

## LE PORC DANS LA CONSOMMATION DES FRANÇAIS LES VINGT DERNIÈRES ANNÉES

La consommation carnée a été fortement perturbée ces dernières années par les crises alimentaires, en premier lieu celle de l'ESB. Le retour progressif du bœuf dans les assiettes appelle une rétrospective de l'évolution structurelle de la consommation des viandes. Leur place dans la consommation alimentaire et le budget des ménages ont fortement évolué durant les vingt dernières années. Si le porc détient toujours la première place, il doit aussi compter sur la concurrence d'une offre diversifiée de produits animaux, bruts et transformés (viandes, poissons, produits laitiers).

Après avoir poursuivi une croissance régulière durant les années 80, la consommation totale de viandes par habitant marque une pause en France depuis 1990. Amorcé dès 1980, le recul de la viande bovine s'est accéléré en fin de période sous l'effet de l'ESB en 1996 et 2000 (surtout sensible en 2001). En vingt ans, la consommation de boeuf a baissé de 18%, soit un recul de 6 kg/habitant/an. Les viandes de volailles (26 kg en 2001) ont progressé de moitié sur la période, (+ 9 kg), se hissant au niveau du boeuf. Le gain a été beaucoup plus modeste pour la viande porcine : + 6% en vingt ans (un peu moins de 3 kg) pour atteindre 36,6 kg en 2001, un niveau très faiblement supérieur à celui de 1980. La consommation du porc reprend périodiquement du

terrain, à la faveur de prix plus attractifs lorsque le marché porcin est bas ou bien, plus récemment, par la désaffection qui a touché la viande bovine en 2001.

### Concurrence par les prix

La variation des parts de marché des espèces reflètent le comportement différencié des prix au détail. De ce point de vue, le boeuf a été très desservi par rapport aux viandes blanches (porc et volailles). Ces dernières ont bénéficié de l'amélioration de la productivité et de la baisse des coûts de production qui ont fait évoluer leurs prix au détail très favorablement par rapport à l'inflation. La volaille a fortement accru sa compétitivité par rapport au porc frais durant la décennie 1980-1990, porc frais qui subit davantage les effets des va-

riations de la conjoncture. En revanche, le prix des charcuteries est resté assez stable, proche de l'inflation. Le coût de la matière première a moins d'effet sur le prix des produits.

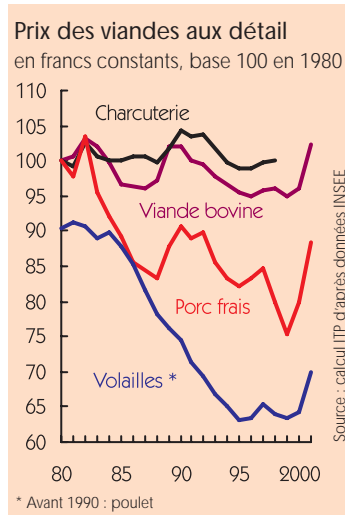
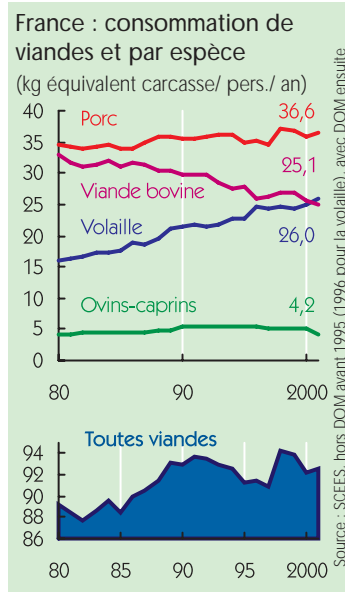
### L'univers des viandes

La consommation de viande fraîche se répartit entre les achats des ménages, la restauration hors domicile (RHD) et la transformation. En porc, cette dernière occupe la majeure partie des débouchés : 69% de la viande porcine française est transformée en charcuterie-salaison, conserves et plats cuisinés (estimation OFIVAL). Selon la FICT, la consommation finale de produits de charcuterie-salaisons a atteint près de 18 kg par personne en 2000. La viande porcine constitue 80% des viandes utilisées en transformation (hors plats préparés).

Du côté des ménages, les achats de viandes porcines, fraîches ou congelées (hors produits transformés) représentent près du quart de la viande porcine consommée en France.

Quant à la RHD, selon les estimations de l'OFIVAL (à partir du panel Sécodip), en 2000 elle absorbait environ 6% des volumes commercialisés de viande de porc. Parmi toutes les viandes consommées en RHD, celles de bœuf et de veau occupent 39% des tonnages, talonnées par les volailles et lapins dont le score était très proche (38%). Ce qui ne laissait que 15% à la viande de porc, malgré son prix généralement attractif.

Sur ces deux derniers marchés (ménages et RHD), l'offre de viande de volailles s'est fortement diversifiée, avec une part croissante des découpes et l'essor des produits



### Viandes et produits carnés dans le budget des ménages

L'alimentation (hors boissons alcoolisées et tabac) ne représente plus que 11,4% du budget des ménages en 2000, contre 14,5% en 1980 et 23,2% en 1960. Ce constat ne prend toutefois pas en compte les dépenses réalisées "hors domicile" dont la place s'est accrue (hôtels, cafés et restaurants : 6% en 2000). L'alimentation est le deuxième poste des dépenses après le logement et son équipement (24,2%). La santé (12,6%), les transports (12,2%), les loisirs et la culture (7,1%) sont des dépenses dont la valeur et la part dans la consommation se sont nettement accrues. Les viandes et les produits carnés transformés constituent 29% du budget alimentaire en 2000 contre 33% vingt ans auparavant.

Sur le plan des volumes, les pré-

parations à base de viande ont connu l'expansion la plus forte depuis 1980. L'évolution est positive pour les volailles et le porc, au détriment de la viande bovine. L'essor des produits de la mer transformés et des produits laitiers (fromages, desserts) a aussi contribué à la diversification des menus.

### Part dans la consommation alimentaire en volume

	%	2000	%/80
Viande porcine	2,1	+26	
Viande bovine	7,5	-21	
Autres viandes et abats	2,2	-6	
Viandes de volailles	5,6	+43	
Prép. à base de viande	11,2	+83	
Produits laitiers	14,9	+51	
Poissons et prod. de la mer	6,4	+53	
Autres produits	50,1	+36	
Ensemble	100,0	+34	

Source : Insee, comptes nationaux, base 1995

élaborés de volaille. Le caractère pratique des produits, les efforts de marketing (labels, marques d'entreprise) ont séduit les consommateurs, en même temps que leur prix attractif. Une diversification de l'offre de porc frais permettrait une consommation plus élevée, à l'instar de ce qui se passe chez certains de nos voisins européens.

La viande porcine bénéficie d'une bonne image auprès des consommateurs : un produit basique, aux qualités moyennes. Les filières porcines françaises ont réalisé des efforts notables pour développer la traçabilité et des signes de qualité. Face à une offre concurrente de plus en plus diversifiée et aux exigences croissantes, parfois contradictoires, du consommateur, le porc doit pouvoir jouer de tous ses atouts pour gagner des parts de marché.

(\*) La consommation alimentaire depuis 40 ans. De plus en plus de produits élaborés. INSEE -2002