

Consommation de porc frais et transformé en France

Contexte et objectifs

L'IFIP réalise, depuis plusieurs années, un suivi de la consommation de produits de porc en France. L'analyse concerne les données du panel Kantar (suivi conjoncturel des achats de porc frais et de charcuterie des ménages, dans les circuits de la grande distribution et alternatifs). Au vu de l'évolution des modes d'alimentation, de plus en plus portés vers des produits élaborés et des lieux de consommation qui se diversifient, il apparaît essentiel d'évaluer, en complément du panel, la part de **viande consommée hors domicile et dans des produits élaborés** (plats cuisinés, sandwiches, salades...).

L'IFIP traite des données permettant un suivi régulier des **promotions** sur les produits de porc compilées par la société A3 Distrib.

Résultats

Les achats des ménages de porc frais et de charcuterie ont de nouveau subi des baisses conséquentes entre 2017 et 2018.

La charcuterie a perdu environ 3%, le porc frais plus de 4%.

La baisse du porc frais en 2018 s'explique tant par la baisse du nombre d'acheteurs (recul du taux de pénétration, de 83,2% en 2017 à 81,7% en 2018) que par le recul du niveau moyen d'achat (correspondant aux quantités achetées par ménage acheteur sur une année). Entre 2017 et 2018, cet indicateur a perdu 2,5%, passant de 8,7 à 8,5 kg. En charcuterie, le taux de pénétration reste très élevé (proche de 100%, charcuteries à base de volailles comprises), mais leur niveau moyen d'achat a nettement chuté relativement

à 2017, passant de près de 29,9 à 29,1 kg. La baisse de consommation concerne la quasi-totalité des produits, en frais comme en charcuterie. Seules les charcuteries à base de volaille ont été vraiment dynamiques, avec une progression de 4,5%.

La baisse des achats des ménages est partiellement **compensée par la progression de la consommation de viande sous forme d'ingrédient** (incluse dans des produits dans lesquels sa part est inférieure à 50%). Selon le Crédoc, la viande « ingrédient » est la seule catégorie en progression entre 2010 et 2016 alors que les produits bruts reculent.

Afin de mieux cerner la consommation hors domicile, une carte des différents secteurs a été réalisée, distinguant en particulier les différentes branches de la **restauration collective et commerciale**.

Perspectives

Disposer d'éléments d'appréciation de toutes les facettes de la consommation de porc et de viande est crucial pour les filières animales et les efforts se poursuivent pour mettre en place des dispositifs de suivi cohérents. Des travaux d'approfondissement sur les sources de données renseignant la consommation devraient être conduits en 2019.

Alors que **l'encadrement des promotions** a été porté par les Etats Généraux de l'Alimentation, une analyse des impacts sur les produits de porc est nécessaire.

Financiers

INAPORC ; Données de panel financées par FranceAgriMer

Contact :

vincent.legendre@ifip.asso.fr

Valorisation

Formations et interventions

- Michel Rieu / Vincent Legendre, Janvier 2018. Quelle place du goût dans les attentes des consommateurs ? Journée technique IFIP
- Vincent Legendre, Janvier 2018. Controverses sur la consommation de viande: quels enjeux ? Séminaire Inra sur l'élevage
- Bérengère Lécuyer, Vincent Legendre, Février 2018. Évolution des circuits de commercialisation : situation, perspectives et pistes de réflexion pour la filière porcine. JRP 50.
- Vincent Legendre, Novembre 2018. Digital, nouvelles technologies : influence sur les consommateurs et pistes pour les acteurs des filières. Présentation CS IFIP

Publications

- IFIP Pôle Economie, mars 2018. Bilan de la consommation et des promotions en France.

Autres transferts

- Blézat / Abcis, 2018. Analyse du commerce par Internet de denrées alimentaires animales ou d'origine animale. Rapport pour la DGAL, 106 p.

