

La consommation des produits de porc



Financiers

INAPORC, données de panel financées par FranceAgriMer



Contact

vincent.legendre@ifip.asso.fr

VALORISATION

Formations et interventions

- Pork consumption trends in France and Europe – CCSI Meeting, Ottawa

Publications

- **Tableau de bord mensuel "consommation des ménages"**
- Legendre V., **Techporc n°20**, novembre - décembre 2014 - «Montre moi ton panier, je te dirai qui tu es» pp. 10-12
- Legendre V. **Avril 2014. Bilan de la consommation de porc et de charcuterie en 2013**, 13 pages.
- **Filière porcine au Canada : redynamiser la consommation Baromètre Porc n°451**, mars 2015.
- **Différenciation du porc frais par la segmentation des produits : pistes de développement innovantes.** Legendre V., Le Strat P. et Delobel F. **JSMTV**, novembre 2014

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Le Pôle Economie de l'IFIP suit les quantités consommées de porc, notamment au travers du panel Kantar Worldpanel qui mesure les achats des ménages, dans différents circuits (grande distribution, bouchers-charcutiers, marchés, vente en ligne...).

85% du porc (produits frais et la charcuterie) est consommé à domicile, contre 15% au travers de la Restauration Hors Foyer.

Le suivi s'accompagne d'une **veille sur les tendances, profils des consommateurs, types de produits, circuits de commercialisation.**

Des analyses sont aussi faites régulièrement sur la consommation de porc dans des **pays étrangers.**

RÉSULTATS

La consommation de porc des ménages a globalement bien résisté en 2014, dans un contexte où les achats de produits carnés dans leur ensemble ont perdu 0,7% en volume. Le **porc frais** a progressé de 1,3%, tandis que la charcuterie est restée stable. La bonne tenue de la consommation de porc frais s'est cependant accompagnée de prix moyens d'achat en léger recul : les ménages français ont profité d'une intensité promotionnelle accrue. Parmi les espèces concurrentes, la **consommation de bœuf a perdu 3%, le veau plus de 5% et l'ensemble « volaille / lapin », 1,2%.**

En 2014, un ménage français « acheteur » de porc a acquis en moyenne **9,4 kg de porc frais (hors élaborés) et près de 31 kg de charcuterie.** Il y a des **disparités régionales.**

En 2014, la quantité achetée par un ménage acheteur en **région parisienne** est environ inférieure de 24% à la moyenne française, pour le porc frais comme pour la charcuterie (voir graphique).

La consommation de porc frais a été baissée en 2014 chez certains voisins européens, notamment en **Allemagne (-2%) et en Espagne (-1%),** où la charcuterie a par ailleurs accusé un fort recul de plus de 6%.

A l'international, une analyse a également été conduite sur la situation du porc au **Canada.**

Face à l'érosion de la consommation des produits de porc, ces dernières années, et à la concurrence des importations américaines, des réflexions sont conduites par les professionnels de différentes provinces canadiennes, notamment du Québec. L'objectif est de mieux valoriser des porcs élevés, abattus et transformés au Canada, en proposant des réponses mieux adaptées aux attentes des consommateurs (produits plus pratiques, conseils d'utilisation, etc.).

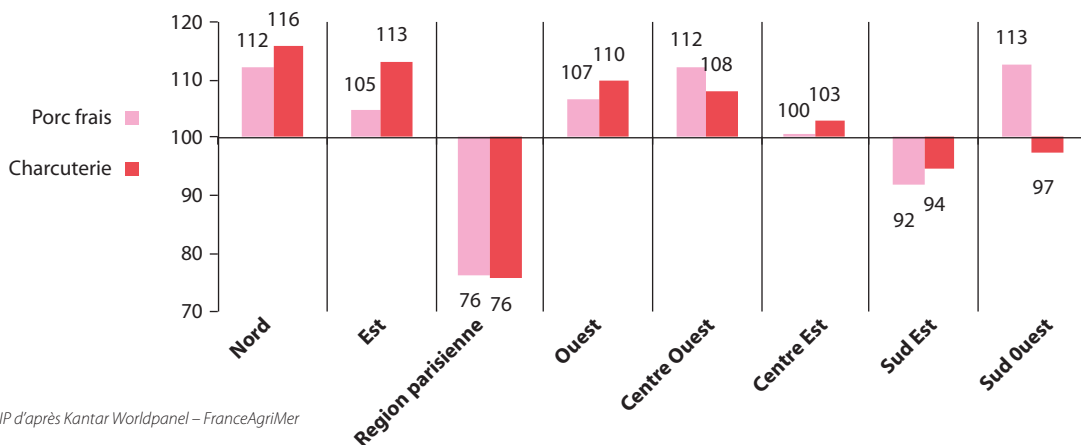
Pour redynamiser la consommation, la filière veut, par exemple, mettre en avant des **produits de porc « différenciés », donnant une viande, plus persillée, plus tendre et savoureuse.**

PERSPECTIVES

Des travaux seront conduits avec INAPORC et les entreprises pour apporter des connaissances des consommateurs, de leurs habitudes et de leurs comportements d'achat, comme **base pour orienter leurs stratégies en termes de produits et de débouchés.**

Achat moyen de porc frais et de charcuterie par ménage acheteur par région en 2014, Moyenne française = 100

un ménage du Nord de la France consomme 12% de porc frais et 16% de charcuterie de plus que la moyenne française



Source : IFIP d'après Kantar Worldpanel – FranceAgriMer