



Produits de porc : diversification des usages et des lieux de consommation

Les tendances de consommation de la viande de porc évoluent fortement. En particulier, les usages se sont diversifiés, accentuant le glissement de la consommation des morceaux bruts vers les produits élaborés. L'essor de ces derniers s'accompagne de la multiplication des lieux de consommation.

Ces dernières années, les pratiques alimentaires des français face à la viande ont notamment été marquées par l'évolution des formes sous lesquelles les produits sont consommés. Les instants de consommation sont plus nombreux, les repas de plus en plus déstructurés. Les produits élaborés, répondant à des besoins de praticité et de rapidité de préparation et de consommation, se sont fortement développés, au détriment des morceaux bruts.

Conduite tous les trois ans par le Credoc (Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de vie), l'enquête Comportements et Consommation Alimentaire en France permet une approche de la consommation réelle des produits alimentaires, observée au stade de l'assiette du consommateur. L'enquête, renseignée directement par des consommateurs sur des périodes

d'une semaine, se focalise sur la forme sous laquelle est consommé le produit, indépendamment de qui l'a élaboré (plat industriel ou « fait-maison »).

De plus en plus de viande consommée dans des produits élaborés

Entre 2010 et 2013, la consommation totale de produits carnés des adultes a reculé de 153 à 145 g/jour. Chez les enfants (3-17 ans), elle est restée stable, proche de 115 g/jour. En 2013, adultes comme enfants réalisent en moyenne entre 10 et 11 actes de consommation de viande par semaine.

La consommation de produits carnés des français est marquée par la place de plus en plus forte des produits élaborés, dans lesquels la viande n'est qu'un ingrédient,

Porc «brut» ou «ingrédient» ?

L'enquête Comportements et Consommation Alimentaire en France distingue les produits utilisés «bruts» et comme «ingrédient».

Les produits consommés « bruts », frais ou de charcuterie sont consommés tels quels (steaks hachés, jambon blanc, côte de porc, etc.) ou inclus dans des plats préparés où la viande est l'ingrédient principal (bœuf bourguignon, blanquette, etc.), que ces plats soient achetés tels quels ou faits maison.

La viande utilisée comme « ingrédient » est incluse dans des préparations dans une proportion inférieure à 50 % : sandwiches, quiches, sauce bolognaise, etc.

au détriment des produits bruts. La tendance à la substitution s'observe chez les adultes comme chez les enfants.

Pour les adultes, la consommation de viande sous forme brute a baissé de 12 g/jour entre 2010 et 2013. Dans le même temps, la consommation de viande comme ingrédient a progressé de 5 g/jour. Elle représente 20 % de la consommation de produits carnés, à 90 % sous forme de charcuterie et de bœuf haché. Accompagnant les changements de modes de consommation, l'essor des produits élaborés au détriment de la viande brute contribue nettement au recul de la consommation totale de produits carnés. Pour une même masse de produit fini, la quantité de viande est en effet beaucoup plus faible.

Par ailleurs, un gradient très net apparaît selon l'âge des consommateurs sur les produits carnés inclus comme ingrédients dans des préparations. Les jeunes individus consomment nettement plus de viande sous cette forme que la moyenne (près de 50 % de plus pour les moins de 25 ans), les seniors beaucoup moins. Les transferts de consommation des morceaux bruts vers les produits élaborés sont particulièrement liés au comportement des individus de moins de 45 ans. Chez les jeunes adultes, la part des « ingrédients » dans la consommation globale de produits carnés est proche de 25 %, contre seulement 10 % chez les individus les plus âgés.

Tableau 1 : Evolution de la consommation de produits carnés chez les adultes (grammes / jour)

	2010	2013	Evolution (g)
Produits bruts	133,9	121,5	-12,4
Charcuterie	35,9	31,0	-4,9
Volaille	36,4	34,9	-1,5
Viande de boucherie	57,5	52,5	-5,0
Viande bovine	37,6	35,6	-2,0
Porc	12,7	10,8	-1,9
Agneau	3,4	3,3	-0,1
Autres	3,7	2,7	-1,0
Produits tripiers	4,1	3,1	-1,0
Ingrédients	18,9	23,7	+4,8

Source : Ifip d'après Credoc

Le porc frais « brut » totalise 21 % des volumes de porc consommés par les adultes. Les charcuteries représentent 61 %, dont 17 % pour le jambon cuit, 17 % pour les saucisses à pâte fine, andouilles, andouillettes et boudins, et 10 % pour le jambon sec et les saucissons secs.

La structure de la consommation de porc des enfants est proche de celle des adultes, avec toutefois une place un peu plus importante des saucisses (fraîches et à pâte fine). Parmi les utilisations du porc, les produits consommés comme ingrédients atteignent une place conséquente, proche de celle du porc frais, avec environ 18 % des volumes. Ce sont essentiellement du jambon cuit (sandwiches, croque-monsieur), des lardons (quiches, salades) et des saucisses à pâte

fine (hot dogs). Plus du tiers du jambon cuit est consommé comme ingrédient.

Sur une semaine, 95 % des individus consomment de la charcuterie. 78 % des adultes et 76 % des enfants consomment du jambon cuit. Le pourcentage de consommateurs de porc frais sur une semaine est de 45 %, seulement contre plus de 80 % pour la viande bovine. La fréquence moyenne de consommation de porc frais est faible, inférieure à une fois par semaine, pour une portion par un adulte représentant environ 110 g. A titre de comparaison, un adulte consomme 2,1 fois du bœuf et 1,8 fois de la volaille dans la semaine. Ces deux espèces sont fortement favorisées par des produits très

“ 78 % des adultes consomment du jambon cuit. ”

Figure 1 : Structure de la consommation de porc des adultes en 2013 par produits et usages (% des quantités consommées)

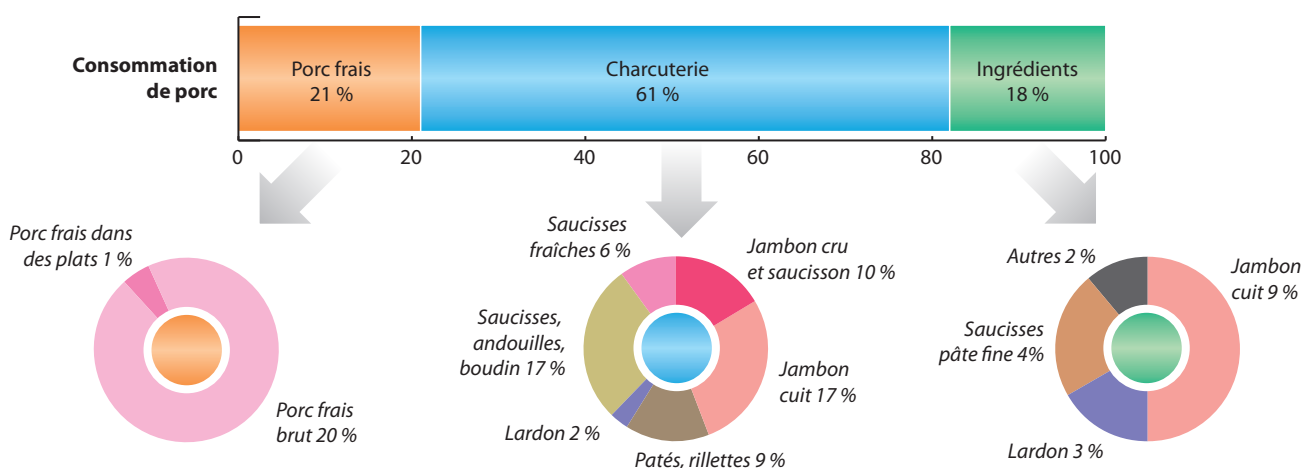


Tableau 2 : Proportions (%) de consommateurs consommant des produits carnés sur une semaine en 2013

	Adultes	Enfants
Charcuterie	95	95
Jambon cru / saucisson	31	41
Jambon cuit	78	76
Lardons	37	34
Saucisses pâte fine	48	45
Saucisses fraîches	24	20
Volaille	80	84
Viande de boucherie	96	96
Viande bovine	82	89
Porc	45	42

populaires comme les steaks hachés et les différents élaborés de poulet. La fréquence de consommation de charcuterie (toutes formes confondues) chez les adultes est proche de cinq actes par semaine, dont deux actes pour le seul jambon cuit.

Les lieux de consommation se diversifient

Sur une semaine moyenne, la grande majorité des volumes de produits carnés est consommée au domicile, en particulier plus de 80 % des viandes et des charcuteries « brutes » (Figure 2). Environ 8 % des viandes sont consommées lors de repas chez des amis, de la famille, etc.. La place des produits carnés consommés comme ingrédients est plus diversifiée, illustrant l'impact de l'évolution des lieux de consommation sur la forme des produits consommés. Entre 7 et 8 %

de la viande consommée comme ingrédient provient des actes en fast-food, en restaurant traditionnel ou sur le lieu de travail. Les quantités consommées de manière nomade (rue, transports, etc.) représentent 4 %.

L'enquête CCAF apporte un éclairage original sur la consommation de produits carnés. En particulier, considérer les ingrédients séparément permet d'analyser l'évolution des usages, indépendamment de l'espèce utilisée. L'étude confirme la place du porc frais comme une viande très majoritairement consommée sous forme brute, peu utilisée dans des plats cuisinés ou comme ingrédient. Le porc subit une baisse de consommation importante chez les jeunes, notamment au bénéfice du bœuf haché et des élaborés de volaille. En revanche, les usages de la charcuterie sont plus variés, couvrant l'évolution des modes de consommation.

Tableau 3 : Fréquence de consommation et taille moyenne des portions de produits carnés chez les adultes en 2013

	Fréquence (actes/semaine)	Portion (g)
Porc frais	0,7	110,7
Bœuf	2,1	121,5
Volaille	1,8	140,1
Charcuterie	4,7	61,2
Dont jambon cuit	1,8	51,5

Source : Ifip d'après Credoc

« En bref »

La place croissante de produits élaborés au détriment des morceaux bruts est une tendance majeure de l'évolution de la consommation de viande. Les lieux de consommation évoluent également. Les filières doivent s'adapter pour rester proches des attentes des consommateurs.

L'utilisation du jambon cuit s'est nettement orientée vers des produits élaborés (sandwiches, pizzas, etc.). La viande de porc consommée comme ingrédient atteint en 2013 une part proche de celle du porc frais « brut ».

La place croissante de la consommation de viande dans des produits élaborés, liée à l'évolution des modes de vie et d'alimentation, est particulièrement forte chez les individus les plus jeunes. L'attrait des produits faits maison, faisant la part belle aux produits d'assemblage, est une tendance importante.

Environ 80 % des volumes de porc frais et de charcuterie sont consommés à domicile, mais les lieux de consommation sont de plus en plus variés, accompagnant la diversification des usages.

S'adapter à l'évolution des situations et des modes de consommation est un enjeu essentiel pour les viandes en général et pour la filière porcine en particulier.

Cet article est issu d'un travail financé par Inaporc.

Vincent LEGENDRE
IFIP - Institut du porc
vincent.legendre@ifip.asso.fr

Figure 2 : Lieux de consommation des produits par les adultes en 2013 : répartition des quantités consommées