

La consommation de porc en pleine mutation

Le « moins mais mieux » à l'œuvre ?

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Parce que la consommation est, en quantité et en qualité, de plus en plus déterminante de l'avenir des filières, l'IFIP suit attentivement son évolution. Il analyse les données du panel Kantar Worldpanel qui permettent un **suivi conjoncturel des achats des ménages**, en volume et en prix, mais aussi de **la part des circuits de commercialisation**, en grande distribution (hypermarchés, supermarchés, Enseignes à Dominante Marque Propre, nouvelle dénomination du hard discount, Libre-service de proximité) et dans les autres circuits (boucheries-charcuteries, spécialistes du frais, marchés, vente directe, commerce en ligne...). L'IFIP traite désormais des données permettant un suivi régulier de « **l'intensité promotionnelle** » (présence de produits en promotion

dans les circuits) sur les produits de porc frais. Elles sont compilées par la société A3 Distrib à partir des prospectus promotionnels édités par les distributeurs. On y trouve les dates de l'opération, l'enseigne concernée et le pourcentage de magasins participant, le nom du produit et sa marque (le cas échéant), le type de promotion, le prix au kg, etc. Enfin, une **analyse sociologique des controverses sur la consommation** a été entreprise. Réalisé dans le cadre du RMT « Economie des filières animales » en collaboration avec des sociologues, ce travail porte sur l'ensemble des viandes. Par ailleurs, de nombreuses études, des sondages, des articles de presse rendent compte des **tendances de la consommation et de la distribution**. Ce tour d'horizon est complété par le suivi de **ce qui se passe dans d'autres pays**.

RÉSULTATS

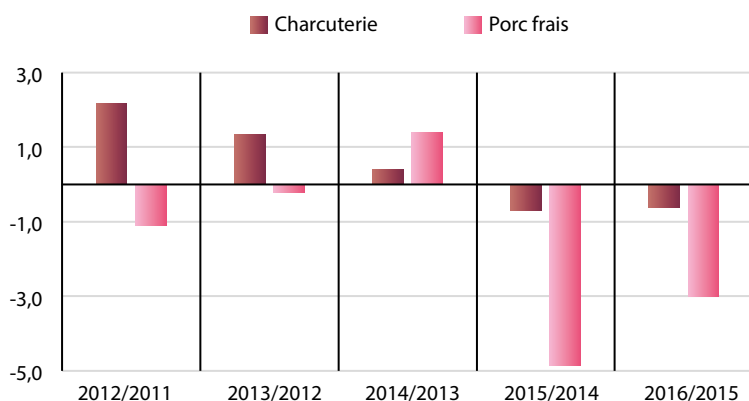
La consommation de porc a de nouveau reculé en France en 2016, de 3% en volume pour le porc frais et de 0,5% pour la charcuterie, y compris les produits de volaille. Bien que plus limité qu'en 2015, le recul du porc frais reste conséquent par rapport aux années précédentes, alors que la charcuterie baisse pour la deuxième année consécutive.

Le recul du porc frais s'explique par un moindre pourcentage de ménages acheteurs, passé de 84 à 83%. Il était supérieur à 86% en 2010. La quantité achetée par ménage acheteur a également baissé (-2,5% par rapport à 2015), atteignant 8,7 kg en 2016. Les côtes et les rôtis surtout ont été impactés alors que les filets mignons et les morceaux à mijoter ont mieux résisté.

Le recul de la consommation de charcuterie s'est observé tant au Libre-Service (-0,4%) qu'à la coupe (-0,9%). Dans les deux cas, la baisse de la consommation s'explique par un recul de la quantité achetée par ménage. Les baisses ont surtout concerné les saucissons cuits, les lardons, les pâtés et rillettes et le jambon cuit, « moteur » de cette famille, ces dernières années.

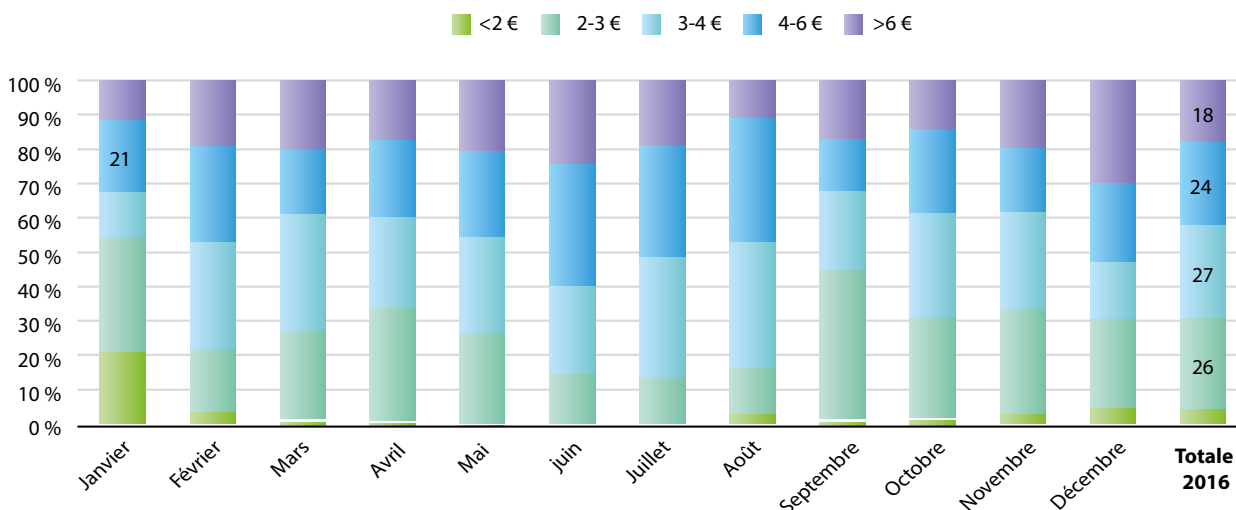
Parmi les circuits, l'année a notamment été marquée par le net recul des achats de porc frais dans les hypermarchés (-5% entre 2015 et 2016), touchant surtout **les magasins les plus grands**.

Evolution annuelle de la consommation des ménages en volume



Source: IFIP d'après Kantar WorlIdpanel - FranceAgriMer

Répartition des promotions sur le porc frais par tranches de prix et par mois en 2016



Exemple de lecture : en janvier 2016, 21% des produits en promotion ont été achetés à un prix inférieur à 2 €/kg.
Source: IFIP d'après A3 Distrib

**Financier :**

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., 2017. Consommation de porc en 2016 : nouvelles baisses en frais et en charcuterie. Note de synthèse, 6 p.
- Legendre V., 2017. Promotions sur le porc en 2016 : nombre de références et intensité à la hausse. Note de synthèse, 5 p.
- Legendre V. 2016. Produits de porc : diversification des usages et des lieux de consommation. Techporc n°28, Mars-Avril 2016, 3 p.

Présentations

- Legendre V., 2017. Promotions sur les produits de porc frais : analyse des caractéristiques de l'offre. Journées de la Recherche Porcine
- Legendre V., 2016. Evolution de la consommation : quelles opportunités pour les producteurs ? Présentation aux Journées de la Recherche Porcine et Avicole, Gembloux
- Boutin B., Legendre V., Sans P., Barrey S., 2016. Consommation de viande : apports de la sociologie à l'analyse des controverses. JSMTV 2016

Les proches voisins de la France ont également connu une année 2016 difficile. Les achats de porc frais ont perdu 4% en Allemagne, 3% en Espagne et 6% en Italie.

Pourtant les promotions sur le porc frais se sont renforcées en 2016.

L'intensité promotionnelle a progressé de 17% par rapport en 2015. Les promotions sont différentes selon les mois (plus concentrées en janvier et à l'automne) et portent sur des tranches de prix diversifiées. En janvier 2016, près de 55% des promotions ont été pratiquées à un tarif inférieur à 3 €/kg, contre seulement 14% en juillet. Les prix auxquels sont pratiquées les promotions dépendent des produits. 90% des promotions aux prix les plus bas (<2 €/kg) portent sur des pièces entières (essentiellement longues et poitrines) et des gros volumes (1/2 porcs).

Alors que la viande est de plus en plus décriée, en particulier pour des raisons éthiques (bien-être animal, respect de l'environnement...), un recensement des **différents points de tension existant sur la consommation de viande** a été fait en 2016. La consommation de viande a été décrite comme une « méta-controverse », c'est-à-dire s'incarnant dans différents de société. De plus, une analyse de la **médiatisation de la question de l'abattage des animaux** a été réalisée, à partir de la publication de vidéos sur les abattoirs à l'automne 2015.

PERSPECTIVES

Avec la baisse de la consommation de viande, des usages et modes d'achat en pleine évolution et le renforcement des attentes sociétales, la filière porcine peut s'interroger sur de **nouvelles stratégies**.

Les consommateurs recherchent plus de « qualité » selon différentes dimensions, **nutritionnelles, sanitaires, gustatives, éthiques, sociétales, d'usage...**

Les consommateurs restent attentifs au prix, et surtout au rapport qualité/prix. On ne peut exclure que, avec des produits plus chers, les dépenses soient contenues par la baisse des volumes.

L'essor des nouvelles technologies, impactant les moyens de communication et les formes de commercialisation soulèvent des enjeux importants.

Les approches sociologiques, nécessaires à une meilleure compréhension de la société par les filières animales, doivent être poursuivies et approfondies.

Evolution de la consommation de porc dans différents pays

	Allemagne	Espagne	Italie	France
	16/15	16/15	16/15	16/15
charcuterie	-0,3%	-1,6%	-5,8%	-0,8%
porc frais	-4,0%	-3,2%	-6,2%	-3,7%

Source: IFIP d'après Kantar WorlIdpanel - FranceAgriMer, AMI, ISMEA, MAPAMA