

ANALYSE DE L'OFFRE DE PRODUITS DU PORC DANS LA CONSOMMATION EN FRANCE

Fiche 02

Contexte et objectifs

Alors que l'érosion lente mais continue de la consommation à domicile du porc est observée, la production porcine fait état d'une relative stabilité depuis les années 2000. Dans ce contexte, l'IFIP cherche à mieux appréhender la quantification et la destination des produits du porc compte tenu des incertitudes pesant sur la destination des produits du porc sans les différents canaux de distribution.

Plusieurs observations sont prises en compte : le report de consommation du circuit à domicile vers les circuits du hors domicile ou du traiteur intégrant le porc sous la forme Produits Alimentaires Intermédiaires (PAI) mais également la végétalisation des produits de charcuterie. Afin de renforcer la connaissance de la filière sur ces thèmes, l'Ifip conduit une étude visant à quantifier la consommation de porc tous circuits par type de pièce primaire pour l'année 2018. De même l'évolution de l'offre consommée, au travers des relevés de consommation individuelle de l'enquête Comportements et Consommations Alimentaires en France (CCAF) 2018-2019 du Credoc, est étudiée.

Résultats

L'étude qui se réfère à l'année 2018, a fourni, dans une première phase, des éléments de cadrage sur la consommation des produits du porc à partir de données descriptives tirées des statistiques nationales ou européennes, et des enquêtes publiques ou privées représentatives.

Une enquête métiers semi-quantitative a été conduite auprès de plus de 50 professionnels (abatteurs découpeurs, industriels en charcuterie salaison, enseignes de la distribution, chaînes de restauration etc.) afin d'enrichir les données quantitatives pour chacun des maillons de la filière et collecter de premiers éléments sur les indicateurs de performance clés. Celle-ci a été couplée à une analyse de l'offre des produits traiteurs et des produits multi-espèces afin de quantifier et qualifier les produits du porc absorbés par ces marchés.

De premières données clés indiquent qu'en 2018, la fraction destinée à la consommation humaine est estimée à 1 800 kt (hors abats) soit environ 65% +/-5% des 2 770 kt de porc

pois vif. La fraction non comestible, quant à elle, a principalement pour débouché, la filière du petfood. Dans le détail, les principaux marchés de destination de la fraction comestible restent la consommation à domicile (env. 75% du marché), devant le circuit du hors domicile avec environ 15% du marché dont 2 à 3% est absorbé par les circuits de vente alternatifs (boulangerie pâtisserie, points de vente de snacking). Alors que le marché des produits traiteurs croît régulièrement d'environ 1% par an en volume selon les données du panéliste IRI, une part de plus en plus réduite absorbe les produits du porc au profit de la volaille et des offres sans viande et ce segment de marché représenterait pour ce qui concerne le porc, environ 70 kt soit environ 4% du disponible à la consommation humaine. La fraction résiduelle est absorbée par les pertes sur l'aval de la filière (env.5%) La reconstruction spatiale des flux de production, d'échanges, de transformation et de consommation est représentée sous la forme de diagrammes de Sankey.

Au sein de la filière, si la part des SIQO représente moins de 10% du marché en volume, compte tenu du positionnement économique de l'espèce, une attention particulière est portée aux voies de valorisation de l'offre de porc (label Rouge, Bio, Bien Etre Animal).



Perspectives

Dans un contexte d'hybridation de la consommation, l'un des enjeux est de fiabiliser et consolider les données de consommation du porc sur la filière, de mieux appréhender les tendances sociétales et de durabilité afin d'accompagner les orientations amont en matière de différenciation et de segmentation de l'offre.

Des travaux d'approfondissement et d'enrichissement des données seront poursuivis en 2021 au travers de la méthode de l'analyse des flux matière (AMF).

■ **Financeurs** : Etude de la consommation et de la distribution des produits du porc financée par FranceAgriMer. Données d'études de l'enquête CCAF Credoc financées par INAPORC.

■ **Contact** : valerie.diot@ifip.asso.fr

Valorisation

- Interventions en AG auprès d'organisations de producteurs
- Rédaction dans les périodiques TechPorc / Réussir Porc, Baromètre