

Consommation de porc en France : encore une année difficile

Contexte et objectifs

Afin d'appréhender au mieux la place des produits du porc sur les marchés de consommation finale, l'IFIP réalise un suivi chiffré de la consommation de porc frais et de charcuterie à différents stades d'observation.

Les données du panel Kantar Worldpanel permettent un suivi conjoncturel des achats des ménages, dans les circuits de la grande distribution et alternatifs.

L'IFIP traite également des données permettant un suivi régulier des promotions sur les produits de porc, compilées par la société A3 Distrib. Par ailleurs, une analyse sur la consommation de viande « dans l'assiette » a été conduite à partir des résultats de l'enquête CCAF (Comportement et Consommations Alimentaires en France) du Crédoc. Ce dispositif suit la consommation réelle des individus.

Résultats

Comme en 2015 et 2016, l'année 2017 s'est achevée avec un recul conséquent des achats de porc des ménages. Ceux de charcuterie (hors volaille et saucisses fraîches) ont perdu 1,4%. Dans le même temps, les tonnages de porc frais (hors élaborés) ont connu une chute de près de 5 %, comme en 2015. **La baisse des achats des produits du porc est importante relativement aux autres produits carnés.** Entre 2016 et 2017, la viande bovine a reculé d'environ 3%, la viande ovine de 4%. La viande hachée fraîche a progressé de près de 1%. Les découpes de poulet ont progressé de 2,5%, les élaborés à base de volaille de 3%. Comme en 2016, le porc frais a été touché en 2017 par les reculs simultanés du taux de pénétration (*moins de ménages acheteurs*) et du niveau moyen d'achat (*des ménages acheteurs qui achètent moins*). **Les charcuteries ont également été touchées par la baisse du niveau moyen d'achat.**

D'après les données de la société A3 Distrib, le nombre de références de produits de porc frais en promotion présents dans les prospectus en 2017 a légèrement reculé par rapport à 2016 (-0,5%), de même que l'intensité promotionnelle

– correspondant à la présence « réelle » des promotions sur le terrain – (-1,4%). Ces évolutions font cependant suite à des années 2015 et 2016 où **la pression promotionnelle sur le porc frais s'était fortement accrue.**

Enfin, les résultats de l'enquête CCAF permettent d'appréhender le recul de la consommation de viande ces dernières années. Entre 2010 et 2016, la consommation de produits carnés des adultes est passée de 153 à 135 grammes par jour. Parmi les principales catégories, c'est la viande de boucherie qui a subi les reculs les plus importants. Le porc frais a perdu 3,5 gr. entre 2010 et 2016 pour les adultes, passant de 12,7 à 9,2 gr./j. La consommation de charcuterie a reculé de 43 à 39,2 gr./j dans le même temps. L'enquête CCAF permet également de quantifier **le glissement de la consommation des produits bruts vers les produits élaborés.** Chez les adultes comme chez les enfants, la consommation de viande utilisée **comme ingrédient** (totalisant moins de 50% de la masse du produit fini consommé) a progressé entre 2010 et 2016 pour toutes les catégories de viande, les hausses étant toutefois loin de compenser les reculs des produits bruts.

Perspectives

Dans le contexte de baisse de la consommation de viande et d'évolution des comportements de consommation et d'achat, l'exploitation de ces différentes sources de données complémentaires est importante pour cerner **les enjeux des filières animales sur les marchés de consommation finale.**

Financiers

INAPORC, Données du panel Kantar financées par FranceAgriMer

Contact

vincent.legendre@ifip.asso.fr

Valorisation

Publications

- Tableaux de bord « consommation » IFIP pour INAPORC. Publications périodiques
- Legendre V., 2018. Bilan de la consommation en 2017 : achats des ménages, promotions et consommation dans l'assiette. Note de synthèse, 10 p.
- Legendre V., 2018. Forte baisse des achats des ménages en porc frais et charcuterie. Réussir Porc / Techporc n°256, Février-Mars 2018, pp. 12-13
- Legendre V. 2017. Promotions sur le porc frais : les prospectus à la loupe. Techporc n°34, Mars-Avril 2017, 3 p.
- Agrocampus Ouest / IFIP, 2017. Les leviers marketing pour revaloriser la viande de porc fraîche. Rapport de Projet Ingénieur, 56 p.
- Legendre V. et col., 2017. Controverses sur la consommation de viande : enseignements d'une analyse sociologique. INRA Prod. Anim., 30, 479-486.

Evolution de la consommation de viande brute / de la viande « ingrédient » (Viande « ingrédient »: la viande occupe moins de 50% de la masse du produit consommé)

Adultes (>18 ans)	2010	2016	écart (grammes)
Viande de boucherie*	57,5	46,2	-11,3
Volaille*	36,4	32,9	-3,5
Charcuterie*	35,9	29,4	-6,5
Ingrédients (toutes viandes confondues)	18,9	23,5	+4,6

* Produits consommés bruts, hors ingrédients

Source : Enquête CCAF, Crédoc