

Consommation et consommateurs en 2013 Nouveaux circuits et disparités régionales

En 2013, la consommation de porc frais (morceaux bruts, hors élaborés) a légèrement reculé par rapport à 2012 (-0,2%), tandis que la charcuterie progressait de 1,2%, principalement grâce aux produits à la coupe.

Des évolutions marquées ont eu lieu cette année entre les circuits de distribution, alors que les disparités de consommation subsistent entre les principales régions.

Le taux de pénétration du porc frais brut, en pourcentage de ménages acheteurs, a atteint 84,5% en 2013, en léger recul par rapport à 2012, tandis que le Niveau Moyen d'Achat (NMA représentant les quantités achetées par ménage acheteur) a totalisé 9,33 kg, en baisse de près de 1%.

Progression chez les célibataires

En moyenne, un ménage consommateur de porc frais a réalisé l'an dernier 10 actes d'achat, pour un poids moyen de 920 grammes. En termes de profil des individus, l'année 2013 voit la consommation progresser chez les jeunes célibataires, catégorie parmi les moins consommatrices de porc frais. Bien qu'il y ait eu moins d'acheteurs (taux de pénétration en recul), leur NMA s'est accru de 11%.

En revanche, la consommation a particulièrement reculé chez les ménages les plus modestes et les familles nombreuses.

Pour la charcuterie, 2013 a été marquée par le redressement de la consommation de produits à la coupe, après plusieurs années de recul. Le pourcentage de ménages acheteurs a poursuivi sa tendance à la baisse (82,2%, contre 83,5% en 2012) mais les ménages consommateurs ont accru leurs

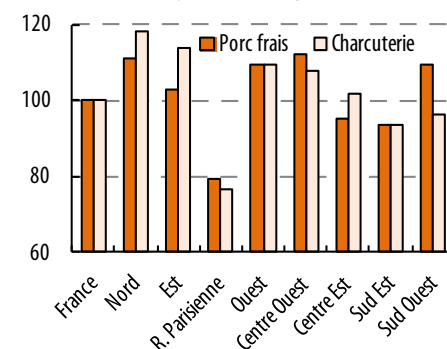
achats, avec un NMA en hausse de près de 4% atteignant 10,85 kg. Le NMA des charcuteries en Libre Service s'est stabilisé (21,9 kg) alors que le taux de pénétration se maintient à un niveau très élevé (99,6%).

Circuits de distribution : Des mutations

La distribution de porc pour les enseignes de hard discount poursuit son recul en 2013, confirmant les difficultés du format. En revanche, les circuits de proximité (superettes, boucheries et charcuteries traditionnelles) ont gagné des parts de marché. Sur le porc frais, les circuits traditionnels (10,2% des achats) sont repassés devant le hard discount (9,5%). Les hypermarchés / supermarchés ont connu une année difficile avec un recul sur le porc frais et une stagnation sur la charcuterie. La situation s'explique en partie par l'essor du drive, lié à la croissance considérable du parc commercial.

Tous achats confondus, le drive a été fréquenté par près de 24% des Français en 2013, contre 17% en 2012. Or, une grande partie de la croissance du drive provient d'une désaffection des hypermarchés. Ce nouveau canal concerne encore peu le porc frais (1% des achats en 2013), mais un peu plus la charcuterie, avec 2,5% des achats, soit autant que pour les marchés forains.

Niveau moyen d'achat par région par rapport à la moyenne française (= 100)



Source : IFIP d'après Kantar Worldpanel FranceAgriMer

Ces mouvements illustrent l'évolution des rapports des consommateurs avec les lieux de vente, qui modifie la manière avec laquelle ils sont confrontés à l'offre existante. S'adapter à ces évolutions est un enjeu crucial pour la filière.

Régions : les disparités persistent

Des distinctions subsistent entre les bassins de consommation. Les différences concernent particulièrement le Niveau Moyen d'Achat, mais moins le pourcentage de ménages acheteurs. La consommation de porc en région parisienne reste nettement en retrait.

Un ménage acheteur parisien achète environ 20% moins de porc frais et 23% moins de charcuterie que la moyenne française.

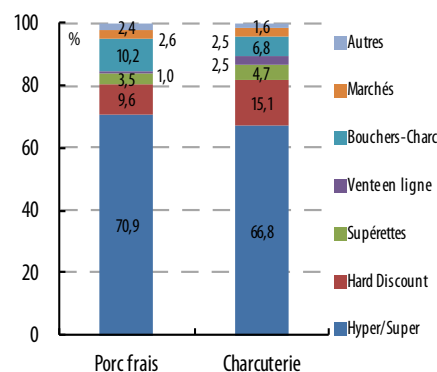
Le NMA des ménages du Sud-est se situe 7% sous la référence nationale, pour le porc frais comme pour la charcuterie. A l'inverse, c'est dans le Nord et l'Est (essentiellement pour la charcuterie) et de la Bretagne au Sud-ouest (particulièrement pour le frais) que les ménages achètent le plus de porc.

Principaux indicateurs de la consommation en 2013

	Porc frais	Charc. LS ¹	Charc. Coupe
Pénétration (%)	84,5	99,6	82,2
Niveau Moy. d'achat (kg/an)	9,3	21,9	10,9
Budget Moy. d'achat (€/an)	67,8	205,5	126,4
Prix Moyen (€/kg)	7,30	9,40	11,70
Nbre Actes Achat/Acheteur	10,1	39,6	17,8
Qtés Achetées/Acte (kg)	0,9	0,6	0,6
Qtés totales (1000 tonnes)	214,4	592,2	242,5
Somme Dépensée (millions €)	1 557,1	5 561,6	2 825,2

(1) Charcuterie libre service ;
Source : IFIP d'après Kantar Worldpanel / FranceAgriMer

Parts de marché des circuits en 2013 (en volume)



Source : IFIP d'après Kantar Worldpanel - FranceAgriMer

Vincent Legendre
vincent.legendre@ifip.asso.fr