec le temps, tels que le PIB par habitant et la population de la Suisse).¹ Toutes les variables, à l'exception des importations et des variables indicatrices, sont présentées sous forme de logarithmes dans le modèle. Le modèle est évalué séparément pour chaque chapitre j du tarif douanier et chaque région géographique k (Afrique, Amérique, Asie et Europe) à l'aide de la méthode de *Poisson Pseudo Maximum Likelihood* (PPML) (Santos Silva et Tenreyro

¹ En raison du faible nombre d'observations par catégorie de produits et par région géographique, nous n'incluons pas de variables indicatrices pour chaque pays (fléau de la dimension).



Sources: Gaulier & Zignago (2010), Nations Unies (2015), Natural Earth (Version 2.0.0)

Figure 2 | Importations de denrées alimentaires par immigrant en francs suisses (fr. par immigrant pour les années 1998–2015)

On observe également que les élasticités d'importation pour l'Europe sont de loin les plus faibles. C'est logique, si l'on considère que la culture alimentaire de la Suisse diffère moins de celle de ses voisins européens que de celle du reste du monde.

Toutefois, on constate également que les élasticités d'importation des différentes catégories de produits varient considérablement selon l'origine géographique. Les résultats obtenus donnent un aperçu de la façon dont les importations alimentaires sont liées à la migration. Bien sûr, les cuisines nationales en Asie (p. ex. Bahreïn ou Vietnam) ou en Amérique (p. ex. Pérou ou États-Unis) ne sont pas les mêmes non plus. Malheureusement, il n'y a pas suffisamment de données disponibles pour permettre une approche plus détaillée.

En outre, la population suisse locale adopte également des plats provenant d'autres cultures alimentaires, parfois en les modifiant légèrement. L'effet de l'immigration sur les importations provient probablement non seulement des immigrants eux-mêmes, mais aussi, au fil du temps, de la population locale. La pomme de terre est la preuve que nos habitudes alimentaires sont soumises à des changements constants: alors qu'au 16^e siècle on l'importait encore d'Amérique du Sud en Europe, elle est devenue depuis un aliment de base en Suisse et est même essentielle à la préparation d'un plat national suisse, les rösti. Par ailleurs, la culture de bananes, de papayes et de kiwis en Suisse suggère également que les habitudes alimentaires évoluent – ces produits ne sont depuis longtemps plus considérés comme exotiques (Schweizer Bauer 2015).

Tableau 1 | Elasticités d'importation réparties par origine géographique (seules les élasticités d'importation statistiquement significatives supérieures ou égales à 0,5 sont représentées ici).

HS2	Catégorie de produits	Afrique	Amérique	Asie	Europe
Animaux vivants et produits du règne animal					
1	Animaux vivants				
2	Viande et abats comestibles		0,9	2,0	
3	Poissons et crustacés		1,6	0,8	
4	Lait et produits laitiers			1,2	
Produits du règne végétal					
7	Légumes, plantes, racines et tubercules alimentaires	1,9		1,3	
8	Fruits comestibles	1,0		1,3	
9	Café, thé et épices			0,7	0,7
10	Céréales		1,8	1,1	
11	Produits de la minoterie	1,1		1,0	1,0
12	Oléagineux				
Produits des industries alimentaires (y compris graisses et boissons)					
15	Graisses et huiles animales ou végétales				
16	Préparations de viande et de poissons		1,7	1,2	
17	Sucres et sucreries			1,6	0,5
18	Cacao et ses préparations		1,1		1,6
19	Préparations à base de céréales	1,3		1,2	0,6
20	Préparations de légumes et de fruits	2,0	0,8	1,8	0,5
21	Préparations alimentaires diverses	1,3		1,3	
22	Boissons et liquides alcooliques				

Sources: Gaulier & Zignago (2010), Nations Unies (2015).
HS2 = Nomenclature internationale des marchandises.

Conclusions

Il existe une relation systématique entre les importations alimentaires et l'immigration. Nous sommes ce que nous mangeons! Si le nombre de personnes nées à l'étranger augmente en Suisse, les importations de denrées alimentaires en provenance de leurs pays d'origine augmentent aussi et, avec elles, l'ampleur du marché ethno-alimentaire. L'intégration croissante des cuisines grecque et indienne dans la cuisine suisse montre que les habitudes alimentaires des Suisses eux-mêmes évoluent également. Les cuisines chinoise et mexicaine sont aussi de plus en plus populaires en Suisse.

Par conséquent, les deux millions de personnes d'origine étrangère qui vivent en Suisse représentent également un marché potentiel – mais en plus de cela les nouvelles habitudes des Suisses augmentent encore ce marché potentiel. Il n'est pas nécessaire d'importer tous ces aliments. Une orientation systématique de la production vers la demande des citoyens étrangers pour les produits «exotiques» nécessaires à leur cuisine représente déjà une stratégie de niche pour certains agriculteurs. Dès

2011, la société Thurnen Sauerkraut SA a produit «Sarma», un chou dans le style balkanique, à partir de choux produits en Suisse (BZ Berner Zeitung 2011). L'exemple de la laiterie Lanz à Obergerlafingen (SO), qui produit un yaourt turc, prouve également que l'agriculture suisse est capable de s'adapter. Entretemps, les escargots sont aussi cultivés en Suisse (élevage d'escargots, Elgg, ZH). Un coup d'œil sur d'autres pays européens montre que le marché de l'ethno-alimentaire est en croissance. En 2003, le chiffre d'affaires des produits utilisés dans les plats étrangers était estimé à trois milliards d'euros dans plusieurs pays européens (Angleterre, France, Allemagne, Suède, Espagne, Italie, Belgique et Irlande). En 2006, il s'élevait déjà à sept milliards d'euros. Bien qu'il n'existe pas de chiffres de comparaison pour la Suisse, le marché potentiel devrait être similaire d'après les exemples donnés ici. Il est toutefois certain que plusieurs centaines d'agriculteurs se consacrent déjà au marché ethno-alimentaire en Suisse (Schweizer Bauer 2015). Peut-être que ce qui nous semble exotique aujourd'hui fera bientôt partie de la cuisine nationale suisse. ■

Riassunto

■ Siamo ciò che mangiamo, il potenziale di mercato della cucina etnica

Le persone di altre colture che emigrano in Svizzera, portano con sé la loro predilezione per la cucina del proprio Paese d'origine. Siamo ciò che mangiamo! Questo articolo cerca di effettuare una relazione sistematica tra l'immigrazione e le importazioni di derrate alimentari. Dai risultati emerge che le importazioni di derrate alimentari aumentano in maniera più significativa in quasi tutte le categorie di prodotti grazie ai numerosi immigrati asiatici. Invece si registra una crescita delle importazioni di derrate alimentari soltanto in poche categorie di prodotti in relazione all'immigrazione proveniente dai Paesi europei. Non tutte le derrate alimentari, tuttavia, devono essere importate. Già oggi vi sono contadini svizzeri specializzati nel mercato della cucina etnica. I risultati indicano che il potenziale di mercato di questo segmento potrebbe segnare l'aumento più significativo grazie all'immigrazione dall'Asia, sulla spinta della varietà della cultura culinaria asiatica, nonché della crescente popolarità della cucina asiatica tra gli svizzeri.

Summary

■ We are what we eat: the market potential of ethnic foods

When people migrate from other cultures to Switzerland, they bring their preferences for the food of their countries of origin. We are what we eat! This article explores the systematic relationship between immigration and food imports for various product categories. The results show that food imports in almost all product categories rise most strongly with the number of Asian migrants. By contrast, migration from European countries increases food imports in only a few product categories. Not all foods must be imported, however: there are already Swiss farmers who have specialised in the ethnic foods market. The findings of this study suggest that the market potential of ethnic foods is likely to increase most strongly with migration from Asia, driven not only by the different eating culture of Asians, but also by the growing popularity of Asian cuisine among the Swiss.

Key words: migration, trade, food, culture.

Bibliographie

- BZ Berner Zeitung, 2011. Sauerkraut schmeckt vielen nicht mehr. Accès: <https://www.bernerzeitung.ch/region/thun/Sauerkraut-schmeckt-vielen-nicht-mehr/story/23195250> [1.2.2018]
- Gaulier G. & Zignago S., 2010. BACI: International Trade Database at the Product-Level. The 1994-2007 Version. Working Papers 2010-23, CEPII, Paris.
- Santos Silva J.M.C. & Tenreiro S., 2006. The Log of Gravity. *Review of Economics and Statistics* 88, 641–658.
- Schweizer Bauer, 2015: Ethno-Food ist ein Wachstumsmarkt. Accès: <https://www.schweizerbauer.ch/politik-wirtschaft/agrarwirtschaft/ethno-food-ist-ein-wachstumsmarkt-21135.html> [16.02.2018].
- Tinbergen J., 1962. *Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Policy*. Twentieth Century Fund, New York.
- United Nations, 2015. Trends in International Migrant Stock: Migrants by Destination and Origin 1990–2015. United Nations database, POP/DB/MIG/Stock/Rev 2015.