



FranceAgriMer

>ÉDITION décembre 2010

La consommation des produits carnés en 2009



LES ÉTUDES DE FranceAgriMer

Introduction 4

France 7

- 1.1 La consommation des viandes p. 9
 - 1.2 Les achats de produits carnés par les ménages p. 13
 - 1.2.1 Structure et évolution des achats p. 13
 - 1.2.2 Saisonnalité des achats p. 22
 - 1.2.3 Circuits de distribution p. 24
 - 1.2.4 Particularités régionales p. 26
 - 1.2.5 Profils des acheteurs p. 33
 - 1.3 Les achats de produits carnés par la restauration hors foyer p. 36
 - 1.3.1 Structure générale de la consommation RHF en 2008 p. 36
 - 1.3.2 Achats des produits carnés en RHF en 2008 p. 36
-

Annexe France 43

Focus par espèce 57

- Bœuf p. 58
 - Canard p. 61
 - Charcuterie p. 63
 - Dinde p. 73
 - Jambon p. 75
 - Lapin p. 78
 - Pintade p. 80
 - Porc p. 82
 - Poulet p. 85
 - Veau p. 88
 - Viande de cheval p. 90
 - Viande ovine p. 92
-

Union européenne 95

Annexe UE 105

Dans ce document, diverses sources d'information sont utilisées pour l'analyse de la consommation.

Dans la **partie française** concernant les **achats des ménages**, les données sont issues du panel consommateurs Kantar Worldpanel dont le principe est d'extrapoler les achats d'un échantillon représentatif de ménages à la population française.

Ces derniers enregistrent chaque semaine les caractéristiques de leurs achats (nature des produits, quantités, prix, lieu et date d'achats...). Ces données, une fois transmises, sont compilées, analysées et extrapolées par les sociétés de panel. En outre, elles sont triées en fonction des profils des ménages (nombre de personnes au foyer, âge, présence d'enfants, région d'habitation...) ce qui permet de mieux comprendre les comportements d'achats.

- Les panels consommateurs sont, à l'origine, des outils pour appréhender les comportements d'achats des ménages et leurs évolutions. Dans ce document, ils sont également utilisés pour analyser la consommation française, ce qui induit des biais sur les données :
 - les panels ne tiennent pas compte de la Corse, et des départements d'Outre-Mer ;
 - l'échantillon des ménages sous-représente certaines catégories de la population comme les foyers composés d'une seule personne, en particulier les jeunes adultes ou les personnes très âgées, les foyers d'origine étrangère, les foyers dont la personne responsable des achats est illettrée... ;
 - les informations collectées ne concernent que la consommation des produits au domicile des ménages, c'est-à-dire que la consommation pendant les vacances, différente en terme de structure, n'est généralement pas prise compte ;
 - le recensement exhaustif des achats hebdomadaires est une opération laborieuse, en particulier pour les produits alimentaires dont le poids est variable (viande, fromages à la coupe...). Certains achats échappent ainsi à la saisie et le taux de couverture (c'est-à-dire la représentativité de l'échantillon par rapport à la population globale) ne peut pas être connu précisément.
 - Les données sur les achats de produits carnés en **Restauration Hors Foyer** (RHF) sont issues d'une étude spécifique financée par FranceAgriMer et conduite en 2009 par le Crédoc (Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de vie). Les informations portent sur l'année 2008.
-

Dans la **partie européenne**, la principale source d'information est Eurostat. La consommation est calculée selon la méthode des bilans. Dans certains cas où les données et leurs évolutions paraissent statistiquement peu fiable, des analyses documentaires ont été nécessaires, et dans ces cas, d'autres sources qu'Eurostat ont pu être retenues. Par ailleurs, les données 2009 ne sont pas encore disponibles pour tous les pays. Elles sont donc parfois estimées.

La rédaction de ce document s'est achevée fin novembre 2010. La précédente édition, qui datait d'octobre 2008, et qui portait essentiellement sur la consommation de l'année 2007, s'inscrivait dans un contexte de début de crise économique et financière dont l'ampleur était encore mal perçue.

Aujourd'hui, il est apparu clairement que cette crise a eu des impacts majeurs, en France comme dans l'Union européenne, sur de nombreux secteurs d'activité, notamment ceux liés à la consommation alimentaire. Face à des contraintes budgétaires de plus en plus serrées, les ménages français ont arbitrés leurs dépenses, souvent en défaveur des postes alimentaires, y compris pour les repas pris en dehors de leur domicile.

Au sein même des dépenses alimentaires, ils ont modifié globalement leurs comportements d'achats en privilégiant des produits substituables moins chers (par exemple des viandes blanches et conserves de poissons à la place des viandes rouges), en achetant des quantités moindres et/ou moins fréquemment.

Ces modifications ont été largement accentuées par l'émergence ou le renforcement de préoccupations nutritionnelles et environnementales, ainsi que par un certain retour du fait-maison et de l'engouement pour la cuisine dont le développement des émissions TV, des cours de cuisine... est le signe le plus tangible.

Alors que les aspects nutritionnels et environnementaux relèvent de préoccupations communes à plusieurs pays, notamment les pays du Nord qui ont une « conscience » écologique et du bien-être animal plus aigüe, les Français se distinguent par leur représentation historique du repas. En effet, il est source de plaisir, de partage, de convivialité. A cet égard, l'inscription du repas gastronomique des Français sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité votée par l'Unesco en novembre 2010 illustre l'attachement national fort à cette pratique sociale. La consommation de produits carnés y occupe une place centrale.

En 2009, la consommation française se caractérise toujours par sa forte proportion de viande bovine, y compris le veau, (25,4 kg.ec par personne) représentant 29 % de la consommation individuelle totale de produits carnés. Le porc (viande fraîche et charcuterie) est prédominant dans la consommation de viande (34,3 kg.ec, 39 %). La volaille est la troisième source de protéines animales (24,2 kg.ec, 27,6 %). Enfin, la part de la viande ovine, 4 %, est relativement importante par rapport aux autres pays européens ; un Français en a consommé 3,6 kg.ec en 2009. Au total, un Français a consommé en 2009, 87,8 kg.ec de produits carnés, soit plus de 190 g de produits carnés finis quotidiens (soit 240 g.ec). Cette consommation s'inscrit en recul, de 1,7 % par rapport à 2008.

Un Européen a, quant à lui, consommé en 2009 en moyenne 82,7 kg.ec dont la moitié est constituée de porc (viande fraîche et charcuterie) (41,9 kg.ec). Avec 22,75 kg.ec, la volaille est la deuxième viande consommée en Europe (soit une part de 27 %) ; vient ensuite la viande bovine (15,7 kg.ec, soit 19 %). La viande ovine représente moins de 3 % de la consommation carnée de l'UE (2,4 kg.ec). Tout comme pour les Français, la consommation moyenne individuelle des Européens a reculé en 2009, de 2 %.

En dehors de Chypre (135 kg.ec/hab) qui présente une consommation individuelle probablement surévaluée par celle des touristes, l'Espagne, avec 106 kg.ec/hab en 2009, est le pays le plus gros consommateur de viandes devant le Portugal et le Danemark (100 kg.ec/hab). La Roumanie (42 kg.ec/hab) est au dernier rang.

En 2010, la consommation dans l'Union européenne devrait se consolider au niveau de 2009. Mais des pays qui, comme la Grèce, l'Espagne ou l'Irlande ont été fortement touchés par la crise, pourraient observer une contraction de leur consommation globale. A la faveur d'une offre abondante et de prix bas, les viandes de porc et de volaille pourraient présenter un certain attrait.

En France, la consommation totale de produits carnés devrait retrouver un niveau équivalent à celui de 2008. Seules les consommations de viandes ovine et chevaline devraient encore reculer. Celles des viandes de bœuf, de veau et de volailles progresseraient sensiblement (de 2 à 3 %) ; celle de porc de l'ordre de 1 %.

Enfin, il est important de rappeler que cet ouvrage s'inscrit uniquement dans une démarche descriptive de ce qui s'est passé en France et dans l'Union européenne. Il ne peut être exhaustif, en raison des difficultés rencontrées dans l'analyse des données qu'elles soient d'ordre statistique (sources souvent hétérogènes) ou d'ordre technique (par exemple les taux de couverture des panels). Dans un certain nombre d'autres cas, l'information est partielle, voire elle n'existe simplement pas. Par ailleurs, la consommation des produits carnés incorporés dans les produits industriels est mal connue ; l'évaluation des volumes consommés en restauration est difficile à établir. Pour l'UE, les données sont centrées sur l'évaluation de la consommation globale de viande (calculée par bilan), sous toutes ces formes. Concernant la France, des éléments sur la consommation des ménages et une étude sur la restauration hors foyer complètent l'information.

France

Depuis 2007, la consommation alimentaire des Français a été affectée par la crise économique, qui perdure encore. De façon schématique, les ménages ont été contraints, en raison de la baisse de leur pouvoir d'achats, d'arbitrer leurs dépenses. Celles obligatoires (loyer, assurance, impôts...) et celles liées aux nouvelles technologies et communications ont été privilégiées aux dépenses alimentaires.

La consommation de produits carnés, qui ne fait pas exception, s'est inscrite en baisse, et ce d'autant plus que le prix de vente des produits carnés a été affecté par la hausse du prix des matières premières et de l'énergie durant cette période. Les consommateurs ont modifié leur comportement d'achats, notamment en diminuant les quantités achetées et en privilégiant les produits les moins chers.

En outre, simultanément à la crise économique, des nouvelles tendances ont émergé, parfois de façon accentuée du fait de la crise. C'est en particulier le cas de l'engouement pour le *fait-maison* qui favorise la consommation de produits bruts au détriment de ceux élaborés ainsi que du renforcement des préoccupations environnementales et écologiques.

L'ensemble de ces leviers a concouru dans le même sens. Ainsi, 2009 a été une année marquée par une baisse importante de la consommation individuelle, non totalement compensée pour les acteurs de la filière par la croissance démographique. Même le secteur de la volaille, traditionnellement dynamique, a été baissier, pour la première fois depuis la crise sanitaire liée à la grippe aviaire de 2006.

En 2010, après une année 2009 particulièrement basse, la consommation de produits carnés, tirée par la volaille et les gros bovins, devrait globalement s'accroître, de l'ordre de 2 %. Toutefois, les viandes ovine et porcine devraient encore reculer, tandis que le veau pourrait se stabiliser.

1.1 – LA CONSOMMATION DES VIANDES EN FRANCE

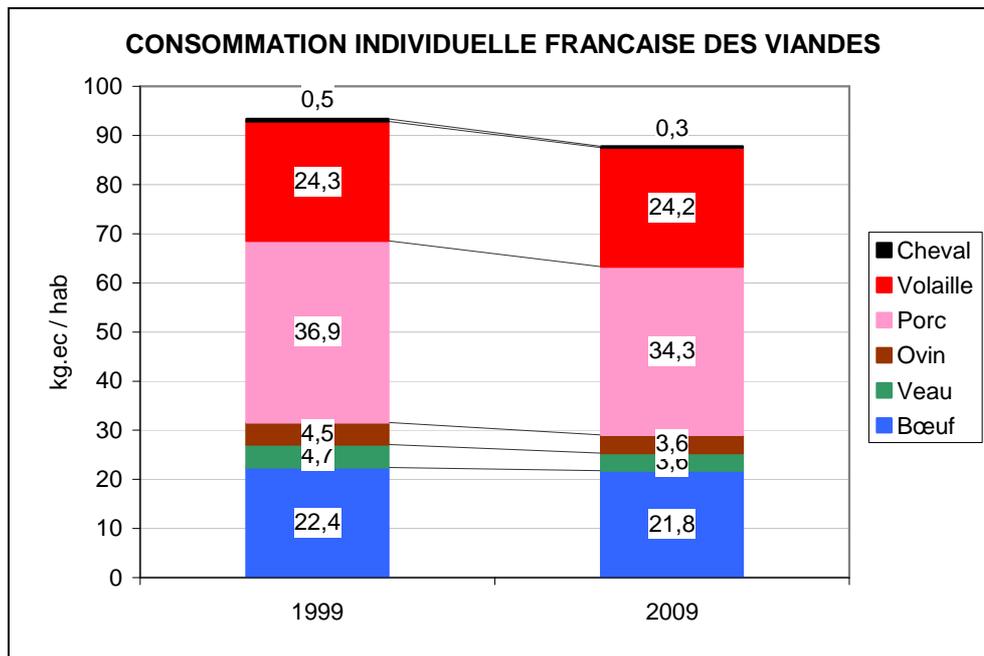
(cf. tableaux n°1 à 4 en annexe)

- Pour la deuxième année consécutive, la consommation française de viandes, calculée par bilan, a reculé. Mais en 2009, ce repli, - 1,1 % au total, est d'autant plus significatif qu'il touche même la consommation de volailles qui avait été épargnée entre 2007 et 2008. Globalement, les volumes de viandes consommées en 2009 se sont établis à **5,650 millions de tec**, soit 64.000 tec de moins qu'en 2008. Ce niveau est équivalent à la consommation moyenne des dix dernières années.

La population française ne s'étant accrue que de 0,6 % entre 2008 et 2009, la consommation individuelle d'un Français en 2009 a encore reculé, de - 1,7 %, pour s'établir à **87,8 kg.ec**, soit 1,5 kg.ec de moins que l'année précédente. La baisse a été générale à toutes les viandes, y compris pour la viande de volailles (- 0,5 kg.ec) qui marque pour la première fois le pas en dehors de toutes crises sanitaires. La plus forte baisse observée en valeur absolue (- 0,6 kg.ec) concerne celle de porc.

La France se situe au huitième rang des pays consommateurs de l'Union européenne à 27, derrière Chypre, l'Espagne, le Portugal, Malte, le Danemark, l'Autriche et l'Allemagne. La moyenne communautaire, à 82,7 kg.ec, a également reculé entre 2008 et 2009, de 2 % (- 1,7 kg.ec).

En 10 ans, la consommation individuelle française s'est largement dégradée ; en effet, elle était de 93,4 kg.ec en 1999, soit 5,6 kg.ec de plus qu'en 2009. Les parts des viandes de veau (4,1 %), ovine (4,1 %) et porcine (39,1 %) se sont nettement réduites (- 0,9 point, - 0,7 point et - 0,5 point) au profit de la volaille et du bœuf qui gagnent respectivement 1,5 point et 0,8 point pour s'établir en 2009 à 27,5 % et 24,8 %.



Avec 39 % en 2009, le **porc**, y compris sous forme transformée¹, est la viande la plus consommée en France. Néanmoins, sa consommation a diminué de - 1,0 % entre 2008 et 2009 soit dans des proportions équivalentes au repli sur 10 ans (- 0,6 %). En revanche, par personne, la baisse est beaucoup plus significative puisque la consommation individuelle est passée de 36,9 kg.ec en 1999 à 34,3 kg.ec en 2009, soit une baisse de 2,6 kg.ec.

Ce recul s'est essentiellement effectué depuis 2003 malgré la hausse ponctuelle de la consommation en 2007. Le prix peu élevé de cette viande ou de certains produits transformés relativement aux autres viandes de boucherie, ainsi que la diversité de ses formes de consommation (viande fraîche, charcuterie, salaison) constituent des atouts importants qui concourent à conforter la première place pour le porc. Malgré ces avantages, le Français n'est que le 16^{ème} consommateur européen de viande porcine, loin derrière le Chypriote (73 kg.ec en 2009) ou l'Espagnol (60 kg.ec).

En dépit d'un recul de la consommation de **volailles** entre 2008 et 2009 (- 1,3 %), celle-ci a enregistré la plus forte croissance depuis 1999 (+ 6,5 %), de sorte que la part de la volaille est passée de 26,0 % en 1999 à 27,5 % en 2009. Rapportée à une personne, la consommation s'est à peine tassée de 100 g.ec en 10 ans pour atteindre 24,2 kg.ec. Cette évolution favorable dans un contexte global de la consommation de produits carnés plutôt morose s'explique à la fois par des prix bas, relativement aux autres viandes, et à une offre innovante de produits conformes aux exigences des consommateurs (praticité, diversité, poids fixe, goût consensuel...). C'est essentiellement le poulet qui profite de la croissance du secteur, tandis que les autres volailles, en particulier la dinde, peinent à conserver leurs volumes.

Le Français se situe au 9^{ème} rang des consommateurs européens de volailles, quasiment au même niveau que la moyenne communautaire.

Depuis 10 ans, la consommation totale de **viande bovine** (gros bovins et veau) est globalement stable, même si elle a baissé de - 0,5 % entre 2008 et 2009. Elle représente

(1) On estime que la consommation de porc se fait pour 75% sous forme de produits de la charcuterie-salaison.

28,9 % des volumes de produits carnés consommés en 2009, soit 25,4 kg.ec par Français, ce qui le place au deuxième rang des consommateurs européens de viande bovine, derrière les Danois (28,0 kg.ec).

La part de viande de **gros bovins** (24,8 %, soit 21,8 kg.ec en 2009) semble se conforter autour de 25 % depuis plusieurs années. Cela indiquerait qu'il s'agit du niveau moyen de consommation de cette viande en dehors des crises sanitaires. Néanmoins, cette proportion est susceptible de se dégrader selon le contexte économique : la perte du pouvoir d'achat des ménages pénalise les viandes chères dont le bœuf fait parti.

La consommation de viande de **veau** a encore diminué en 2009, toujours de façon significative (- 3,4 %). Avec 3,6 kg.ec par habitant, elle ne représente plus que 4,1 % de la consommation des produits carnés. Ce recul structurel est accentué ces derniers temps par le contexte économique difficile. En effet, la viande de veau, après le cheval, est la viande de boucherie la plus chère.

A l'instar du veau, la consommation de viande **ovine** a encore nettement reculé en 2009 (- 4,2 %). Elle était de 3,6 kg.ec par habitant, ce qui représente 4,1 % de la consommation individuelle totale de viandes. La France se situe au sixième rang de l'UE à 27, après la Grèce, Chypre, le Royaume-Uni, la Bulgarie et l'Irlande.

La dégradation, également structurelle, de la consommation est à mettre en relation avec la cherté de cette viande, dans une moindre mesure son manque estimé de praticité, ainsi qu'un goût prononcé pouvant déplaire à certains consommateurs.

La consommation de viande de **cheval** devient de plus en plus anecdotique ; elle n'a représenté que 0,3 % de la consommation totale de produits carnés, soit environ 300 g.ec par habitant. La France est au deuxième rang derrière l'Italie.

Depuis 1999, la consommation individuelle a diminué de 40 %. Au-delà des difficultés à s'approvisionner en viande chevaline et à la perte d'habitude d'en consommer, les aspects affectifs liés à l'animal constituent le frein majeur au développement de sa consommation.

- La notion de volume équivalent carcasse est parfois difficile à appréhender puisque c'est une référence commune et cohérente à toutes les filières qui permet de tenir compte des actions menées sur les carcasses (désossage, transformation,...), de différentes natures selon les produits carnés. Comme cette unité comptabilise en particulier les os, elle ne permet pas de mesurer exactement le volume que le consommateur consomme.

Dans le tableau suivant, une évaluation de la consommation individuelle est proposée, directement comparable avec ce que le Français moyen a dans son assiette.

Évaluation de la consommation individuelle de produits carnés en poids de produits finis en 2009

	En kg.ec	En kg de produit fini
Bœuf	21,8	14,4
Veau	3,6	2,4
Ovin et caprin	3,6	2,7
Cheval	0,3	0,2
Porc, yc charcuterie-salaison	34,3	33,1
Volailles et lapin	24,2	16,9
TOTAL	87,8	69,7

Évaluation : FranceAgriMer

• D'autre part, il est aussi extrêmement difficile d'appréhender la répartition des volumes de viandes consommées selon les différents lieux. Les sources d'informations ne recourent pas l'intégralité des produits et les unités de comptabilisation ne sont pas homogènes. Parmi les difficultés, les taux de couverture du panel Kantar Worlpanel et de l'étude sur la restauration hors foyer ne sont pas connus précisément.

Pour autant, il est d'intéressant d'estimer les volumes pour une meilleure compréhension des données. Seuls les ordres de grandeur sont à retenir, et les valeurs sont fournies à titre indicatif.

Répartition de la consommation des produits carnés en France en 2009

	Tous circuits	Ménages		Restauration	
	1.000 tec	%	1.000 tec	%	1.000 tec
Bœuf	1 400	70%	980	30%	420
Veau	233	75%	175	25%	58
Ovin et caprin	233	80%	186	20%	47
Cheval	20	100%	20	~ 0%	~ 0
Porc	2 208	85%	1 877	15%	331
Volailles et lapin	1 556	80%	1 245	20%	311
TOTAL	5 650	79%	4 483	21%	1 167

Estimation : FranceAgriMer

Il convient de constater que la part de la consommation de produits carnés en restauration hors foyer a un peu diminué par rapport à ce qu'elle était il y a peu ⁽²⁾. Cette évolution s'explique par le nombre de repas pris hors domicile en diminution en raison de la mise en place de réduction du temps de travail et la crise économique qui favorisent la consommation au domicile, ainsi que la prise de repas sur le lieu de travail (« gamelle ») en dehors des structures de restauration (restaurant inter entreprise, cantine...).

(2) L'estimation de FranceAgriMer était de 24 % en 2007.

1.2 – LES ACHATS DE PRODUITS CARNES PAR LES MENAGES FRANÇAIS

(cf. tableaux n°5 à 11 en annexe)

Les données qui figurent dans ce chapitre sont principalement issues du panel consommateurs de la société **Kantar Worldpanel**. L'échantillon principal pour mesurer les achats de produits carnés est composé de 12.000 ménages représentatifs du territoire métropolitain.

1.2.1 Structure et évolution des achats

Les achats de produits carnés par les ménages métropolitains ont été évalués en **2009** par la société Kantar Worldpanel à plus de **2,246 millions de tonnes de produits finis** ⁽³⁾ ⁽⁴⁾, ce qui correspond à un repli sensible de 1,5 % depuis 2005 (- 0,4 % par an). Les ménages y ont consacré un budget de 19,94 milliards d'euros, en hausse de 4,6 % en 4 ans (+ 1,1 % par an).

- Structure et évolution des achats de l'ensemble des produits carnés

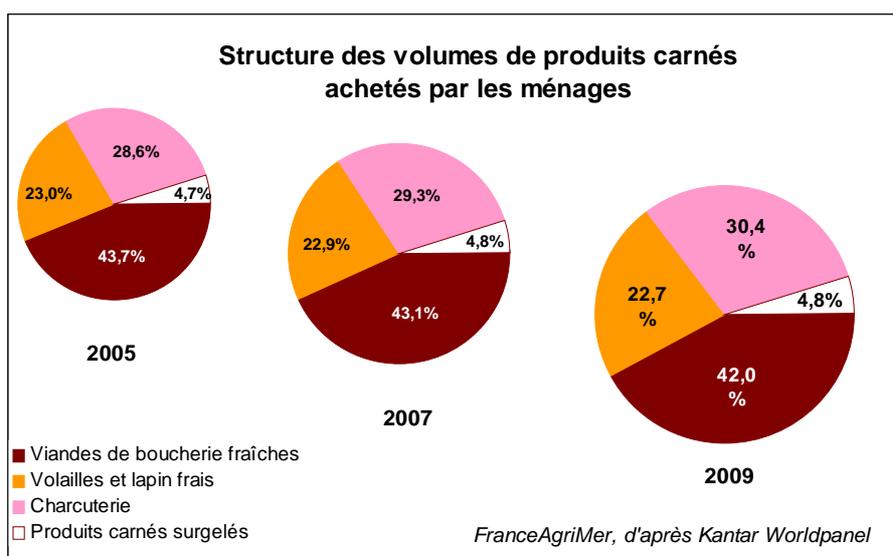
• Les volumes

En 2009, la proportion des **viandes de boucherie fraîches** (y compris les abats et les produits élaborés à base de viandes de boucherie) demeure largement majoritaire avec **42 %**. Les produits élaborés, dont la viande hachée, en constituent la part la plus importante (avec 29 %) ; ils sont suivis par la viande de bœuf et celle de porc qui représentent chacune 24 % de ce segment.

La **charcuterie** représente en 2009 plus de **30 %** des volumes achetés, dont un tiers est constitué de jambon.

Les **volailles et lapin** frais regroupent toujours en 2009 près de **23 %** des achats de produits carnés. Le poulet, notamment sous forme de découpes, forme l'essentiel des achats (45 %).

Enfin, la part des **produits carnés surgelés**, dont les deux tiers correspondent à du steak haché de bœuf, est de **5 %**.



(3) Le poids de produit fini correspond à poids effectif du produit que le ménage achète c'est-à-dire, selon les cas, avec os ou sans os, avec d'autres produits alimentaires (panure, barde, éventuellement légumes...) pour les produits élaborés.

(4) Ces volumes de viandes sont sous-évalués en raison, d'une part, d'une couverture partielle du panel estimée autour de 70 % et, d'autre part, du fait que certains produits à faible teneur en viande ne sont pas pris en compte dans les données de ce panel.

Depuis 4 ans, la structure des achats s'est sensiblement modifiée : les achats de viandes de boucherie fraîches ont reculé de près de 2 points au profit de la charcuterie, notamment du jambon qui gagne 0,5 point. Les autres segments sont stables.

Depuis 2003, les ménages français ont réduit de **5,6 %** les achats de produits carnés. Malgré ce repli global de la consommation, l'année 2009 et le premier semestre 2010 marquent une reprise des achats (+ 0,6 % et + 1,2 %) après une année 2008 fortement pénalisée (- 2,5 %).

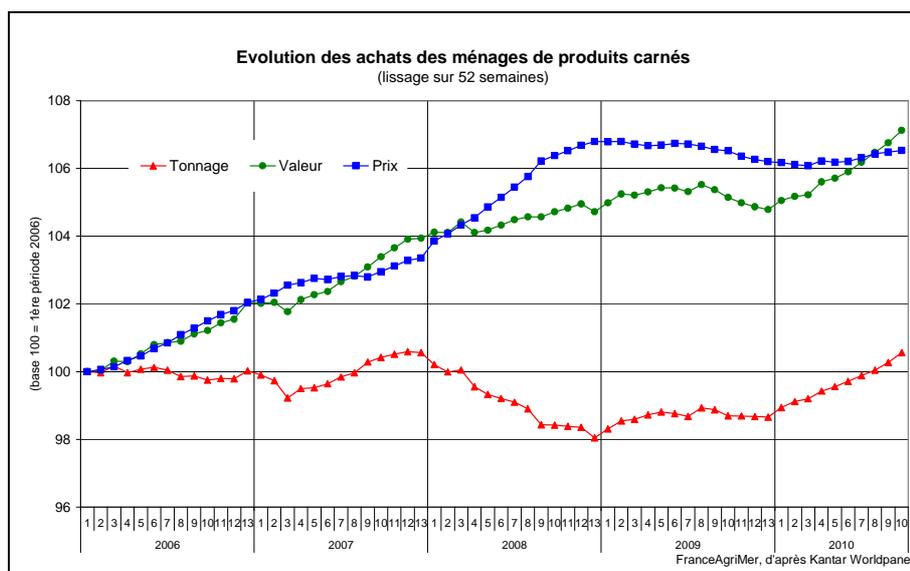
En dehors de 2007, où les évolutions avaient été positives, les prix d'achat des produits carnés ont évolué de façon inverse aux volumes. Ainsi, le prix moyen est passé de 8,0 €/kg en 2003 à 8,9 €/kg en 2009, soit une hausse de 10,7 % en 6 ans (+ 1,8 %/an). Cette hausse a été particulièrement forte en 2008 (+ 3,3 %) en raison de l'accroissement des coûts de l'énergie et de l'aliment du bétail. Depuis le début de l'année 2009, une baisse des prix est amorcée.

En dehors de 2005, année où les volumes d'achats ont été particulièrement bas, les sommes consacrées par les ménages aux produits carnés ont progressé d'année en année, en raison de la hausse de prix et malgré des achats en baisse. En 2009, les ménages ont dépensé 4,4 % de plus qu'en 2003. Pour mémoire, l'inflation a été durant cette période de 10,4 % (+ 1,7 %/an de moyenne).

Évolution des achats de produits carnés par les ménages

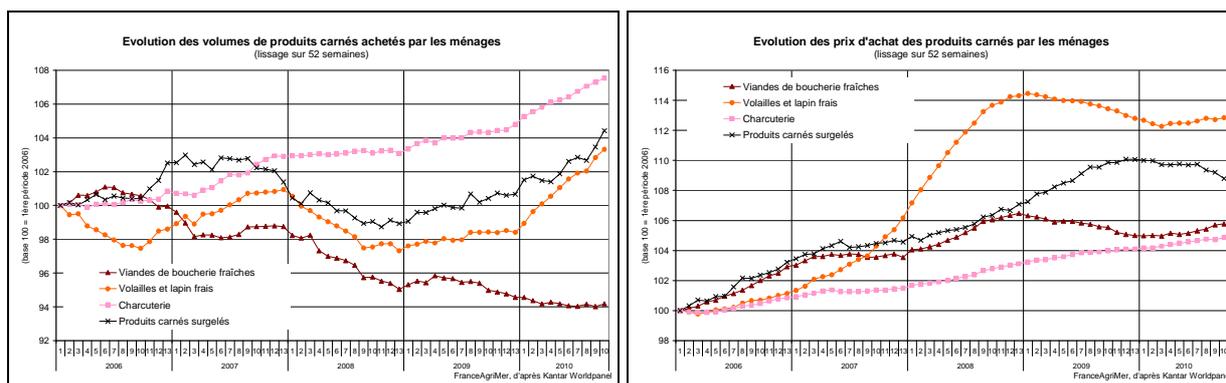
	Volume	Valeur	Prix moyen
2004/2003	- 0,8 %	+ 1,7 %	+ 2,5 %
2005/2004	- 3,5 %	- 1,9 %	+ 1,7 %
2006/2005	- 0,1 %	+ 1,8 %	+ 1,9 %
2007/2006	+ 0,5 %	+ 1,9 %	+ 1,3 %
2008/2007	- 2,5 %	+ 0,8 %	+ 3,3 %
2009/2008	+ 0,6 %	+ 0,1 %	- 0,6 %
2010/2009 (10 périodes)	+ 2,5 %	+ 2,9 %	+ 0,4 %

Source : FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

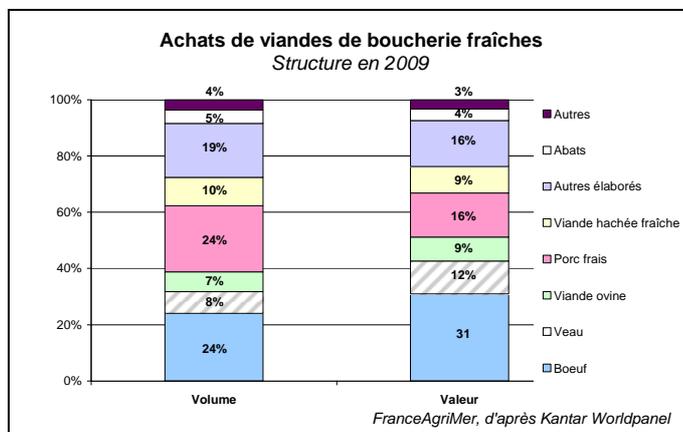


Ces évolutions globales masquent des disparités entre les types de produits carnés :

- les viandes de boucherie fraîches (courbes marron sur les graphiques suivants) sont de moins en moins achetées au fil des années, et ce quelle que soit l'évolution de leur prix. Ces viandes demeurent les produits carnés les plus chers ;
- la charcuterie (courbes roses) a enregistré la plus faible hausse de prix, même si elle a été continue et régulière toute au long de la période. Les volumes d'achats ont également poursuivi cette hausse, sensiblement accentuée en 2007 et depuis le second semestre 2009. Ces évolutions positives sont à mettre en relation avec le faible coût de la portion protéinée (tranche de jambon par exemple) comparativement aux autres produits carnés ;
- les achats de volailles et lapin frais (courbes oranges) enregistrent des évolutions bien plus variables et plutôt corrélées avec les variations de prix : dès la fin de l'année 2007, les industriels ont pu répercuter la hausse du prix de l'aliment sur le prix de détail, ce qui a induit rapidement une baisse des achats. *A contrario*, les prix de détail ayant chuté au début de l'année 2010, notamment à la faveur de promotion sur le poulet, les achats de volailles enregistrent un développement important ;
- enfin, les achats des produits surgelés (courbes noires) sont de nouveau en progression depuis 2009 après une baisse importante en 2008. Leurs prix d'achats s'accroissent régulièrement depuis 2004, malgré un petit repli depuis le début de l'année 2010. Toutefois, les quantités concernées restent marginales.



- Structure et évolution des achats de viandes de boucherie fraîches



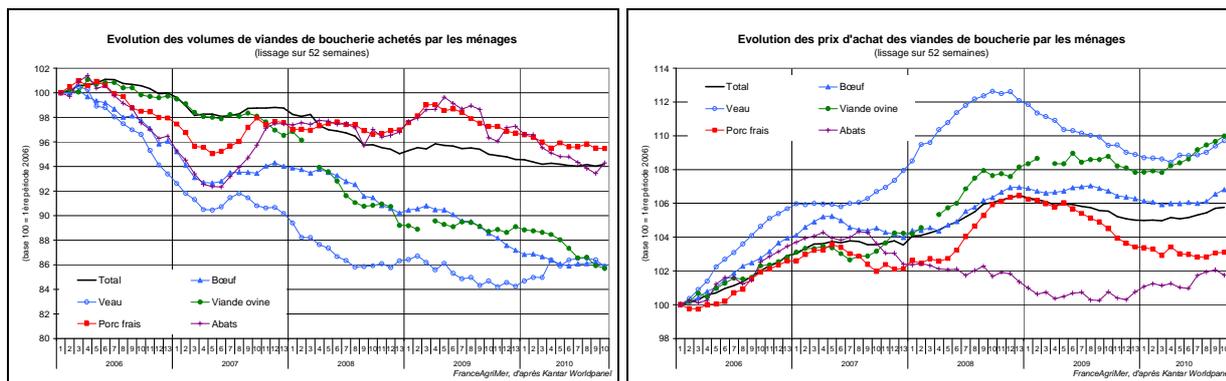
Avec **944.500 tonnes**, les viandes de boucherie fraîches constituent la part la plus importante des achats de produits carnés (42 %). Toutefois, cette part diminue régulièrement depuis 2005,

vraisemblablement en raison d'un prix moyen d'achat des viandes de boucherie bien plus élevé que pour les autres produits carnés.

Depuis 2005, les achats ont reculé de près de 53.000 tonnes, soit une baisse moyenne annuelle de 1,3 %. Ce repli a surtout été sensible entre 2007 et 2008 (- 3,8 %), au moment où la crise économique a commencé. A l'exception des produits élaborés (y compris la viande hachée), dont les achats progressent, toutes les viandes enregistrent une diminution de leurs achats, de façon très importante pour les viandes bovine et ovine et dans une moindre proportion pour la viande de porc et les abats. Ce phénomène illustre l'impact du niveau du prix moyen d'achat des viandes sur les volumes consommés : les produits les plus chers ont enregistré les baisses les plus marquées.

Entre 2005 et 2009, le prix moyen d'achat de l'ensemble des viandes de boucherie fraîches (**9,62 €/kg**) s'est accru de 5,0 % bien qu'il se soit replié en 2009 de 14 centimes (- 1,4 %). De façon globale, les prix se sont inscrits en forte hausse en 2006 et en 2008, notamment pour le veau et le porc ; depuis 2009, ils sont orientés à la baisse, à l'exception de celui de la viande ovine qui souffre d'un déficit d'approvisionnement intérieur.

En raison de la baisse des volumes plus importante que la hausse de prix, le budget des ménages consacré à l'achat des viandes de boucherie fraîches a, depuis 2005, régressé de 0,5 %. Cette évolution est particulièrement liée à la baisse des dépenses constatées en 2008 (- 1,0 %) et en 2009 (- 1,9 %). Cette tendance se poursuit également en 2010.



En 2009, la viande fraîche de **porc** a été la mieux orientée dans un contexte de diminution sensible des achats de produits carnés. Les volumes achetés ont été réduits de 0,3 % sur l'ensemble de l'année.

Cette viande a bénéficié en 2009 du double avantage pour les consommateurs d'être la viande de boucherie la moins chère (6,38 €/kg en 2009 ; - 3,0 %) et dont le prix d'achat a le plus baissé en raison de fortes disponibilités sur le marché européen. Le prix à la production s'est fortement dégradé (- 7,7 %) et cette baisse a été partiellement répercutée sur les prix de détail de la viande fraîche pour en soutenir la consommation.

Mais, cette évolution plutôt favorable masque un repli important des achats depuis le second semestre 2009, non démenti en 2010, et ce malgré des prix également orientés à la baisse. La viande de porc, qui est en concurrence avec le poulet, a été pénalisée par de fortes promotions sur la volaille.

Bien que la viande de **bœuf** demeure la plus appréciée par les ménages français, elle a été fortement pénalisée par la crise économique. Les ménages ont diminué très nettement leurs achats de bœuf (- 5,0 % en 2008 et - 2,2 % en 2009) et en ont privilégié les produits moins

chers. En effet, la viande hachée pure bœuf dont le prix moyen est plus bas (9,23 €/kg ; + 0,8 %) a enregistré une hausse des achats de 1,7 %, tandis que les achats de viande non transformée, malgré un prix en baisse (12,43 €/kg ; - 0,8 %) se sont repliés de 3,4 %.

En 2009, la viande de bœuf a constitué 24 % des achats de viandes de boucherie fraîches et **32 %** en comptabilisant la viande hachée.

Malgré une baisse de près de 3 % en 2009, la viande de **veau** reste la plus chère : 14,39 €/kg après celle de cheval (14,53 €/kg) mais qui est bien plus confidentielle. Malgré son prix élevé, les achats de viande de veau ont bien résisté à la crise : ils ne perdent que 2,4 % en 2009 par rapport en 2008 et progressent sur les premiers mois de l'année 2010 (+ 4,7 % sur 6 périodes). Cette relative bonne santé du secteur s'explique par l'attachement des français pour cette viande, notamment lors des repas importants pour eux (entre amis, en famille...). Ils privilégient d'ailleurs les boucheries pour son achat, comparativement aux autres viandes de boucherie (23 % pour le veau contre 15 % pour l'ensemble). Des opérations de mise en valeur de la viande de veau (« Veau de la Pentecôte », « Festival du veau »...) soutiennent également les ventes en GMS.

En 2009, les achats de viande **ovine** se sont stabilisés (- 0,1 %) mais ils étaient particulièrement bas en 2008 (- 7,6 % par rapport à 2007). En tendance sur plusieurs années, les achats ne cessent de diminuer. Aussi, la viande ovine ne représente plus en 2009 que 6,9 % des achats de viandes de boucherie fraîches (- 0,5 point par rapport à 2005). A 11,80 €/kg, le prix moyen d'achat s'est légèrement replié (- 0,3 %).

En 2009, seuls les achats de **produits élaborés** fabriqués à partir des viandes de boucherie ont progressé (+ 2,3 %). Plusieurs raisons expliquent cette évolution favorable : d'abord, les viandes hachées, moins chères, ont été préférées aux pièces brutes ; ensuite le bel été a été propice aux grillades, saucisses... ; enfin, les produits élaborés répondent toujours de plus en plus aux attentes de praticité des consommateurs. Ils constituent près de 30 % des volumes de viandes de boucherie consommés.

Avec un prix moyen de 8,48 €/kg, en baisse de 0,2 %, ils se positionnent au deuxième rang des produits de viandes de boucherie les moins chers après la viande de porc.

De façon générale, en dehors du veau, toutes les tendances observées en 2009 se sont poursuivies au début de l'année 2010.

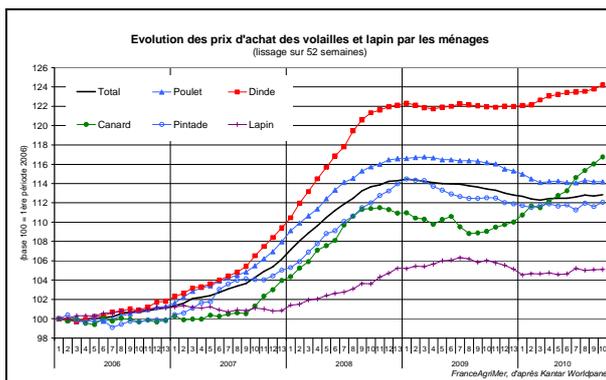
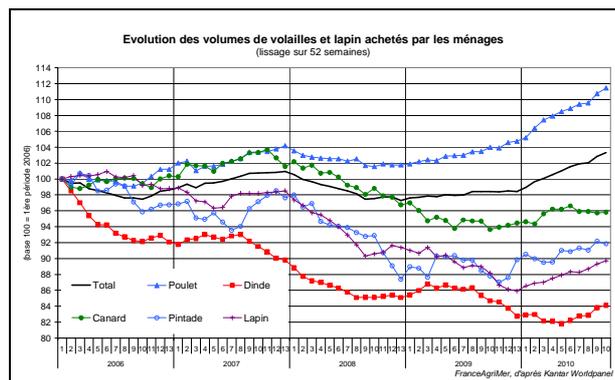
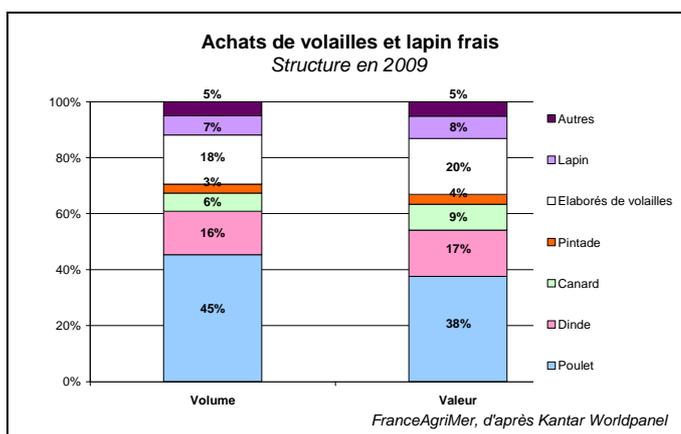
- Structure et évolution des achats de volailles et lapin frais

En 2009, les achats de volailles et lapin frais ont porté sur **511.300 tonnes** de produits finis, ce qui représentent 22,7 % des achats totaux de produits carnés. A l'instar des viandes de boucherie, les achats de volailles et lapin frais ont diminué depuis 2005, mais dans une moindre proportion, de - 2,6 % (contre - 5,3 %). Les évolutions sont néanmoins différentes selon les espèces et les produits.

En dépit d'un recul de 10 centimes entre 2008 et 2009, le prix moyen d'achat des volailles et lapin frais s'est accru de 12,0 % depuis 2005 pour s'établir à **7,10 €/kg**. Cette hausse a été particulièrement importante en 2007 (+ 5,0 %) et 2008 (+ 7,6 %), période pendant laquelle les industriels de la volaille ont été en capacité de répercuter aux consommateurs la hausse du coût de l'aliment. Cette tendance haussière s'est inversée dès la fin de l'année 2008, permettant ainsi une reprise des achats.

En raison de la forte hausse des prix, le budget des ménages français consacré à l'achat de volailles et lapin s'est accru de 9,1 % depuis 2005. Il a néanmoins baissé de 0,2 % entre 2008 et 2009.

Depuis le début de l'année 2010, les tendances amorcées en toute fin d'année 2009 se sont poursuivies, à savoir que les quantités achetées se sont inscrites en hausse (+ 6,1 % sur 6 périodes) avec un prix en recul de 0,7 %.



Le **poulet** consolide encore en 2009 sa place de volaille la plus consommée par les ménages français, à hauteur de 45 %, contre 42 % en 2005. L'ensemble des achats de poulet a progressé de 2,9 % ; et le poulet prêt-à-cuire (PAC), qui avait plutôt reculé par le passé, a repris son développement (+ 3,3 %), bénéficiant sans aucun doute de son niveau de prix plus bas que les découpes mais qui demeurent la forme la plus consommée avec 63 % des volumes. En effet, le poulet est le produit carné frais le meilleur marché : le poulet PAC a été acheté à 4,63 €/kg en moyenne en 2009 (- 2,4 %) et les découpes ont coûté 6,61 €/kg (- 0,6 %). En moyenne, le poulet s'est vendu à 5,88 €/kg, en baisse de 1,1 % par rapport à 2008.

A l'inverse du poulet, la baisse de consommation de la viande de **dinde** se poursuit en 2009. Elle est toujours pénalisée par son prix (7,56 €/kg ; - 0,2 %) jugé trop élevé par rapport à sa qualité perçue. Ainsi, les quantités achetées ont reculé de 2,8 % dans un univers concurrentiel plutôt dynamique ; sa part dans l'univers « volailles fraîches » n'est plus que de 15,5 % en 2009. Elle était de l'ordre de 24 % en 1999.

En 2009, le **canard** a été pénalisé par son prix d'achat (10,20 €/kg), le plus élevé des volailles, et son image de produit haut de gamme (le magret de canard notamment). Ainsi, les quantités achetées par les ménages ont été moindre de 2,4 % par rapport à 2008.

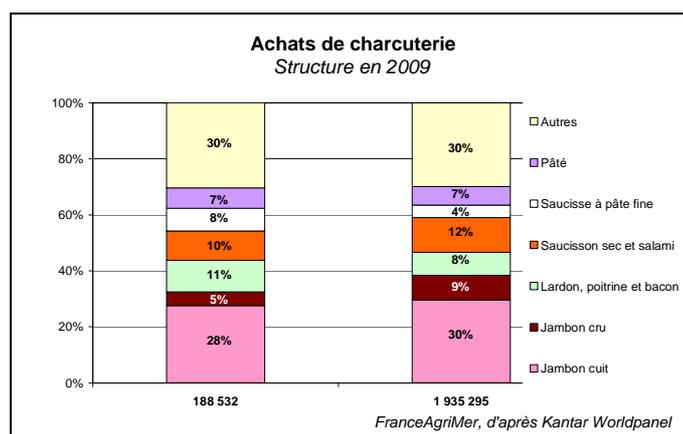
La **pintade** a, en 2009, été significativement orientée à la hausse (+ 2,8 %). En effet, des opérations de mise en évidence dans les rayons des **GMS** a facilité les achats par les ménages qui ne pensent pas nécessairement à consommer cette volaille spontanément. Les volumes restent cependant faibles puisque la pintade représente 3 % des volailles. Son prix (7,82 €/kg) s'est inscrit en léger recul (- 1,1 %) après deux années 2007 et 2008 de forte hausse (+ 5,6 % et + 6,4 %).

Les tendances observées sur les **produits élaborés** n'échappent pas à ceux de volailles. Les consommateurs, à la recherche de praticité et de nouveauté, ont accru leurs achats de 3,8 % en 2009 par rapport à 2008, encouragés par des prix en baisse de 2,2 % à 8,04 €/kg. Avec 17,6 %, ils représentent la deuxième forme de consommation de volailles fraîches après le poulet.

En 2009, le secteur du **lapin** a encore été en difficulté en raison du déséquilibre entre l'offre et la demande. Aussi, la limitation volontaire de la production s'est répercutée sur les quantités achetées par les ménages (- 6,0 %) pour des prix restés stables à 8,36 €/kg. Toutefois, les ventes de lapin sont soutenues par une proportion croissante de promotion.

Les tendances observées en 2009 se sont poursuivies au début de l'année 2010 : à l'exception de la dinde, les volumes achetés sont en hausse, notamment ceux concernant le poulet favorisé par des opérations de promotions. Les prix, en dehors du canard dont les disponibilités ont été réduites par la filière grasse, s'inscrivent plutôt à la baisse.

- Structure et évolution des achats de charcuterie



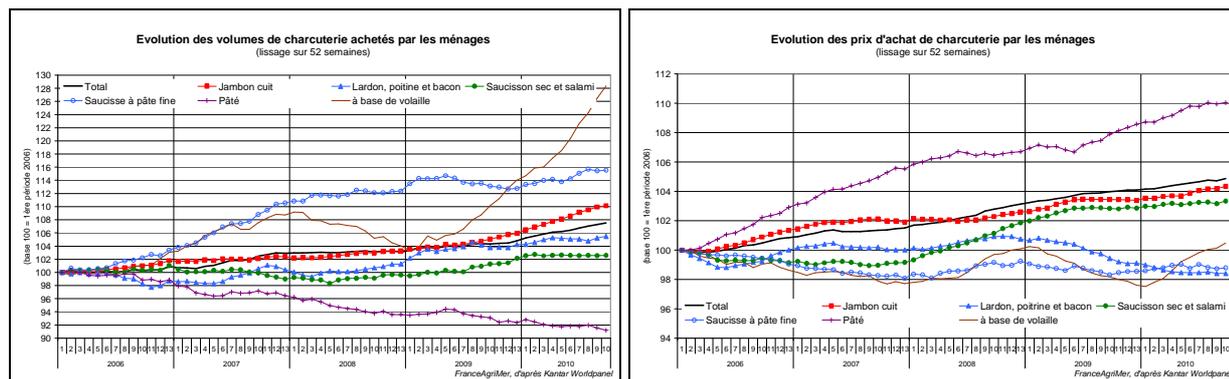
Avec plus de 30 % des volumes, la charcuterie-salaison est le deuxième groupe de produits carnés consommés par les ménages français (**682.800 tonnes** en 2009).

En outre, c'est le seul secteur dans les produits carnés en développement régulier. En effet, depuis 2005, les achats des ménages de charcuterie-salaison ont augmenté de 4,8 %, ce qui correspond à une croissance dynamique (+ 1,2 %/an) dans un secteur en retrait.

Le prix moyen d'achat, 9,58 €/kg en 2009, poursuit également une tendance haussière (+ 4,0 % entre 2005 et 2009). En conséquence, les sommes consacrées à l'achat de charcuterie par les ménages ont progressé sensiblement (+ 2,3 % par an en moyenne).

Ces tendances se poursuivent en début d'année 2010.

Toutefois, ces tendances lourdes masquent de réelles divergences selon les produits de la charcuterie-salaison.



Le **jambon**, qui représente un tiers de volume des achats de charcuterie-salaison, a encore profité en 2009 de son image favorable, tant pour le jambon cuit représentant un produit sain et pratique, que le cru un produit haut de gamme. Ses achats ont progressé de 2,8 % entre 2008 et 2009 malgré son prix qui demeure élevé pour un produit charcutier (10,27 €/kg pour le jambon cuit et 17,46 €/kg pour le cru) mais bas rapporté à la portion (60 grammes en moyenne pour une tranche, soit environ 62 centimes la tranche). Les ménages pénalisés par la crise économique ont donc vraisemblablement privilégié le jambon par rapport à d'autres produits carnés moins économiques à la portion.

Parmi les grandes familles de charcuterie, les **lardons, poitrines et bacon**, les **saucissons secs et salamis**, et les **saucisses à pâte fine** ont enregistré une hausse des volumes achetés en 2009 (respectivement + 2,9 %, + 2,5 % et + 0,4 %). Ces croissances résultent d'une part, comme pour le jambon, du faible prix de la portion carnée et d'autre part, de la tendance actuelle favorisant les plats faits à la maison. La charcuterie de volailles continue également son développement à la faveur d'une offre de plus en plus abondante et innovante (+ 9,6 %), mais elle reste un petit secteur (4 %).

En revanche, les **pâtés** ne bénéficient pas du dynamisme du secteur : leurs achats régressent encore de 1,3 % en 2009.

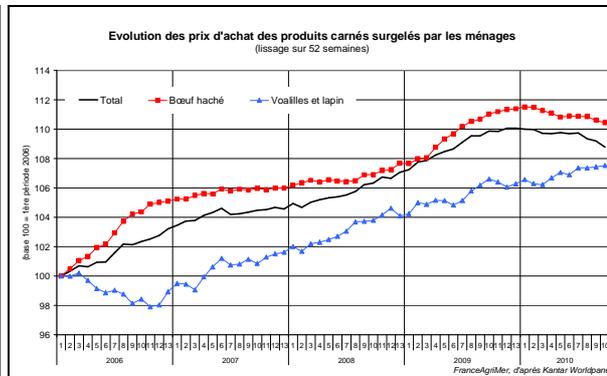
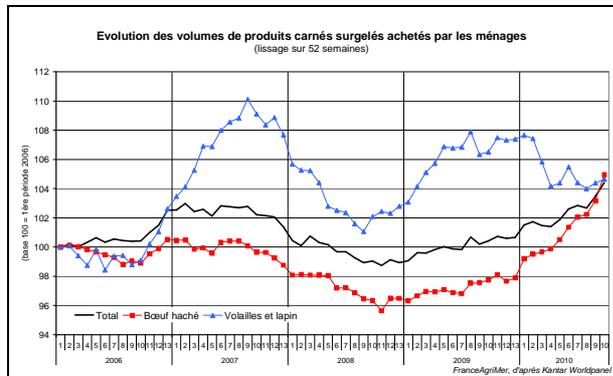
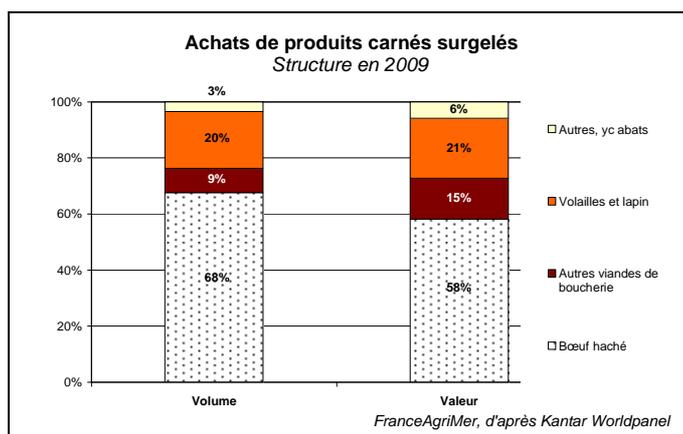
De façon générale, les prix ont plutôt été orientés à la hausse en 2009 (+ 0,9 %) mais les lardons, les saucisses à pâte fine ainsi que la charcuterie de volailles ont enregistré des baisses significatives (- 1,6 %, - 0,6 % et - 2,5 %).

Depuis le début de l'année 2010, à l'instar des autres produits carnés, les tendances se sont poursuivies. Les volumes achetés ont encore progressé (+ 3,4 % en dix périodes) et le prix moyen a augmenté de 1,0 %.

- Structure et évolution des achats de produits carnés surgelés

En 2009 avec **108.100 tonnes**, les produits carnés surgelés ont représenté moins de 5 % des achats totaux. Les volumes d'achats, malgré quelques variations annuelles, sont plutôt stables. En revanche, avec 6,27 €/kg en 2009, le prix moyen d'achat poursuit une tendance haussière importante (+ 10,5 % en 4 ans) qui a été particulièrement marquée en 2006 et 2009. Il reste toutefois largement inférieur au prix des produits frais.

Depuis le début de l'année 2010, la hausse des prix des produits surgelés s'est inversée, favorisant les quantités achetées : elles progressent de 4,9 % sur 10 périodes.

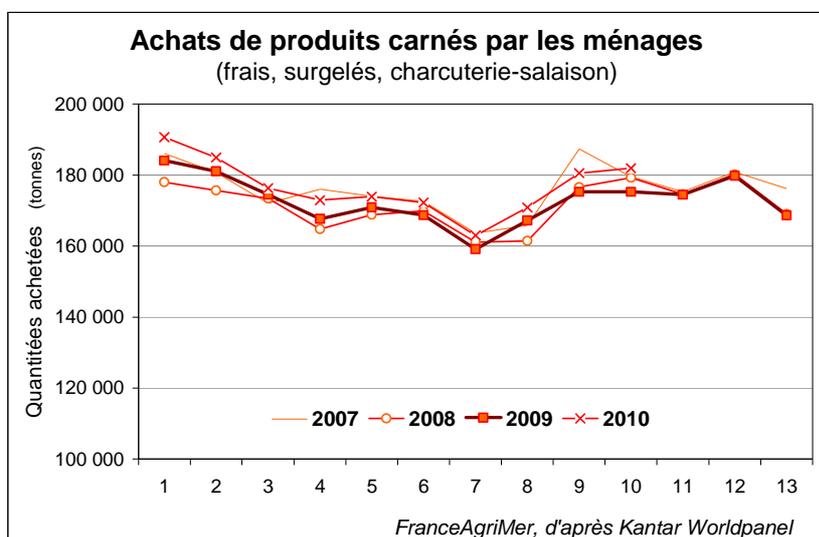


Le marché des produits carnés surgelés est largement dominé par la **viande hachée de bœuf** qui a constitué 68 % des volumes en 2009. Leurs ventes ont progressé en 2009, de 1,5 %, vraisemblablement en raison du prix avantageux (5,39 €/kg) malgré sa hausse (+ 3,4 %) comparativement à la viande hachée fraîche, dont le prix est supérieur de 3,7 € par kilo.

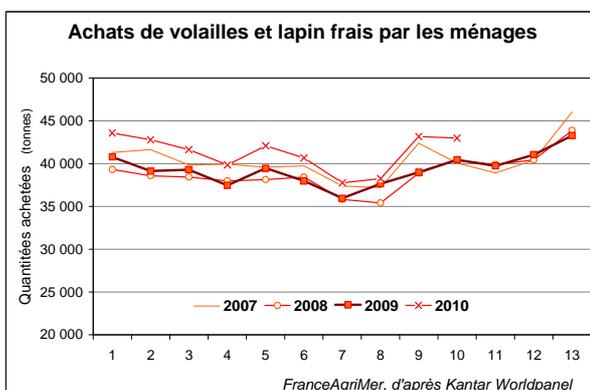
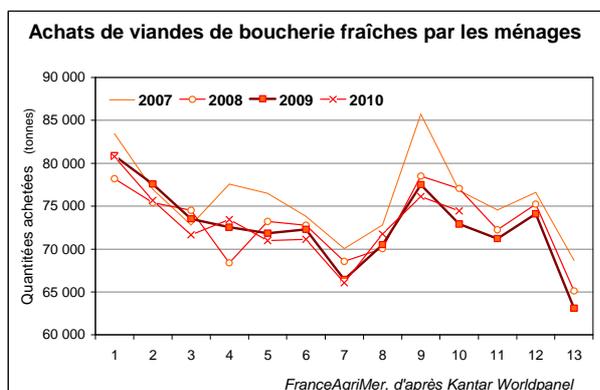
En 2009, les achats de **volailles et lapin surgelés** se sont développés de 4,5 % bien que leur prix (6,65 €/kg) ne soit pas si différent des produits frais.

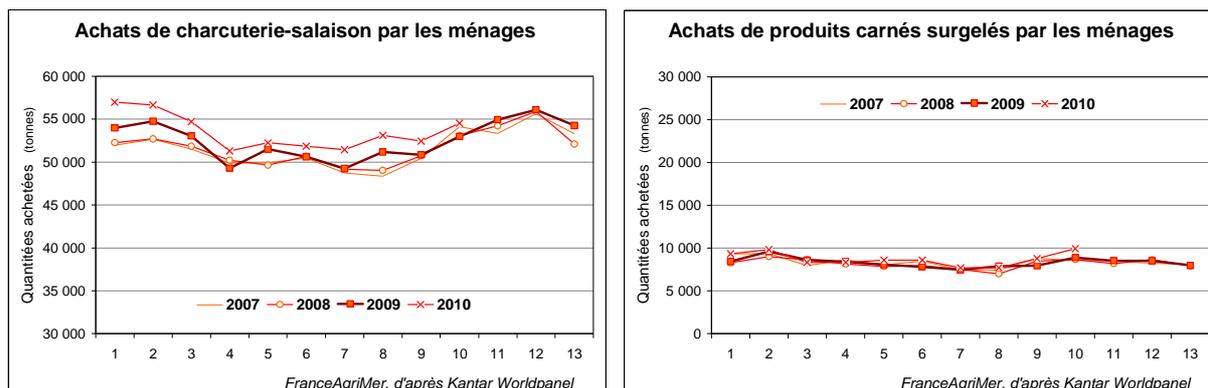
1.2.2 Saisonnalité des achats (cf. graphiques n°2 à 17 en annexe)

Les achats de produits carnés par les ménages suivent une certaine saisonnalité, plus ou moins grande selon les types de produits. De façon générale, les achats sont élevés lors de la première période, surtout si le 1^{er} janvier y est inclus ; puis ils se réduisent régulièrement jusqu'aux périodes 7 et 8, correspondant à une période allant de fin juin à mi-août pendant laquelle les panelistes sont proportionnellement plus en congé. Les volumes sont de l'ordre de 15 % inférieurs à ceux de début d'année. La neuvième période qui coïncidait avec des périodes de rentrée et de promotions sur certaines viandes, en particulier la viande de porc, marquait une augmentation importante des achats. Les industriels ont cherché à limiter les promotions depuis deux ans afin de mieux valoriser leur production ; ainsi le pic d'achats de la neuvième période semble s'être atténué, voire avoir disparu. En fin d'année, les volumes se tassent : les achats en 13^{ème} période sont en général 5 % plus bas que ceux de la première.



Bien évidemment, selon les types de produits et les espèces, les comportements d'achats sont plus ou moins marqués. Les graphiques suivants, volontairement mis à la même échelle, illustrent la saisonnalité marquée des viandes de boucherie qui s'impose à l'ensemble des produits carnés, ce qui est logique compte-tenu du fait qu'elles constituent les plus gros volumes et qu'elles ont la saisonnalité la plus marquée.





Il faut noter, à la treizième période, la sous-consommation importante des viandes de boucherie au profit des volailles. En effet, en fin d'année, les ménages achètent beaucoup plus de volailles festives (dinde entière, oie, chapons...) et donc proportionnellement moins de viandes de boucherie, en particulier celle de porc qui n'a pas cette image festive (cf. graphique n°12).

La charcuterie est achetée de façon globalement homogène sur les neuf premières périodes de l'année, y compris pendant les périodes 7 et 8, ce qui est notable compte-tenu qu'elles correspondent aux congés estivaux. Les ménages privilégient sans doute des produits carnés pratiques à consommer, froids pour cette période où les pique-niques sont courants. En fin d'année, les achats de charcuterie progressent régulièrement pour diminuer en décembre. Les achats de produits surgelés varient peu tout au long de l'année, ce qui correspond à la disponibilité de ces produits.

Parmi les saisonnalités les plus marquées, celle propre à la **viande ovine** (graphique n°8) est caractéristique : lors de la période incluant Pâques, les achats d'agneau (gigot ou côtes) sont deux fois plus importants que pour les autres périodes.

La viande **de porc** qui faisait l'objet de promotion dans les grandes et moyennes surfaces en janvier et en septembre, présentait une augmentation des volumes achetés lors des périodes 1 et 9. Ces promotions étant nettement réduites depuis 2 ans, cette saisonnalité est moins marquée. Enfin, le mois de décembre est peu propice à l'achat de porc (graphique n°9).

Les **viandes hachées fraîches** sont relativement plus achetées lors de la période 9 qui correspond à la rentrée scolaire. Il est vraisemblable que les ménages consacrent préférentiellement leur budget à d'autres dépenses que les produits alimentaires. Aussi, ils privilégient des produits carnés bon marché.

En volailles, le **canard**, la **dinde** et la **pintade** ont des profils d'achat similaires avec une forte dernière période comparée aux autres. Les achats en période 13 peuvent être jusqu'à trois fois supérieurs.

Le lapin et le poulet sont des produits beaucoup moins marqués d'un point de vue festif et leurs achats sont bien moindres en fin d'année.

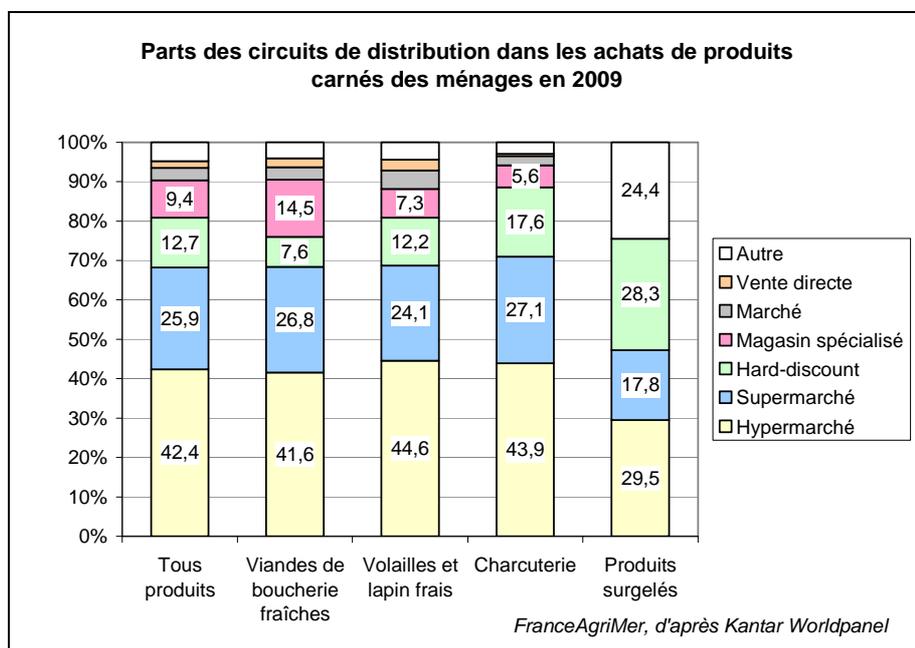
1.2.3 Circuits de distribution

En 2009, les ménages ont réalisé un peu moins de 70 % de leurs achats de produits carnés dans les grandes et moyennes surfaces (GMS). En y ajoutant les achats en hard-discount, la part atteint 82 %.

Pour autant, les ménages demeurent toujours relativement attachés aux magasins spécialisés (boucherie, volailler, charcuterie-traiteur) puisqu'ils y achètent 10 % des produits carnés totaux. Les achats sur les marchés ou en vente directe ne sont pas non plus négligeables (3 % et 2 %). A titre comparatif, les achats des ménages de produits laitiers ont été effectués à plus de 95 % dans les hypermarchés, supermarchés et hard-discounts selon le panel consommateur *Nielsen*.

Cette répartition évolue peu dans le temps : en 2007, ces chiffres étaient les mêmes. Néanmoins, la part du hard-discount progresse encore puisque ce circuit représente en 2009 12,7 %, contre 9,6 % en 2003 et 12,2 % en 2007. Ce sont les magasins spécialisés qui en pâtissent puisque leur part est passé de 12,3 % en 2003 à 9,4 % en 2009.

En outre, au sein des GMS, la part des achats en hypermarché s'est encore accrue en 2009 (+ 2,3 points par rapport à 2007) au détriment des supermarchés (- 2,4 points par rapport à 2007). Ceci ne reflète pas réellement de changements dans les comportements d'achats de ménages mais plus une modification du parc des magasins, de nombreux supermarchés étant devenus des hyper suite à un agrandissement. Cette toute dernière tendance pourrait s'interrompre dans la mesure où les enseignes ne cherchent plus, aujourd'hui, à développer systématiquement les hypermarchés et retournent vers des magasins plus petits situés notamment en zone urbaine (réinvestissement dans les centres villes des grandes agglomérations).



Les **viandes de boucherie fraîches** sont largement moins achetées en hard-discount que les autres produits carnés (moins de 8 % des achats) et le sont beaucoup plus en boucherie (près de 15 %). Cette spécificité est d'autant plus marquée que la viande est particulière aux yeux du consommateur et consommée dans des moments spécifiques (repas entre amis, repas de fête...): la viande de **veau** et la viande **ovine** sont les plus achetées en boucherie (respectivement 23 % et 20 %). A *contrario*, les achats de viande de porc et de viande hachée, des produits plus courants, sont moins achetés en boucherie (autour de 10 %).

La viande de **cheval**, faute de disponibilité dans toutes les GMS, est proportionnellement moins achetée dans ces circuits (55 %) et beaucoup plus en boucherie (17 %) et sur les marchés (23 %) où des stands spécialisés en cheval sont présents.

En terme de prix, il existe un différentiel important entre les achats effectués en GMS, en hard-discount et en magasin spécialisé : de façon schématique, la viande est 1,5 fois plus chère en magasin spécialisé qu'en GMS et, en GMS, elle est soit à peu près aussi chère qu'en hard-discount pour les morceaux plus nobles et 1,2 fois plus chère pour les produits élaborés à base de viande de boucherie plus basiques, comme la viande hachée ou les saucisses. Ce différentiel peut tout à fait s'expliquer par la différence de nature des produits vendus : en magasins spécialisés, des viandes haut de gamme, notamment les races à viande françaises pour le bœuf, sont généralement privilégiées tandis que dans les autres circuits, les animaux sont d'origine plus standard.

Comme pour les viandes de boucheries, les **volailles et lapin frais** sont également achetés pour 70 % en GMS et 12 % dans les hard-discounts. En revanche, ils sont beaucoup proportionnellement bien plus achetés sur les marchés (5 %) et en vente directe (3 %) par rapport aux magasins spécialisés (7 %). De même, plus la volaille est spécifique, moins elle est achetée en GMS. Ainsi, les boucheries, volaillers, charcutiers-traiteurs (11 %), les marchés (12 %) et la vente directe (7 %) sont des circuits de distribution surreprésentés dans les achats de **pintades**. Les **canards** et les **lapins** suivent également cette même logique. A l'inverse, le **poulet PAC**, un des produits de volailles les plus standards, est acheté à 94 % en GMS + hard-discount.

Le différentiel de prix des volailles et lapins frais entre les magasins spécialisés et les GMS est assez homogène selon les espèces, autour de 30 %. Les prix pratiqués en GMS sont également en moyenne 1,3 fois plus élevés qu'en hard-discount, en dehors du canard, - étant la volaille la plus onéreuse -, qui n'est que 10 % plus chère en GMS.

Grâce au très grand nombre de produits disponibles au rayon libre-service des GMS et des hard-discounts, sous des formats et conditionnements variés, la **charcuterie-salaison** est achetée dans 88 % des cas en GMS et hard-discount, à 93 % pour le jambon. Les autres circuits demeurent des lieux d'achats marginaux où les consommateurs complètent leurs achats de viandes.

Les prix moyens d'achats sont très différents entre les GMS et les hard-discounts (facteur de 1 à 1,5). Cela s'explique par la diversité de l'offre, y compris des produits haut de gamme, en GMS au regard du petit nombre de références et du niveau qualitatif des produits en magasins discount.

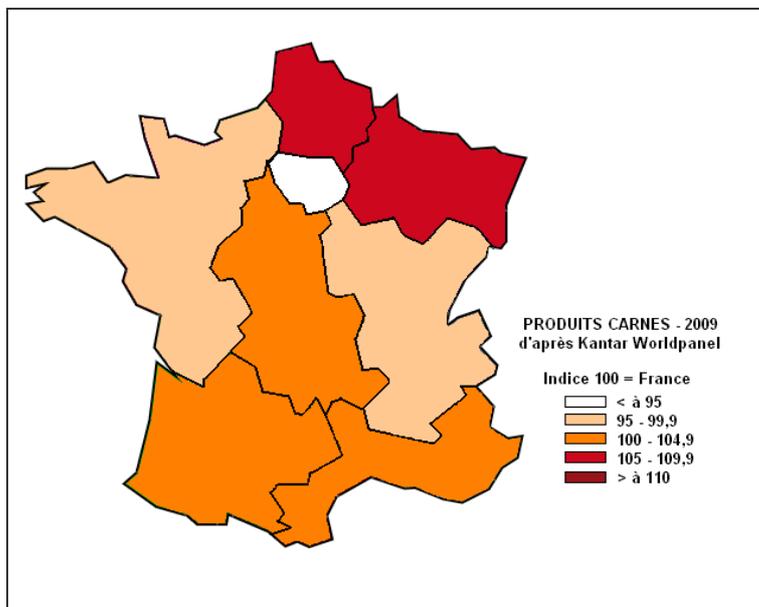
La part de **produits carnés surgelés** qui ne sont pas achetés en GMS et hard-discount, 24 % des volumes, est la plus importante par rapport aux autres types de produits carnés. Elle correspond aux achats effectués dans les magasins spécialistes des produits surgelés. La part des achats en hard-discounts est également conséquente : 28 %. Ainsi, moins de la moitié des achats de viandes surgelées est effectuée en GMS.

Il est délicat de comparer la différence de prix entre les circuits de distribution : pour les produits carnés surgelés, les gammes proposées sont très différentes avec très peu de références en hard-discount, à base de steaks hachés, et des produits nombreux et parfois de très haute gamme dans les enseignes spécialistes.

1.2.4 Particularités régionales

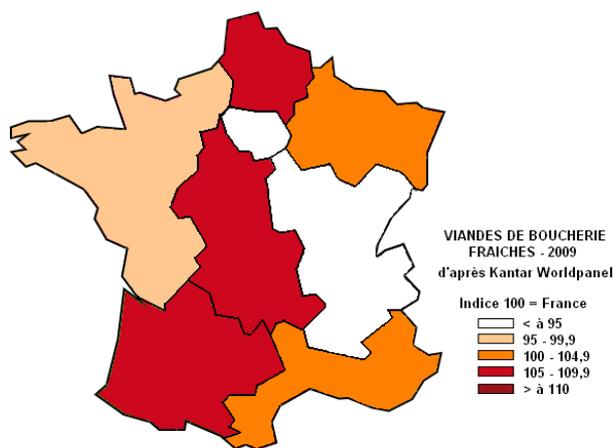
La consommation de produits carnés, pris dans leur ensemble, n'est pas très marquée régionalement. Trois zones se distinguent un peu plus des autres :

- la région Nord et la région Est où la consommation des produits carnés est plus importante que dans le reste de la France
- et l'Île-de-France où les achats sont inférieurs.



Les variations des achats d'une région à l'autre sont bien sûr à rapprocher des traditions culinaires et gastronomiques mais également des habitudes de vie et des critères sociodémographiques. Par exemple, les Franciliens prennent proportionnellement moins de repas à leur domicile que les ruraux. Ainsi, il est logique que les quantités de produits carnés qu'ils achètent soient moindres qu'ailleurs.

- les viandes de boucherie fraîches



La répartition géographique des achats de viande de boucherie fraîches permet de distinguer 3 zones :

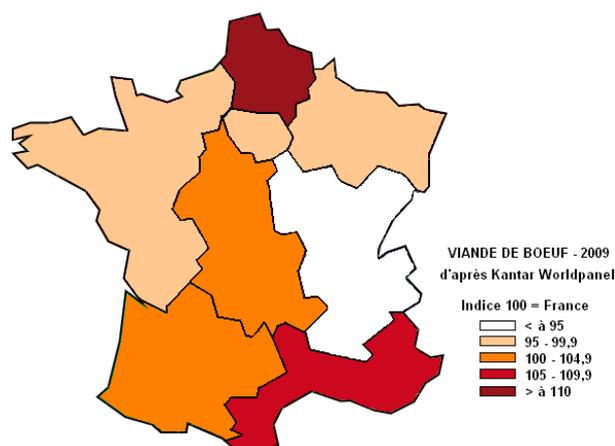
- l'Île-de-France, le Centre-Est et l'Ouest qui présentent globalement pour tous les produits une plus faible consommation que la moyenne nationale (exception faite de l'Île-de-France sur consommatrice des viandes ovine et chevaline) ;
- le Nord, le Centre Ouest et le Sud Ouest qui sont des régions sur-consommatrices de viandes de boucherie, soit pour des produits plutôt peu chers comme le Nord, soit pour des consommations plus typées (la viande de veau dans le Sud Ouest) ;

- enfin, l'Est et le Sud Est qui ont des consommations globalement plus conformes à la moyenne nationale même si elles présentent néanmoins des spécificités (cf. infra).

- **Le bœuf** (hors produit élaboré, dont viande hachée)

Avec 4,2 kg de viande de bœuf fraîche achetée en moyenne par personne, le Nord est la région la plus grosse consommatrice (3,7 kg en France en 2009). D'ailleurs, cette place de leader serait renforcée en ajoutant la consommation de viande hachée (2,1 kg/an/personne dans le Nord pour une moyenne nationale de 1,6 kg).

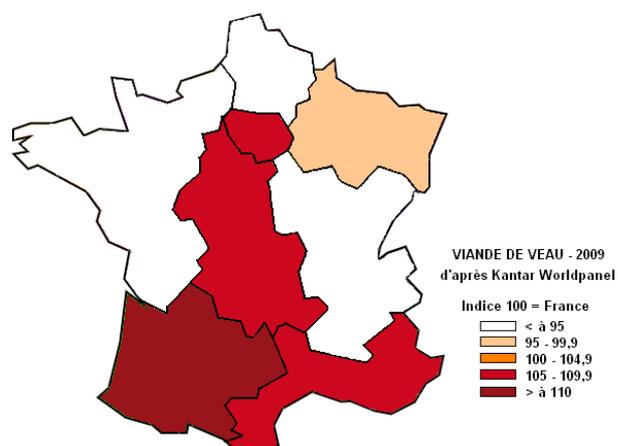
Avec près de 4 kg, le Sud Est est la deuxième région la plus consommatrice. En revanche, à la faveur d'un revenu par foyer plus important, la part de viande à griller par rapport à la viande à bouillir/braiser est plus élevée que la moyenne nationale : 72 % contre 66 %.



Parmi les spécificités, les habitants de l'Est, pourtant forts consommateurs de viandes de boucherie, achètent relativement peu de bœuf (3,6 kg) et privilégient particulièrement les viandes à bouillir qui constituent 40 % de leurs achats de bœuf, soit 1,5 kg acheté en 2009 (contre 30 % en moyenne pour la France, soit 1,1 kg).

Enfin, la région parisienne, dont les achats de viandes sont traditionnellement faibles, présente un niveau d'achat moyen (3,6 kg) quasiment équivalent à la moyenne nationale et avec la plus forte proportion de viande à griller et rôtir (75 %).

• Le veau (hors produits élaborés)



La consommation de veau est bien plus marquée régionalement : le Sud Ouest, zone de production traditionnelle (veaux sous la mère notamment) est la zone la plus consommatrice, avec 1,4 kg acheté par personne en 2009 (1,2 kg en moyenne nationale). Viennent ensuite le Sud Est et le Centre Ouest où, soit pour des raisons de proximité avec les zones de production, soit en raison de revenu important (la viande de veau est la plus chère de toutes les viandes). L'Île-de-France, en raison du revenu moyen élevé est une région forte consommatrice, au regard de ces caractéristiques classiques.

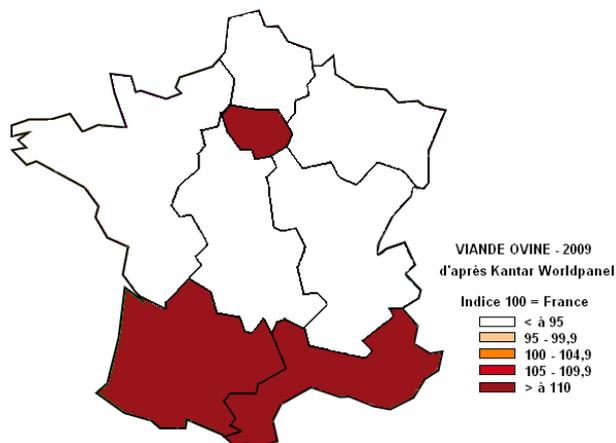
A *contrario*, les régions Nord, Est, Ouest et Centre Est sont sous consommatrices.

• La viande ovine

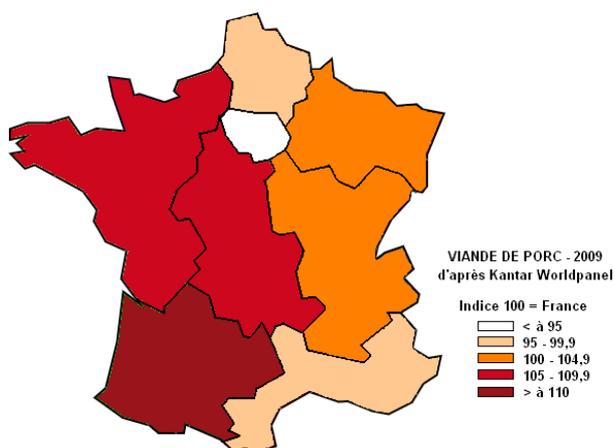
La viande ovine est l'une des viandes dont la consommation est la plus régionalisée. Elle est consommée en Ile-de-France et dans le sud de la France. Très peu ailleurs, en particulier dans les régions Est et Centre. En 2009, les quantités achetées individuelles ont varié du simple (800 g dans le Centre Est) au double (1,7 kg dans le Sud Est), pour une moyenne nationale de 1,1 kg.

Comme pour le veau, les raisons de cette répartition sont d'ordre économique et d'ordre géographique. Le sud est la zone où les agneaux sont traditionnellement produits.

Par ailleurs, en Région parisienne, tout comme dans le Sud Est, les personnes de confession musulmane, fortes consommatrices d'ovins, sont relativement plus représentées qu'ailleurs sur le territoire.



• La viande de porc



La viande de porc non élaborée est globalement beaucoup plus achetée dans l'Ouest de la France, tandis que les produits élaborés de porc le seront plus dans l'Est.

Le Sud Ouest, grâce à leurs traditions culinaires marquées comme la ventrèche grillée, présente une large consommation de viande de porc fraîche (4,1 kg en 2009, contre 3,7 kg en moyenne nationale).

Le Francilien, avec 3 kg, est le plus faible consommateur de viande de porc fraîche.

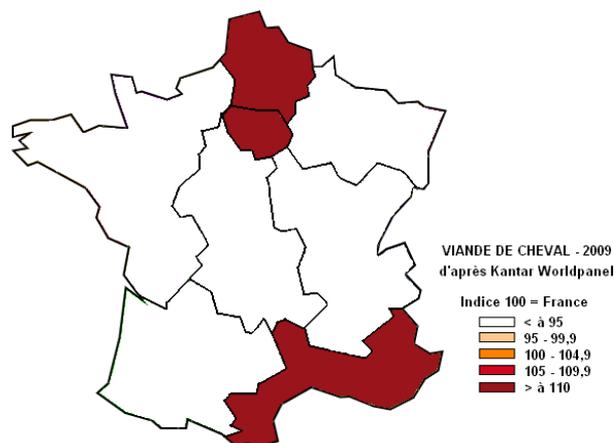
Les saucisses et les produits élaborés de porc sont très consommés dans le Nord et l'Est et dans Sud Ouest, beaucoup moins en Région Parisienne et dans le Sud Est.

• Le cheval

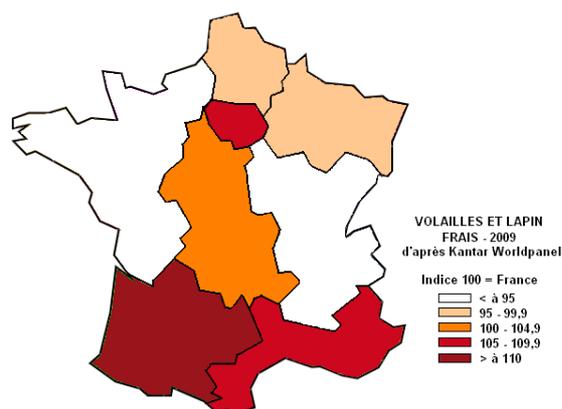
La consommation de la viande chevaline est traditionnelle dans le Nord (290 g en 2009, pour une moyenne française de 150 g)) et en Région Parisienne (220 g). Les chevaux utilisés dans les mines ou comme moyen de locomotion étaient consommés suite à leur réforme.

Aujourd'hui, ces régions disposent encore d'un réseau de commercialisation (boucherie chevaline et marché forain) plus important qu'ailleurs.

C'est également une viande qui est consommée par les personnes les plus âgées, nombreuses dans le Sud Est (170 g).



- les volailles et lapin frais



Les achats de volailles et lapin frais en France marquent des différences régionales importantes par rapport à la répartition géographique de l'ensemble des produits carnés.

Le Centre Est, l'Ouest, l'Est et le Nord sont des régions où les achats sont relativement faibles tandis que la Région Parisienne, le Centre et le Sud de la France sont de plus fortes consommatrices.

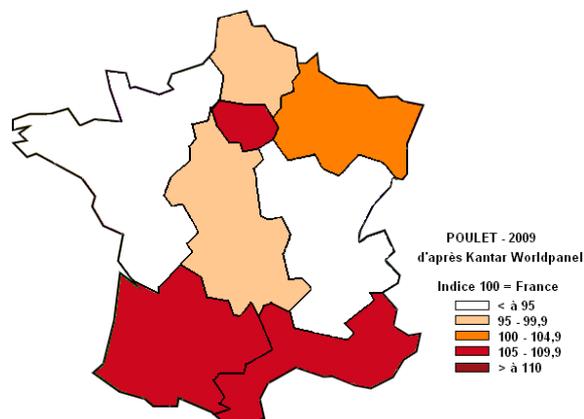
Le Sud Ouest, grâce une consommation de canard deux fois et demie supérieure à la moyenne nationale, ainsi que celle de poulet

jaune des Landes, est la région la plus consommatrice de volailles et lapin frais.

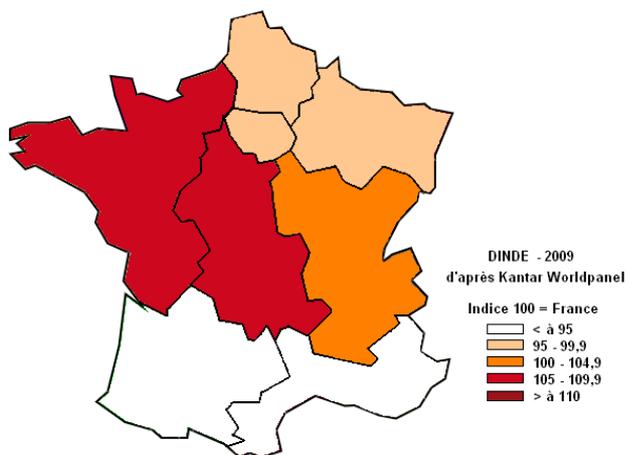
• Le poulet (hors produits élaborés)

La répartition géographique de la consommation de poulet est plutôt concentrée au sud de la France et à l'Île-de-France où environ 4,2 kg par personne y sont achetés (3,8 kg en moyenne en France). Dans l'Ouest et au Centre Est, moins de 3,5 kg sont achetés.

Parmi les particularités, l'Ouest et le Nord ne sont pas des régions de forte consommation privilégient proportionnellement le poulet PAC dans leurs achats. A l'inverse, l'Est, le Sud ouest et le Centre Est favorisent les découpes de poulet.



• **La dinde** (hors produits élaborés)



La viande de dinde est particulièrement achetée dans le Centre Ouest et l'Ouest où 1,7 kg par personne et 1,4 kg y ont été achetés en 2009, pour une moyenne nationale de 1,3 kg. La proximité de la zone de production doit contribuer à cette tendance.

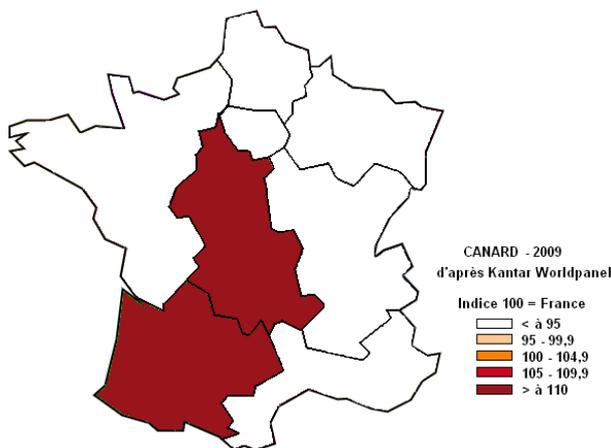
La viande de dinde est peu achetée dans le Sud de la France, notamment dans le Sud Est (1,1 kg). Ailleurs, la consommation est relativement homogène entre les régions.

• **Le canard**

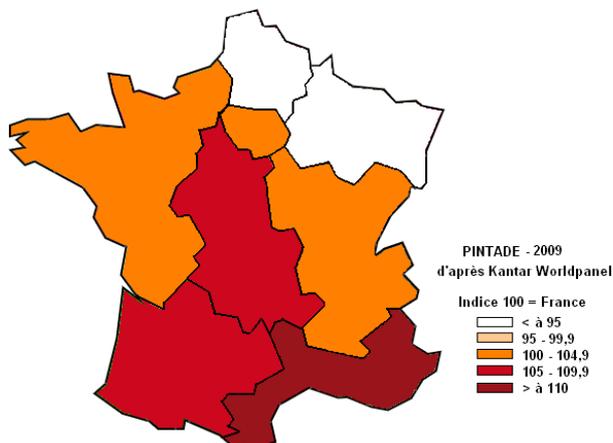
Les achats de canard sont 2,5 fois plus importants dans le Sud Ouest (1,4 kg par personne en 2009) que sur l'ensemble du territoire (540 g). Il est clair que la gastronomie et la tradition locales sont à l'origine de cette surconsommation.

La deuxième région consommatrice est le Centre Est mais ces habitants arrivent loin derrière, avec seulement 620 g achetés.

A l'opposé, un habitant de la région Nord est le plus faible consommateur français de canard avec 320 g achetés en 2009, soit plus d'un kilo en moins qu'une personne du Sud Ouest.



• **La pintade**



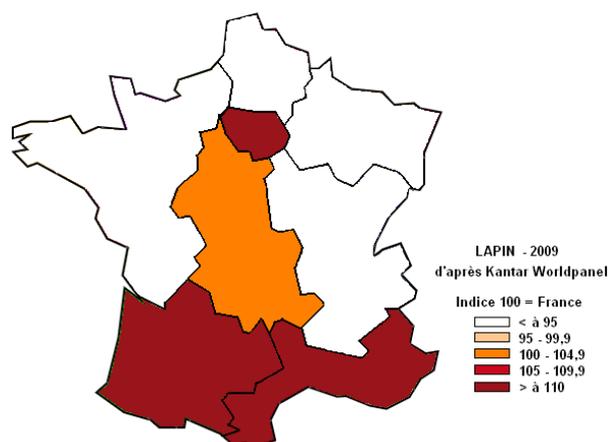
La consommation de pintade est importante dans les régions de l'Ouest et du Sud de la France, tandis qu'elle est plus faible dans le Nord Est.

Toutefois, il faut relativiser cette régionalisation dans la mesure où la consommation nationale est faible (270 g en 2009 par habitant). En moyenne, dans le Sud Est, une personne en achète 320 g, alors que dans l'Est, seulement 170 g.

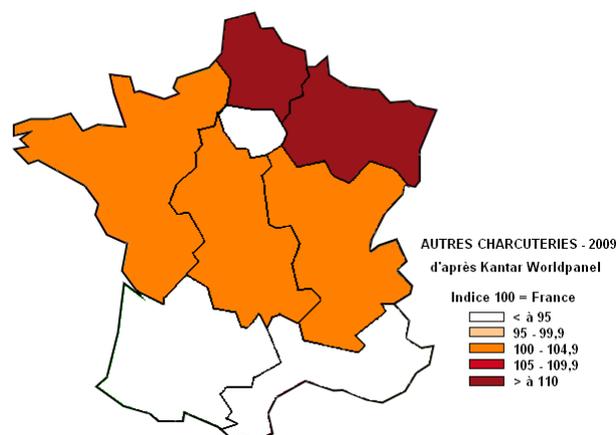
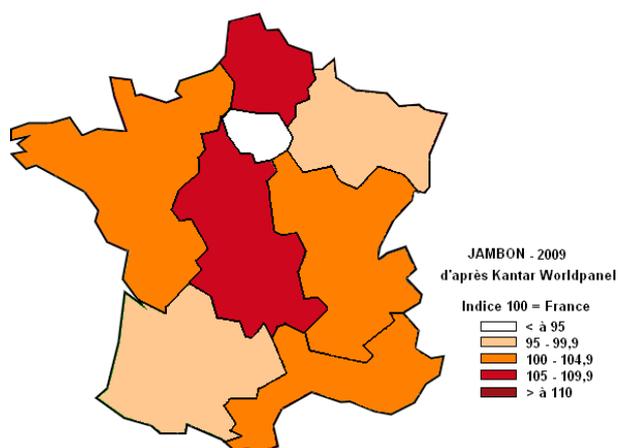
• Le lapin

Le lapin est majoritairement consommé dans le Sud de la France ainsi qu'en Région Parisienne. Sa consommation varie de 490 g par personne en 2009 dans le Nord à 700 g dans le Sud Est pour une moyenne nationale de 570 g.

C'est une viande qui est plus consommée par les personnes âgées ce qui explique son importance dans le Sud Est et en Ile-de-France.



- la charcuterie-salaison



La consommation des produits de charcuterie et de salaison est très différente d'une région à l'autre. Pour le jambon, les achats moyens en 2009 ont varié de 3,2 kg pour un Francilien à 3,7 kg pour une personne habitant le Centre Ouest, tandis que la moyenne était de 3,9 kg. La consommation de jambon est plutôt homogène sur l'ensemble du territoire alors que celle des autres charcuteries est beaucoup plus disparate puisqu'un Francilien n'en a acheté que 7,5 kg contre 10,6 kg pour une personne de l'Est, soit 30 % de moins (un Français en a acheté 9 kg).

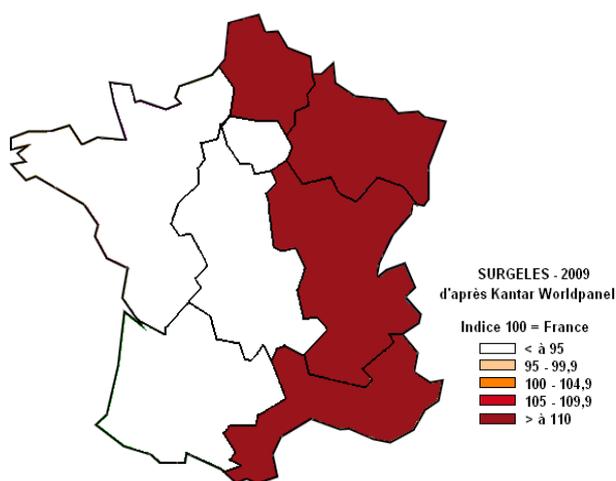
Les particularités régionales peuvent être notées :

- dans le Nord et l'Est, gros consommateurs, les achats de lardons, poitrine et bacon et de saucisses à pâte fine sont très importants tandis que ceux de jambon, bien que plutôt supérieurs à la moyenne nationale, sont proportionnellement moindres.
- dans le Centre Ouest et l'Ouest, régions sur-consommatrices, les jambons sont beaucoup achetés, ainsi que les pâtés.
- dans le Centre Est, les habitants qui consomment moins de charcuterie qu'en moyenne nationale, favorisent le jambon cuit, le saucisson sec ou salami et délaissent plus les pâtés et les saucisses à pâte fine.

- dans le sud, zone globalement très sous consommatrice de charcuterie, le jambon cru et le saucisson sec ou salami sont relativement plus achetés, contrairement aux pâtés.
- en Ile-de-France, tous les produits, en dehors de la charcuterie à base de volaille, sont moins consommés que dans le reste du territoire.

- les produits surgelés

Il existe une très forte régionalisation des achats de produits carnés surgelés, bien qu'elle s'explique mal. Ils varient de 1,3 kg dans l'ouest à 2,2 kg dans le Sud Est pour des achats moyens de 1,8 kg en 2009.



Toutes les régions de l'Est de la France ont une consommation particulièrement élevée des produits surgelés, tandis que celles de l'ouest et l'Ile-de-France en consomment beaucoup moins.

Dans les régions du Nord et de l'Est, l'effet prix peut être une des explications de la surconsommation. En effet, la proportion de foyers modestes et de classe de revenus moyenne inférieure y est importante.

Pour le Sud Est, la raison principale n'est sans doute pas la même, mais plutôt un moyen de s'approvisionner plus facilement dans une région plus éloignée des zones traditionnelles de production.

1.2.5 Profils des acheteurs

Pour comprendre les données du panel Kantar Worldpanel relatives aux profils des acheteurs sur les achats de produits carnés, il est nécessaire de savoir que différents critères se recoupent. Par exemple, les classes de revenu dépendent bien évidemment du revenu global du foyer mais également du nombre de personnes constituant le foyer. Ainsi, à revenu égal, un foyer pourra être classé dans la catégorie « modeste » parce qu'il est composé de 4 personnes alors qu'un autre pourra être dans la « moyenne supérieure », étant constitué que d'une seule personne.

De même, un foyer dont la personne responsable des achats (PRA) a entre 35 et 49 ans est constitué en moyenne de 3,13 personnes alors qu'un foyer dont la PRA a plus de 65 ans de 1,50 seulement.

Ces critères croisés permettent donc de mieux comprendre pourquoi, de façon générale,

- les ménages dont la PRA est âgée de moins de 35 ans ou de plus de 65 ans consomment moins de produits carnés que ceux où la PRA a entre 35 et 64 ans ;
- plus un ménage est classé dans une catégorie de revenu basse, plus il consomme de produits carnés en raison du nombre plus élevé de personnes au foyer. En revanche, rapportée à la personne, la consommation de produits carnés est d'autant plus basse que la classe de revenu est basse.

Enfin, ces orientations relatives à la composition des ménages évoluent très peu dans le temps. Ce qui était observé il y a 5 ans l'est toujours aujourd'hui.

En dehors de ces grandes caractéristiques, d'autres tendances se confirment.

- En fonction de l'âge de la PRA :

. Les ménages les plus jeunes (moins de 35 ans), qui sont globalement sous-consommateurs de produits carnés, consomment proportionnellement encore moins de viandes de boucherie fraîches, en particulier celles qui sont chères comme le veau, l'agneau et le cheval mais aussi celles qui nécessitent, ou que les consommateurs estiment nécessiter, un savoir-faire culinaire (les abats). Il en est de même pour les volailles et lapin frais. Les animaux entiers à cuire (lapin, pintade, poulet PAC) sont peu achetés.

A l'inverse, les produits d'usage facile comme les élaborés de volaille ou de viande de boucherie, et la viande hachée, tout particulièrement celle surgelée, la charcuterie sont très appréciés de ces jeunes foyers.

Le prix moyen d'achats de produits carnés par ces ménages sont quasiment systématiquement plus bas que la moyenne nationale.

. Les ménages dont la PRA a entre 35 et 49 ans ont des préférences similaires aux foyers les plus jeunes. La viande hachée (fraîche et surgelée) est particulièrement consommée, sûrement en raison de la présence des enfants dans ces familles et de son aspect pratique. La charcuterie, et notamment le jambon cuit, les élaborés de volailles, dans une moindre mesure ceux d'animaux de boucherie, sont également fortement achetés par ces ménages. Les élaborés correspondent bien aux attentes de ces ménages : ce sont des produits commodes et rapides à préparer, souvent appréciés des enfants et des mères famille ayant une activité professionnelle.

Les viandes plus traditionnelles, plus chères, et celles dont le temps de préparation / cuisson est plus grand sont plutôt sous-consommées par ces foyers.

Comme pour les tout jeunes ménages, ils achètent leurs produits carnés moins chers.

. Les ménages dont la PRA a entre 50 et 64 ans, bien que composés en moyenne de 2,13 personnes, achètent plus de produits carnés que ceux dont l'acheteur a moins de 50 ans. Ils privilégient nettement les viandes de boucherie, y compris les abats et la viande chevaline. Compte tenu de leur revenu, souvent plus élevé que les autres foyers, ils consomment plus de viandes onéreuses (le veau, le bœuf hors viande hachée, l'agneau) comparativement aux autres foyers. En volailles, ils apprécient le canard, la pintade et le lapin.

A *contrario*, les produits élaborés de volailles et les viandes surgelées sont peu utilisés. Ils consomment également proportionnellement moins de produits charcutiers.

Ces familles appartiennent, selon le classement du CREDOC, à la génération « hypermarché ». Elles allient à la fois un pouvoir d'achat important et des habitudes alimentaires encore traditionnelles où la place du repas, y compris le temps qui est consacré à sa préparation, est toujours importante au sein de la vie familiale.

Les prix moyens d'achats sont assez équivalents à la moyenne nationale, voire légèrement supérieurs.

. Les ménages dont la PRA a plus de 65 ans ressemblent à ceux dont l'acheteur a entre 50 et 64 ans. Néanmoins, ils apprécient proportionnellement plus encore la viande ovine, les abats, la pintade et le lapin. En revanche, contrairement aux foyers plus jeunes, ils rejettent la dinde.

Le prix d'achat est systématiquement plus élevé que la moyenne, et de façon plutôt importante, ce qui est sans doute à mettre en relation avec le fait que ces foyers privilégient plus les circuits traditionnels de distribution et des modes de conditionnement plus petits au prix plus élevé (par exemple, 2 côtes de porc plutôt qu'une caissette).

Il est évident que la consommation de viandes dépend étroitement de la génération à laquelle appartient le chef de famille. Par exemple, les produits élaborés qui ont connu récemment leur développement touchent plus les jeunes générations que les anciennes. De même, les morceaux qui nécessitent une préparation et une cuisson longues sont plus achetés par les personnes plus âgées qui disposent de plus de temps et de savoir-faire culinaire. Mais, parmi les viandes marquées du point de vue générationnel, certaines résistent mieux que d'autres : le veau, même s'il est moins consommé par les jeunes, l'est encore dans des occasions précises (fête de famille...). C'est une viande qu'on achète quelque soit son âge lorsqu'on veut faire plaisir à ses invités. En revanche, pour ces occasions spéciales, les jeunes pensent moins – voire pas – à la pintade ou au lapin.

- En fonction la classe de revenu :

. Les foyers modestes, qui sont composés en moyenne de 3,03 personnes, consomment plus de produits carnés que les autres ménages. Ils privilégient les produits meilleur marché comme la viande hachée, le porc et les produits surgelés. Ils achètent également proportionnellement plus les élaborés, ainsi que la viande de dinde.

En revanche, ils consomment très peu de viande ovine et de veau, de canard, de pintade et de lapin. Les raisons sont à la fois économiques – ce sont souvent des viandes chères –, et générationnelles : il s’agit souvent de foyers avec enfants.

En raison de leur niveau de revenu, le prix moyen d’achat des produits carnés est bien inférieur à la moyenne nationale (- 1,3 €/kg en moyenne sur l’ensemble).

. Les ménages dont la classe de revenu est moyenne inférieure ont un comportement d’achats des produits carnés relativement homogène sur l’ensemble des catégories et consomment un peu plus qu’un foyer moyen, notamment parce qu’ils sont composés de 2,54 personnes, soit 0,24 personne en plus. Parmi les différences significatives, les achats de viande ovine et de pintade sont inférieurs ; au contraire, ceux de porc demi-sel et de dinde sont plus importants. Les prix d’achat sont plutôt inférieurs, mais dans une moindre proportion que pour les foyers modestes.

. Les ménages de classe de revenu moyenne supérieure se distinguent essentiellement par de faibles achats de produits surgelés. A l’inverse, ils favorisent les viandes de veau, ovine et chevaline ainsi que le canard, la pintade et le lapin.

Les prix moyens d’achat sont tous supérieurs (+ 75 centimes/kg sur l’ensemble des produits carnés).

. Les foyers aisés boudent les produits surgelés, la viande de porc et la dinde tandis qu’ils plébiscitent le veau, l’agneau, le canard et la pintade. Il faut également voir dans ces caractéristiques des aspects générationnels puisque la part de ménages âgés (dont la PRA a plus de 65 ans) est plus importante (31 %) que les ménages jeunes (24 % des foyers aisés ont une PRA de moins de 35 ans).

Ils payent en moyenne plus de 2 € par kg leurs achats.

1.3 – LES ACHATS DE PRODUITS CARNES PAR LA RESTAURATION HORS FOYER

Les données qui figurent dans ce chapitre sont issues de deux sources principales :

- les informations générales à l'univers de la restauration hors foyer sont réactualisées chaque année par **Gira Foodservice**,
- et les données quantitatives sur les volumes de produits carnés achetés par les sociétés de restauration sont issues de l'étude réalisée en 2009 - 2010 par le **Crédoc**, l'enquête ayant porté sur les achats de l'année **2008**.

1.3.1 Structure générale de la consommation hors foyer en 2008

Le Crédoc a évalué à **6,7 milliards** le nombre de prestations⁵ hors domicile, ce qui correspond à près de 150 prestations par Français, soit environ 3 repas par semaine.

L'ensemble de ces prestations se répartit sur 3 pôles :

- la *restauration commerciale* qui compte pour 3,0 milliards de repas (45,5 %),
- la *restauration collective* pour 2,9 milliards de repas (43,4 %),
- enfin les *circuits de vente alternatifs* pour 0,7 milliard de repas (9,8 %).

Selon Gira Foodservice, il existe, pour ces différents pôles, des structures indépendantes ou des structures dépendantes de groupes, de chaînes... Environ 70 % des lieux de restauration hors foyer sont indépendants, contre 30 % qui appartiennent à des groupes dont les trois leaders sont McDonald's, Sodexo et Elior.

D'après Gira Foodservice, le secteur de la restauration hors foyer (hors circuits de vente alternatifs) a été en difficulté en 2009, avec un repli de **- 0,6 %** par rapport à 2008, ce qui rompt avec la tendance des 10 dernières années (+ 2,5 % / an en moyenne). Cette évolution s'explique par la dégradation du pouvoir d'achats des ménages qui ont été contraints de limiter leurs dépenses, notamment de loisir.

Ainsi, le secteur de la restauration commerciale a reculé de **- 1,8 %** entre 2008 et 2009, tandis que celle collective a gagné **+ 0,6 %**. Toutefois, dans l'activité collective, ce sont les secteurs sociaux qui progressent, notamment les repas dans les maisons de retraite, alors que la restauration d'entreprises enregistre un recul, les personnes apportant de plus en plus leur « gamelle » sur leur lieu de travail.

Dans le secteur commercial, la restauration rapide (fast-food, sandwicherie...) a progressé en 2009 pendant que les formes plus traditionnelles ont perdu des clients, ce qui illustre également la volonté de réduire le coût d'un repas pris à l'extérieur en période de difficultés économiques.

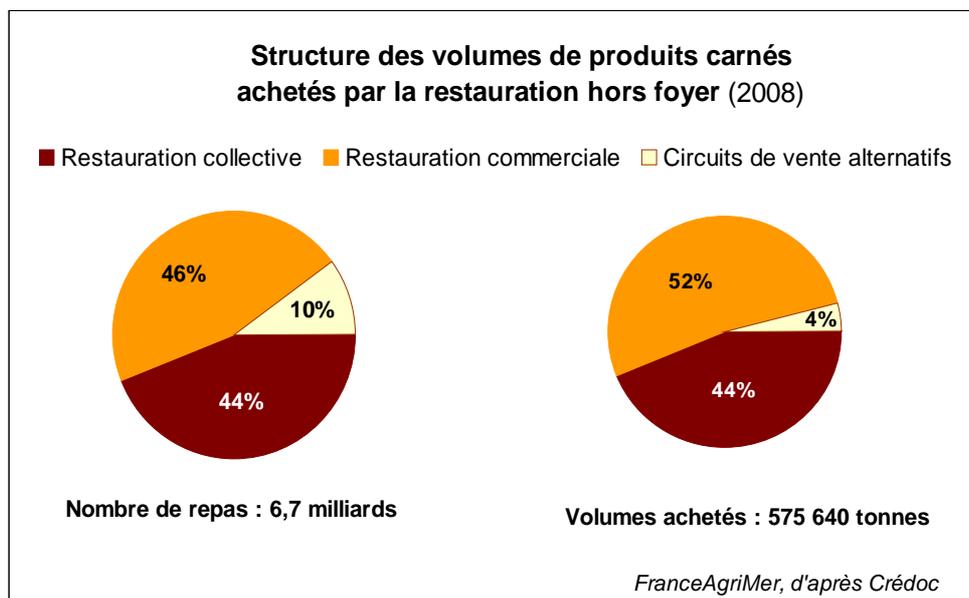
1.3.2 Achats de produits carnés par la restauration hors foyer en 2008

Les achats de produits carnés par la restauration hors foyer ont été évalués **en 2008** par le Crédoc à **575.640 tonnes de produits finis** ⁽⁶⁾ ⁽⁷⁾. Le grammage moyen par repas est ainsi calculé à **86,2 g**. La restauration y a consacré un budget de 3,454 milliards d'euros HT.

(5) La prestation inclut à la fois les repas pris sur place et les achats de vente à emporter.

(6) Le poids de produit fini correspond à poids effectif acheté, quelle que soit la présentation du produit, en carcasse, en muscles, en morceaux.

- Selon les types de restauration :



La restauration commerciale, et plus particulièrement la restauration rapide et les services à table, y compris la restauration hôtelière, qui représente 46 % du nombre des repas, concourt pour 52 % des volumes de produits carnés achetés. Ces achats de produits carnés conduisent à une portion de 99,5 g par repas, soit 13,3 g de plus que la moyenne. Mais ce grammage est très variable selon le type de restauration commerciale puis qu'il évolue entre 34,6 g pour la restauration de transport à 146,8 g pour les hôtels, soit un facteur de 1 à 4.

A l'inverse, les circuits de vente alternatifs représentent 10 % de repas mais seulement 4 % des volumes de produits carnés achetés ; de sorte que le grammage, 34,6 g, est bien inférieur à la portion moyenne.

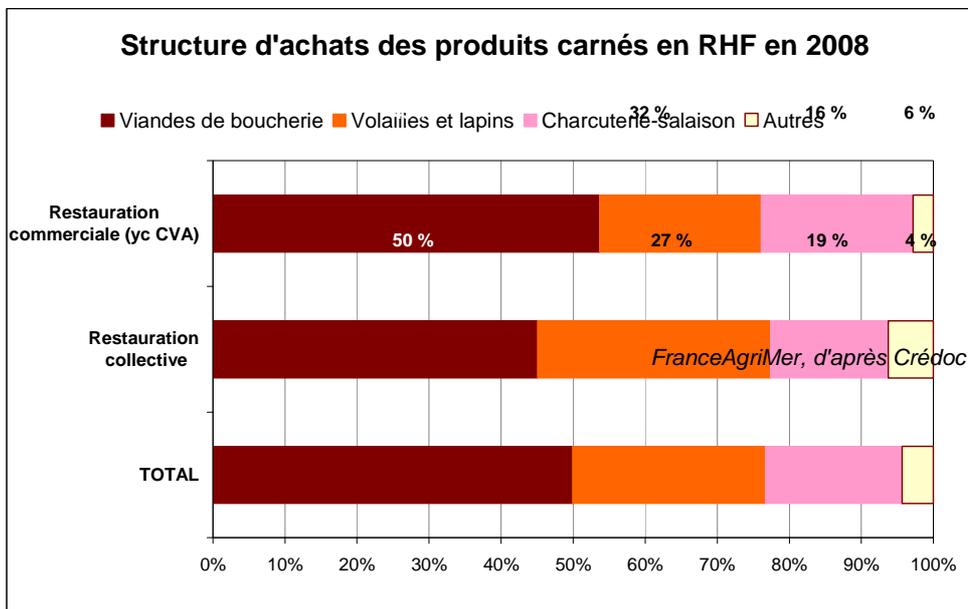
Enfin, la portion carnée de la restauration collective est à peine supérieure à la moyenne (86,6 g) et est plutôt homogène d'un type à l'autre de restaurant. Le circuit collectif représente 44 % des repas et des volumes achetés.

- Selon les types de produits carnés :

Près de la moitié des achats de produits carnés par la restauration hors foyer concerne les viandes de boucherie (viandes bovine, y compris veau, ovine, porcine et produits élaborés) ; un gros quart est consacré aux volailles et lapin, moins d'un cinquième aux produits de la charcuterie-salaison. Le reste (moins de 5 %) est constitué de plats cuisinés ou est à base de produits tripiers.

(7) Ces volumes de viandes sont sous-évalués en raison, d'une part, d'une couverture partielle du panel estimée autour de 70 % et, d'autre part, du fait que certains produits à faible teneur en viande ne sont pas pris en compte dans les données de ce panel.

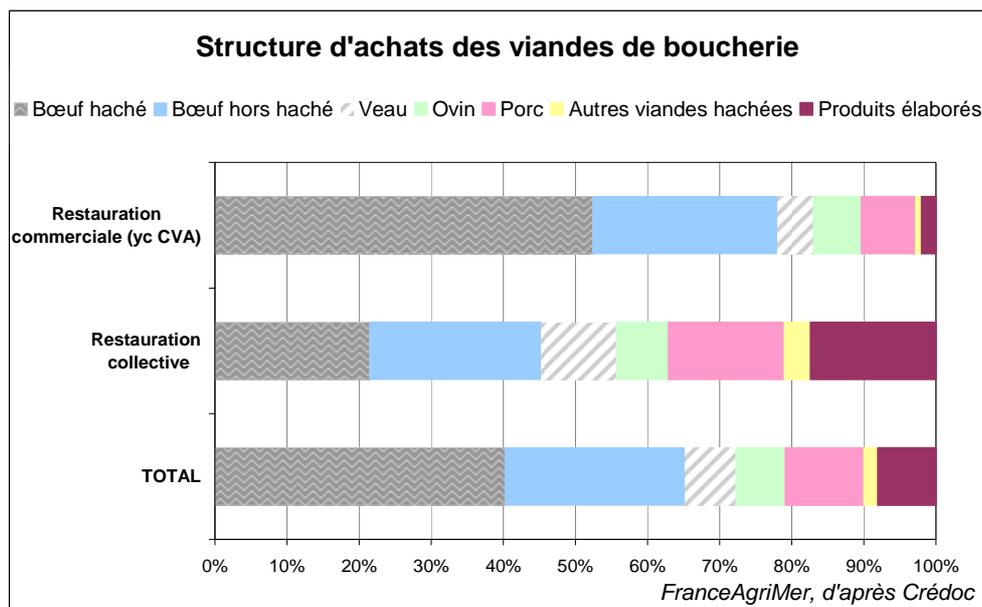
Évidemment, ces proportions sont très variables d'un circuit de restauration à un autre en fonction du type de clientèle servie et des contraintes afférentes, quelles soient budgétaires ou nutritionnelles.



La restauration commerciale (y compris les circuits de vente alternatifs) est caractérisée par une forte proportion d'achats de viandes de boucherie, et qui peut atteindre près de 80 % selon la nature du produit. *A contrario*, elle utilise proportionnellement moins de volailles et lapins. La restauration collective privilégie les achats de produits carnés moins onéreux comme certaines volailles, la viande de porc et des produits élaborés à partir des pièces les moins onéreuses des carcasses. Elle propose également plus facilement à ses usagers des produits tripiers.

• **Les viandes de boucherie**

Les achats de viandes de boucherie par la restauration hors foyer ont été estimés en 2008 à **287.724 tonnes**, ce qui correspond à 49,9 % des achats totaux et une portion de **43 g/repas**. 65 % de ces volumes sont constitués de bœuf, dont près des deux tiers sont hachés. La viande de porc représente 11 % des achats, le veau et la viande ovine autour de 7 % chacune et les produits élaborés (y compris les autres viandes hachées), 10 %.



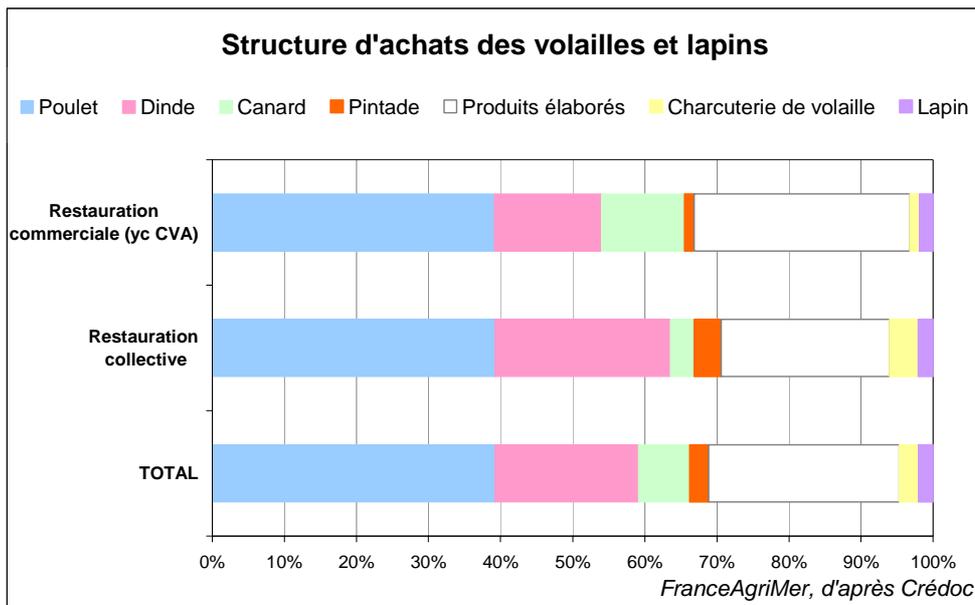
La répartition des achats est bien différente entre les circuits de restauration : les restaurants commerciaux sont beaucoup plus spécialisés dans la viande bovine qui constitue 83 % des leurs achats (52,5 % de bœuf haché destinés essentiellement à la restauration rapide, 25,6 % de bœuf non haché pour les hôtels et les restaurants de service à table et 5,0 % de veau).

La restauration collective diversifie davantage ses approvisionnements pour ses achats de viandes de boucherie, mais près de 56 % sont néanmoins constitués de viande bovine. Le porc qui constitue 16,1 % des achats est particulièrement présent dans l'enseignement, vraisemblablement en raison du coût bas. En effet, en dehors du bœuf haché, les prix d'achat de la restauration collective, tout particulièrement dans l'enseignement, sont systématiquement moins élevés que pour la restauration commerciale.

• Les volailles et lapins

En 2008, 153.959 tonnes de volailles et lapins ont été achetées par la restauration, ce qui équivaut à 26,7 % des achats totaux de produits carnés et à 23 g par repas. S'y ajoutent 4.307 tonnes de charcuterie de volailles, soit 0,6 g par repas et 0,7 % des achats de produits carnés. Au total, les achats de produits volaillers et le lapin portent sur **158.266 tonnes**, soit 27,4 % des achats, correspondant à une portion de **23,7 g**.

Avec 39 %, le poulet constitue la plus grande partie de ces volumes, suivi par les produits élaborés et charcuterie de volailles (29 %) et la dinde (20 %). Le canard, mais plus encore la pintade et le lapin sont des produits plus marginaux dans les achats de produits carnés.

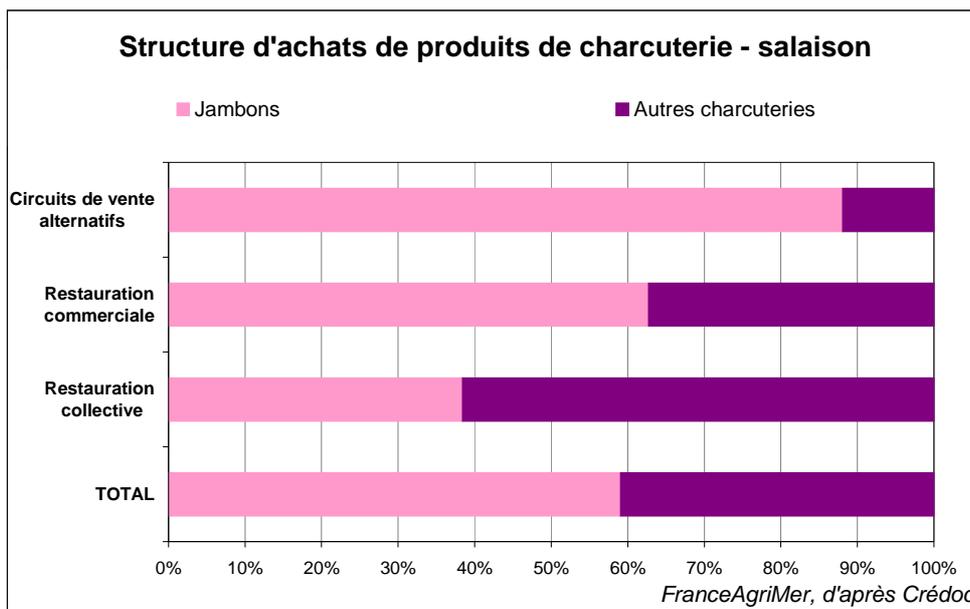


La restauration collective propose proportionnellement plus de dinde, de pintade et charcuterie de volaille. Pour la pintade, et dans une certaine mesure pour la dinde, les industriels ont su s'adapter à la demande des collectivités en offrant des produits (cuisse, découpe, rôtis...) conformes aux besoins. La restauration commerciale concentre ses achats plus sur le canard, considéré comme une viande haut de gamme dont le prix élevé la contraint plus dans les restaurants avec service à table. Les produits élaborés sont également largement présents, en particulier les nuggets destinés à la restauration rapide. Là encore, les prix moyens d'achat sont globalement plus bas dans la restauration collective qu'en restauration commerciale, notamment pour le poulet dans le secteur de l'enseignement.

● **La charcuterie-salaison de porc**

En 2008, la restauration hors foyer s'est approvisionnée à hauteur de **105.188 tonnes** de produits issus de la salaison et de la charcuterie, c'est-à-dire un équivalent de **15,8 g** par repas servi. Ils correspondent à 18 % des achats totaux de produits carnés. Les jambons cuits et crus représentent 65 % de ces volumes.

Les circuits de ventes alternatifs en utilisent une part importante (20 %) pour la confection des sandwiches en autres. Au total, les circuits commerciaux (restauration commerciale + CVA) achètent 56 % des volumes de charcuterie-salaison à un prix plus élevé que dans la restauration collective.



• Les produits tripiers et les plats cuisinés

Les volumes achetés par la restauration hors foyer des produits tripiers et plats cuisinés sont évalués à seulement 0,1 % et 4,2 % des volumes totaux, ce qui correspond à 715 tonnes et 24.198 tonnes. Rapportés à un repas, moins de 0,1 g de produits tripiers et 3,6 g de plats cuisinés sont achetés par la RHF.

Ces produits sont essentiellement destinés à la restauration collective (82 % et 63 %), et plus particulièrement encore dans le secteur sanitaire et social.

Dans la restauration commerciale, ils sont quasiment achetés que par les restaurants avec service à table.

ANNEXES FRANCE

Tableau 1

Consommation indigène brute en France

1.000 tec

	2005	2006	2007	2008	2009	% 09/08
Bovin	1 679	1 644	1 664	1 641	1 633	-0,5
<i>Bœuf</i>	1 415	1 394	1 423	1 400	1 400	0,0
<i>Veau</i>	265	250	241	241	233	-3,4
Ovin et Caprin	261	262	251	244	233	-4,2
Porc	2 161	2 196	2 244	2 232	2 208	-1,0
Volaille	1 485	1 453	1 549	1 577	1 556	-1,3
Cheval	24	23	22	21	20	-6,6
TOTAL	5 611	5 579	5 730	5 714	5 650	-1,1

Source : FranceAgriMer

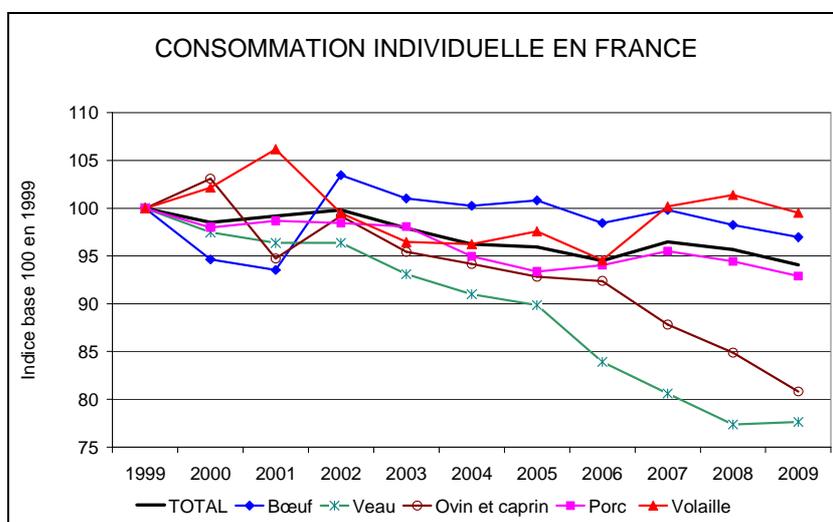
Tableau 2

Consommation individuelle en France

kgec/hab./an

	2005	2006	2007	2008	2009	% 09/08
Bovin	26,8	26,0	26,2	25,6	25,4	-1,1
<i>Bœuf</i>	22,6	22,1	22,4	21,9	21,8	-0,6
<i>Veau</i>	4,2	3,9	3,8	3,8	3,6	-4,0
Ovin et caprin	4,2	4,1	3,9	3,8	3,6	-4,8
Porc	34,5	34,7	35,3	34,9	34,3	-1,6
Volaille	23,7	23,0	24,3	24,6	24,2	-1,8
Cheval	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	-7,1
TOTAL	89,6	88,2	90,1	89,3	87,8	-1,7

Source : FranceAgriMer



Source : FranceAgriMer

Consommation des viandes en France *

1.000 tec

	Gros bovins	Veaux	Ovins-Caprins	Porcs**	Equidés	Volailles	TOTAL
1970	1 133	387	151	1 551	90	616	3 928
1971	1 140	377	163	1 638	86	616	4 020
1972	1 137	337	173	1 646	86	682	4 061
1973	1 160	319	180	1 622	86	749	4 116
1974	1 200	343	182	1 664	84	748	4 221
1975	1 224	338	192	1 705	88	755	4 302
1976	1 300	350	198	1 718	94	775	4 435
1977	1 301	362	202	1 750	97	801	4 513
1978	1 340	375	205	1 832	97	844	4 693
1979	1 380	384	212	1 864	98	865	4 803
1980	1 408	359	225	1 904	92	860	4 848
1981	1 364	350	232	1 930	84	884	4 844
1982	1 339	358	241	1 916	78	901	4 833
1983	1 356	360	244	1 950	74	942	4 926
1984	1 388	373	248	1 972	71	934	4 986
1985	1 395	357	255	1 949	64	963	4 983
1986	1 397	362	265	1 979	55	1 019	5 077
1987	1 396	361	280	2 032	58	1 031	5 158
1988	1 369	326	287	2 106	60	1 087	5 235
1989	1 401	305	300	2 008	61	1 183	5 258
1990	1 371	314	313	2 010	58	1 244	5 310
1991	1 391	317	321	2 023	53	1 246	5 351
1992	1 390	314	321	2 057	48	1 228	5 358
1993	1 644		317	2 076	42	1 222	5 301
1994	1 582		312	2 089	35	1 268	5 286
1995	1 625		309	2 083	34	1 315	5 366
1996	1 539		309	2 097	39	1 474	5 458
1997	1 568		267	2 074	37	1 459	5 405
1998	1 615		268	2 238	34	1 479	5 633
1999	1 631		270	2 222	31	1 462	5 616
2000	1 561		280	2 191	33	1 503	5 568
2001	1 554		259	2 222	36	1 573	5 645
2002	1 701		273	2 233	30	1 484	5 721
2003	1 670		265	2 240	27	1 449	5 651
2004	1 665		263	2 184	26	1 456	5 593
2005	1 679		261	2 161	24	1 485	5 611
2006	1 644		262	2 196	23	1 453	5 579
2007	1 664		251	2 244	22	1 549	5 730
2008	1 641		244	2 232	21	1 577	5 714
2009	1 633		233	2 208	20	1 556	5 650
% 2009/08	-0,5		-4,2	-1,0	-6,6	-1,3	-1,1

* Consommation indigène brute = abattages contrôlés redressés
 - solde du commerce extérieur des viandes
 + variation de stocks de viandes entre le premier et le dernier jour de l'année considérée

Source : FranceAgriMer

** Redressement de la série porcine de 1989 à 1994
 A partir de 1995, la consommation des DOM est incluse.

Consommation individuelle des viandes en France *

kg équivalent carcasse/habitant

	Gros bovins	Veaux	Ovins-Caprins	Porcs**	Equidés	Volailles	TOTAL	Nb hab. (millions)
1970	22,4	7,6	3,0	30,7	1,8	12,1	77,6	50,53
1971	22,3	7,4	3,2	32,1	1,7	12,0	78,7	51,02
1972	22,0	6,5	3,3	32,0	1,7	13,2	78,7	51,49
1973	22,2	6,1	3,5	31,2	1,6	14,3	78,9	51,92
1974	23,0	6,6	3,5	31,8	1,6	14,3	80,8	52,32
1975	23,3	6,4	3,7	32,5	1,7	14,3	81,9	52,60
1976	24,5	6,6	3,8	32,5	1,8	14,7	83,9	52,80
1977	24,5	6,8	3,8	33,0	1,8	15,1	85,0	53,15
1978	25,2	7,0	3,8	34,4	1,8	15,8	88,0	53,38
1979	25,8	7,2	4,0	34,9	1,8	16,2	89,9	53,61
1980	26,1	6,7	4,1	35,5	1,7	16,0	90,1	53,88
1981	25,2	6,5	4,3	35,6	1,6	16,3	89,5	54,18
1982	24,6	6,6	4,4	35,2	1,4	16,5	88,7	54,49
1983	24,8	6,6	4,4	35,6	1,3	17,2	89,9	54,77
1984	25,3	6,8	4,5	35,9	1,3	17,0	90,8	55,03
1985	25,3	6,5	4,6	35,3	1,2	17,5	90,4	55,28
1986	25,2	6,5	4,8	35,7	1,0	18,4	91,6	55,55
1987	25,1	6,5	5,0	36,5	1,0	18,5	92,6	55,82
1988	24,5	5,8	5,1	37,7	1,1	19,4	93,6	56,11
1989	24,9	5,3	5,3	35,7	1,1	21,0	93,3	56,27
1990	24,3	5,5	5,5	35,4	1,0	22,0	93,7	56,58
1991	24,5	5,5	5,6	35,5	0,9	21,9	94,0	56,89
1992	24,3	5,4	5,6	35,9	0,8	21,5	93,5	57,22
1993	27,9		5,4	35,3	0,7	20,8	90,0	58,89
1994	26,8		5,3	35,3	0,6	21,5	89,4	59,10
1995	27,4		5,2	35,1	0,6	22,2	90,5	59,32
1996	25,9		5,2	35,2	0,7	24,8	91,7	59,52
1997	26,3		4,5	34,7	0,6	24,4	90,5	59,73
1998	26,9		4,5	37,3	0,6	24,7	94,0	59,94
1999	27,1		4,5	36,9	0,5	24,3	93,4	60,16
2000	25,8		4,6	36,2	0,5	24,8	92,0	60,54
2001	25,5		4,3	36,5	0,6	25,8	92,6	60,96
2002	27,7		4,4	36,4	0,5	24,2	93,2	61,40
2003	27,0		4,3	36,2	0,4	23,4	91,4	61,83
2004	26,7		4,2	35,1	0,4	23,4	89,8	62,25
2005	26,8		4,2	34,5	0,4	23,7	89,6	62,64
2006	26,0		4,1	34,7	0,4	23,0	88,2	63,23
2007	26,2		3,9	35,3	0,4	24,3	90,1	63,62
2008	25,6		3,8	34,9	0,3	24,6	89,3	63,98
2009	25,4		3,6	34,3	0,3	24,2	87,8	64,35
% 09/08	-1,1		-4,8	-1,6	-7,1	-1,8	-1,7	0,6

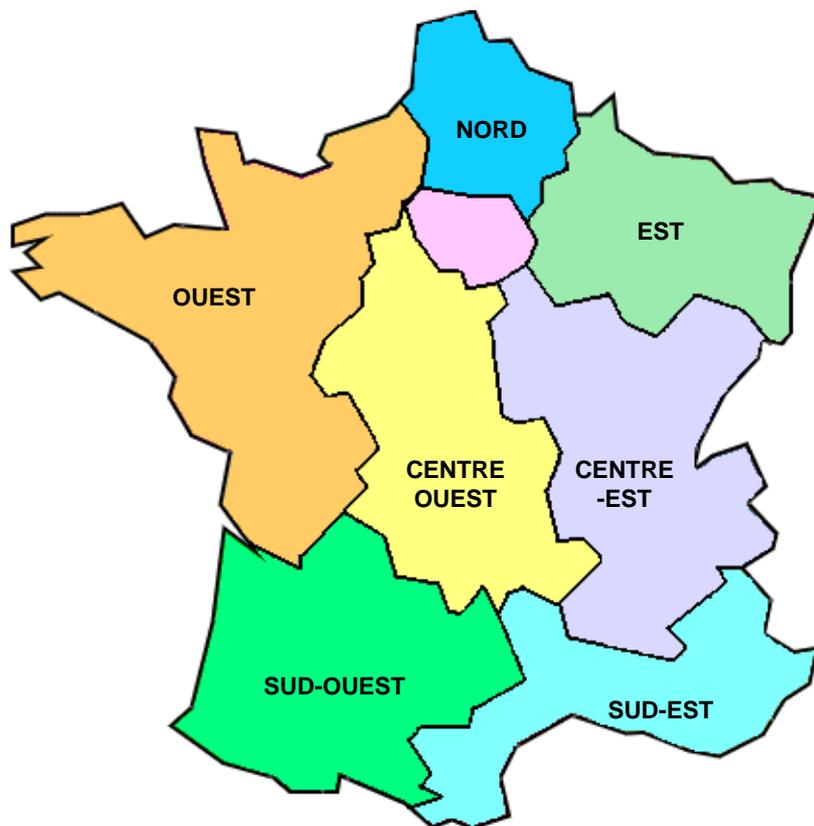
* Consommation indigène brute = abattages contrôlés redressés
- solde du commerce extérieur des viandes
+ variation de stocks de viandes entre le premier et le dernier jour de l'année considérée

** Redressement de la série porcine de 1989 à 1994

A partir de 1995, la consommation des DOM est incluse.

Source : FranceAgriMer

Carte des régions du panel consommateurs de Kantar Worldpanel



**ACHATS DE MENAGES EN FRANCE DE PRODUITS CARNES
TONNAGE**

	Tonnes de produits finis					
	2005	2006	2007	2008	2009	% 09/08
TOTAL FRAIS + SURGELES + CHARCUTERIE (1+ 2 + 3 + 4)	2 280 435	2 277 949	2 290 044	2 232 672	2 246 376	0,6
TOTAL FRAIS + CHARCUTERIE (1+ 2 + 3)	2 173 822	2 167 812	2 181 121	2 126 394	2 138 232	0,6
TOTAL FRAIS HORS CHARCUTERIE (1+ 2)	1 522 592	1 510 783	1 510 710	1 454 787	1 455 517	0,1
Total Viandes de boucherie fraîches (1)	997 373	997 373	986 365	949 279	944 539	-0,5
Viandes de boucherie + Elaborés	951 062	953 224	940 671	903 900	898 940	-0,5
Bœuf *	258 828	249 931	244 549	234 683	226 789	-3,4
Bœuf à griller rôtir	175 993	168 689	165 205	157 076	153 844	-2,1
Bœuf à bouillir braiser	76 828	76 099	74 663	72 755	67 954	-6,6
Veau *	86 742	81 583	78 777	75 411	73 600	-2,4
Veau à griller rôtir	55 277	50 060	48 341	46 027	44 919	-2,4
Veau à bouillir braiser	31 383	31 448	30 378	29 295	28 547	-2,6
Viande ovine *	74 178	73 472	71 106	65 721	65 637	-0,1
Viande ovine à griller rôtir	61 484	60 420	58 780	54 623	55 130	0,9
Viande ovine à bouillir braiser	8 432	7 992	7 994	7 337	7 105	-3,2
Porc frais *	229 936	226 093	225 234	223 823	223 228	-0,3
Porc frais longe	204 152	200 270	197 723	197 510	194 920	-1,3
Porc frais autres morceaux	25 784	25 823	27 511	26 314	28 307	7,6
Cheval *	9 120	9 564	9 282	9 017	8 531	-5,4
Elaborés de viande de boucherie, y compris haché	256 434	280 050	282 476	269 909	276 056	2,3
Dt viande hachée fraîche	93 668	94 924	99 558	92 119	94 352	2,4
Dt saucisses fraîches à cuire	81 689	88 572	82 418	78 836	82 267	4,4
Dt morceaux demi sel porc	34 822	32 690	31 833	32 920	31 868	-3,2
Abats d'animaux de boucherie	46 310	45 222	45 694	45 378	45 599	0,5
Total Volailles et lapins frais (2)	525 220	512 337	524 345	505 508	510 978	1,1
Volaille + élaborés	485 176	472 485	484 606	468 664	476 361	1,6
Poulet	221 651	223 924	230 464	225 116	231 657	2,9
Poulet PAC	84 084	87 309	85 863	82 433	85 193	3,3
Poulet effilé	28 539	27 475	27 584	26 927	24 309	-9,7
Poulet découpe	108 908	108 955	116 613	115 364	121 685	5,5
Dinde	97 692	88 405	86 210	81 707	79 408	-2,8
Canard	35 791	35 102	35 506	33 830	33 024	-2,4
Pintade	18 923	17 592	17 752	15 888	16 335	2,8
Elaborés de volaille	84 772	82 657	89 471	86 747	89 962	3,7
Lapin	40 043	39 852	39 739	36 844	34 617	-6,0
Total Charcuterie (hors saucisse fraîche à cuire) (3)	651 229	657 029	670 411	671 606	682 715	1,7
Jambon	208 225	211 941	213 338	215 705	221 752	2,8
Jambon cuit	177 488	181 157	182 230	183 832	188 532	2,6
Jambon cru/sec	30 736	30 784	31 109	31 873	33 220	4,2
Autres Charcuteries	443 004	445 088	457 073	455 901	460 963	1,1
Lardons, Poitrine et Bacon	73 933	73 142	74 387	75 023	77 165	2,9
Pâtés	54 298	53 790	52 487	50 939	50 257	-1,3
Saucisses à pâte fine	49 012	50 336	53 811	54 714	54 916	0,4
Saucissons secs et salami	69 658	70 804	69 359	69 808	71 587	2,5
Charcuterie à base de volaille	25 892	26 777	28 272	27 041	29 632	9,6
Total Viandes surgelées (4)	106 613	110 137	108 923	106 278	108 144	1,8
Bœuf haché surgelé	74 307	75 162	73 839	72 145	73 191	1,5
Autres viandes de boucherie surgelées	8 094	10 172	9 677	9 159	9 355	2,1
Volaille et lapin surgelés	20 154	20 876	21 905	20 910	21 845	4,5
Abats surgelés	896	919	840	1 066	855	-19,8

* Hors gros achats

Source : FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

Attention : les tonnages ne sont pas redressés des taux de couverture du panel (estimé autour de 70 %).

**ACHATS DE MENAGES EN FRANCE DE PRODUITS CARNES
PRIX MOYEN**

€/kg

	2005	2006	2007	2008	2009	% 09/08
TOTAL FRAIS + SURGELES + CHARCUTERIE (1+ 2 + 3 + 4)	8,36	8,53	8,64	8,93	8,88	-0,6
TOTAL FRAIS + CHARCUTERIE (1+ 2 + 3)	8,50	8,66	8,77	9,07	9,01	-0,7
TOTAL FRAIS HORS CHARCUTERIE (1+ 2)	8,19	8,39	8,52	8,87	8,74	-1,5
Total Viandes de boucherie fraîches (1)	9,16	9,16	9,49	9,76	9,62	-1,4
Viandes de boucherie + Elaborés	9,21	9,47	9,54	9,84	9,70	-1,4
Bœuf *	11,72	12,13	12,20	12,53	12,43	-0,8
Bœuf à griller rôtir	14,30	14,84	14,92	15,39	15,08	-2,0
Bœuf à bouillir braïser	6,07	6,34	6,34	6,56	6,58	0,2
Veau *	13,24	13,97	14,27	14,83	14,39	-2,9
Veau à griller rôtir	14,75	15,68	16,03	16,59	16,12	-2,8
Veau à bouillir braïser	10,60	11,24	11,46	12,06	11,68	-3,1
Viande ovine *	10,99	11,27	11,42	11,84	11,80	-0,3
Viande ovine à griller rôtir	11,83	12,15	12,27	12,65	12,55	-0,8
Viande ovine à bouillir braïser	7,56	7,92	8,21	8,55	8,60	0,6
Porc frais *	6,18	6,32	6,30	6,58	6,38	-3,0
Porc frais longe	6,39	6,52	6,53	6,79	6,58	-3,0
Porc frais autres morceaux	4,55	4,74	4,59	5,01	4,96	-0,9
Cheval *	13,35	13,86	13,61	14,42	14,53	0,8
Elaborés de viande de boucherie, y compris haché	7,95	8,21	8,33	8,50	8,48	-0,2
Dt viande hachée fraîche	8,40	8,67	8,80	9,08	9,11	0,4
Dt saucisses fraîches à cuire	6,82	6,92	6,99	7,12	7,22	1,4
Dt morceaux demi sel porc	5,49	5,57	5,46	5,51	5,48	-0,4
Abats d'animaux de boucherie	8,18	8,47	8,39	8,31	8,24	-0,8
Total Volailles et lapins frais (2)	6,34	6,37	6,69	7,20	7,10	-1,4
Volaille + élaborés	6,20	6,23	6,58	7,11	7,01	-1,4
Poulet	5,10	5,16	5,50	5,94	5,88	-1,1
Poulet PAC	4,11	4,18	4,41	4,74	4,63	-2,4
Poulet effilé	6,09	6,28	6,35	6,80	6,82	0,2
Poulet découpe	5,61	5,66	6,09	6,61	6,57	-0,5
Dinde	6,26	6,32	6,81	7,58	7,56	-0,2
Canard	9,31	9,26	9,69	10,22	10,20	-0,2
Pintade	7,03	6,93	7,32	7,93	7,82	-1,5
Elaborés de volaille	7,27	7,46	7,64	8,25	8,06	-2,3
Lapin	7,95	8,03	8,01	8,36	8,36	0,0
Total Charcuterie (hors saucisse fraîche à cuire) (3)	9,22	9,28	9,34	9,49	9,58	1,0
Jambon	10,93	11,00	11,14	11,24	11,34	1,0
Jambon cuit	9,95	10,06	10,12	10,19	10,27	0,8
Jambon cru/sec	16,61	16,52	17,15	17,30	17,46	0,9
Autres Charcuteries	9,92	8,47	8,50	8,67	8,74	0,8
Lardons, Poitrine et Bacon	6,99	6,97	6,97	7,02	6,91	-1,5
Pâtés	7,96	8,17	8,38	8,47	8,62	1,8
Saucisses à pâte fine	5,34	5,27	5,22	5,28	5,24	-0,6
Saucissons secs et salami	11,13	10,99	10,99	11,29	11,40	1,0
Charcuterie à base de volaille	9,13	9,00	8,91	9,13	8,91	-2,4
Total Viandes surgelées (4)	5,67	5,88	5,96	6,10	6,27	2,8
Bœuf haché surgelé	4,80	5,09	5,13	5,21	5,39	3,4
Autres viandes de boucherie surgelées	10,32	9,67	9,91	10,14	10,57	4,3
Volaille et lapin surgelés	6,30	6,20	6,35	6,51	6,65	2,2
Abats surgelés	10,39	10,02	12,12	12,08	12,08	0,1

* Hors gros achats

Source : FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DE MENAGES EN FRANCE DE PRODUITS CARNES
PARTS DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION EN 2009**

	Total	GMS hors HD	dont Hyper	dont Super	dont Supérette	Hard-discount	Autres circuits	dont Magasin spécialisé**	dont Marché	dont Vente directe
TOTAL FRAIS + SURGELES + CHARCUTERIE	100,0	69,4	42,4	25,9	1,1	12,7	18,0	9,4	3,1	1,7
TOTAL FRAIS + CHARCUTERIE	100,0	70,5	43,0	26,3	1,2	11,9	17,7	9,9	3,3	1,8
TOTAL FRAIS HORS CHARCUTERIE	100,0	69,7	42,6	25,9	1,1	9,2	21,2	12,0	3,7	2,5
Total Viandes de boucherie fraîches	100,0	69,6	41,6	26,8	1,2	7,6	22,8	14,5	3,2	2,3
<i>Viandes de boucherie + Elaborés</i>	<i>100,0</i>	<i>69,4</i>	<i>41,6</i>	<i>26,6</i>	<i>1,2</i>	<i>7,8</i>	<i>22,8</i>	<i>14,5</i>	<i>3,1</i>	<i>2,3</i>
Bœuf *	100,0	69,8	41,3	27,1	1,4	6,1	24,1	17,1	2,7	1,6
Veau *	100,0	65,8	37,7	26,8	1,3	3,0	31,2	22,7	3,5	2,3
Viande ovine *	100,0	68,0	40,1	27,0	0,9	4,4	27,6	19,9	3,7	0,8
Porc frais *	100,0	73,8	44,7	28,1	1,0	10,7	15,4	9,2	2,6	0,8
Porc frais longe	100,0	73,9	44,5	28,4	1,0	10,4	15,8	9,6	2,7	0,8
Porc frais autres morceaux	100,0	73,4	46,2	26,2	1,1	13,3	13,3	6,3	2,2	0,9
Cheval *	100,0	55,1	39,9	14,8	NS	2,7	42,2	16,7	22,9	NS
Elaborés de viande de boucherie	100,0	71,3	43,6	26,3	1,3	9,4	19,3	12,9	3,1	0,7
Dt viande hachée fraîche	100,0	75,5	46,6	27,5	1,4	8,9	15,6	10,6	2,8	0,3
Dt saucisses fraîches à cuire	100,0	65,5	38,5	25,8	1,3	11,4	23,1	15,3	4,1	1,1
Dt morceaux demi sel porc	100,0	73,0	41,0	30,2	1,8	7,4	19,6	11,4	4,4	0,6
Abats d'animaux de boucherie	100,0	73,7	41,0	31,0	1,7	3,7	22,5	14,5	5,0	0,6
Total Volailles et lapins frais	100,0	69,7	44,6	24,1	1,0	12,2	18,1	7,3	4,7	2,8
<i>Volaille + élaborés</i>	<i>100,0</i>	<i>70,2</i>	<i>44,8</i>	<i>24,4</i>	<i>1,0</i>	<i>12,4</i>	<i>17,4</i>	<i>7,1</i>	<i>4,4</i>	<i>2,5</i>
Poulet	100,0	69,4	44,1	24,2	1,1	13,0	17,6	7,4	4,2	2,8
Poulet PAC	100,0	82,7	54,3	27,4	1,0	11,7	5,6	1,4	0,9	0,7
Dinde	100,0	73,5	44,6	28,0	0,9	12,2	14,3	8,0	2,4	0,9
Canard	100,0	69,1	46,5	21,7	0,8	6,7	24,3	6,4	6,6	6,5
Pintade	100,0	61,1	36,5	23,0	1,5	3,2	35,7	11,3	12,1	7,1
Elaborés de volaille	100,0	72,8	48,5	23,3	1,1	16,7	10,5	4,6	3,7	0,3
Lapin	100,0	62,4	41,3	20,4	0,7	9,4	28,2	9,4	7,9	6,6
Total Charcuterie (hors saucisse fraîche à cuire)	100,0	72,1	43,9	27,1	1,2	17,6	10,2	5,6	2,4	0,5
Jambon	100,0	74,7	44,8	28,8	1,1	18,3	7,0	3,9	1,5	0,2
Autres Charcuteries	100,0	70,9	43,5	26,3	1,2	17,3	11,8	6,4	2,8	0,6
Total Viandes surgelées	100,0	47,8	29,5	17,8	0,5	28,3	23,9	NS	NS	NS
Bœuf haché surgelé	100,0	58,7	35,7	22,6	0,4	30,0	11,3	NS	NS	NS
Autres viandes de boucherie surgelées	100,0	NS	13,9	5,7	NS	21,1	58,5	NS	NS	NS
Volaille et lapin surgelés	100,0	NS	15,8	8,0	NS	29,1	46,6	NS	NS	NS

* Hors gros achats

** Boucherie, volailler, charcuterie-traiteur

Source : FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

**ACHATS DE MENAGES EN FRANCE DE PRODUITS CARNES
PRIX MOYEN D'ACHATS SELON LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION EN 2009**

€/kg

	Total	GMS hors HD	dont Hyper	dont Super	dont Supérette	Hard-discount	Autres circuits	dont Magasin spécialisé**	dont Marché	dont Vente directe
TOTAL FRAIS + SURGELES + CHARCUTERIE	8,88	8,64	8,48	8,82	10,62	6,48	11,48	12,66	11,74	8,34
TOTAL FRAIS + CHARCUTERIE	9,01	8,76	8,61	8,94	10,67	6,68	11,55	12,67	11,74	8,34
TOTAL FRAIS HORS CHARCUTERIE	8,74	8,27	8,11	8,45	10,19	6,65	11,19	12,45	11,19	8,02
Total Viandes de boucherie fraîches	9,62	8,92	8,78	9,05	11,20	7,70	12,40	13,33	13,10	8,85
<i>Viandes de boucherie + Elaborés</i>	<i>9,70</i>	<i>9,02</i>	<i>8,86</i>	<i>9,17</i>	<i>11,47</i>	<i>7,73</i>	<i>12,41</i>	<i>13,33</i>	<i>13,20</i>	<i>8,86</i>
Bœuf *	12,43	11,45	11,11	11,77	15,01	11,04	15,62	16,31	16,80	11,74
Veau *	14,39	13,42	13,47	13,23	16,02	12,85	16,59	17,01	17,62	13,10
Viande ovine *	11,80	10,68	10,38	11,01	13,99	10,26	14,79	15,38	15,13	11,45
Porc frais *	6,38	5,87	5,78	5,96	7,46	6,11	9,01	9,51	9,69	7,64
Porc frais longe	6,58	6,08	5,99	6,16	7,54	6,13	9,27	9,69	9,89	7,79
Porc frais autres morceaux	4,96	4,42	4,36	4,43	6,91	5,99	6,91	7,70	8,00	6,80
Cheval *	14,53	12,24	12,02	12,83	NS	7,33	17,95	18,56	18,08	NS
Elaborés de viande de boucherie	8,48	8,30	8,24	8,36	9,25	6,76	9,99	10,30	10,15	8,28
Dt viande hachée fraîche	9,11	9,12	8,97	9,32	10,17	7,28	10,13	10,20	10,62	8,35
Dt saucisses fraîches à cuire	7,22	6,92	6,72	7,14	8,49	5,70	8,83	8,86	9,54	8,30
Dt morceaux demi sel porc	5,48	5,09	5,09	5,06	5,64	4,85	7,19	7,35	7,64	6,70
Abats d'animaux de boucherie	8,24	7,07	7,11	7,00	7,46	6,66	12,31	13,31	11,86	8,07
Total Volailles et lapins frais	7,10	7,06	6,94	7,23	7,91	5,44	8,38	9,22	8,78	6,79
<i>Volaille + élaborés</i>	<i>7,01</i>	<i>6,99</i>	<i>6,89</i>	<i>7,13</i>	<i>7,80</i>	<i>5,38</i>	<i>8,26</i>	<i>8,99</i>	<i>8,69</i>	<i>6,79</i>
Poulet	5,88	5,77	5,61	6,04	6,38	4,60	7,24	7,79	7,74	6,15
Poulet PAC	4,63	4,69	4,59	4,88	5,09	3,65	5,74	6,05	6,45	5,51
Dinde	7,56	7,50	7,38	7,63	9,28	6,21	9,04	9,64	9,95	6,83
Canard	10,20	10,29	10,29	10,28	10,88	9,27	10,21	12,74	10,91	7,60
Pintade	7,82	7,27	7,20	7,30	8,43	5,67	8,96	10,01	8,90	7,66
Elaborés de volaille	8,06	8,41	8,27	8,66	9,45	5,87	9,14	10,09	8,95	6,40
Lapin	8,36	8,17	7,74	8,95	10,11	6,50	9,41	11,61	9,51	6,77
Total Charcuterie (hors saucisse fraîche à cuire)	9,58	9,78	9,64	9,92	11,70	6,72	13,14	13,66	13,56	11,83
Jambon	11,34	11,64	11,49	11,74	14,82	8,29	16,22	16,91	16,90	13,42
Autres Charcuteries	8,74	8,84	8,72	8,96	10,36	5,91	12,26	12,70	12,70	11,52
Total Viandes surgelées	6,27	5,08	4,88	5,33	8,08	4,76	10,44	NS	NS	NS
Bœuf haché surgelé	5,39	5,01	4,84	5,26	6,33	4,69	9,23	NS	NS	NS
Autres viandes de boucherie surgelées	10,57	5,92	5,68	6,51	NS	6,56	13,47	NS	NS	NS
Volaille et lapin surgelés	6,65	4,76	4,54	5,18	NS	4,26	9,10	NS	NS	NS

* Hors gros achats

** Boucherie, volailler, charcuterie-traiteur

Source : FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

ACHATS DE MENAGES EN FRANCE DE PRODUITS CARNES
ESTIMATION DES INDICES D'ACHATS PAR PERSONNE SELON LES REGIONS EN 2009

Indice, Base 100 = France

	FRANCE	NORD	EST	REGION PARISIENNE	OUEST	CENTRE OUEST	CENTRE EST	SUD EST	SUD OUEST
TOTAL FRAIS + SURGELES + CHARCUTERIE	100,0	105,1	106,0	93,4	97,5	103,7	96,0	102,1	102,9
TOTAL FRAIS + CHARCUTERIE	100,0	104,7	105,4	93,4	98,8	104,7	95,1	101,1	103,4
TOTAL FRAIS HORS CHARCUTERIE	100,0	102,5	101,1	96,6	96,4	105,1	92,1	104,6	108,5
Total Viandes de boucherie fraîches	100,0	106,5	103,4	91,5	98,5	105,2	92,4	104,4	106,8
Viandes de boucherie + Elaborés	100,0	105,3	103,3	92,2	98,3	104,3	92,1	104,8	107,9
Bœuf *	100,0	111,2	97,3	96,7	99,0	103,2	89,6	106,4	101,2
Veau *	100,0	78,1	98,5	107,2	91,0	108,7	93,6	108,7	117,8
Viande ovine *	100,0	89,2	74,2	124,6	81,9	76,0	73,8	155,9	115,3
Porc frais *	100,0	97,2	101,9	82,0	106,4	107,9	103,0	95,4	112,6
Porc frais longe	100,0	97,2	99,1	82,4	107,1	105,9	103,1	96,4	113,4
Porc frais autres morceaux	100,0	97,1	120,6	79,3	101,4	121,8	102,4	88,4	107,1
Cheval *	100,0	192,3	72,8	151,2	53,5	62,3	64,0	120,5	87,7
Elaborés de viande de boucherie	100,0	119,2	118,3	89,2	95,2	104,4	90,2	99,0	100,1
Dt viande hachée fraîche	100,0	131,6	111,0	102,6	94,1	90,5	86,4	102,8	85,0
Dt saucisses fraîches à cuire	100,0	110,4	92,9	72,0	99,9	117,7	90,5	109,3	132,1
Dt morceaux demi sel porc	100,0	99,8	172,1	88,7	100,5	129,1	87,3	60,2	88,8
Abats d'animaux de boucherie	100,0	131,5	106,7	77,6	102,7	123,0	96,8	94,7	85,7
Total Volailles et lapins frais	100,0	95,2	96,7	106,0	92,5	104,9	91,7	105,0	111,6
Volaille + élaborés	100,0	95,9	96,8	105,7	92,9	105,0	92,1	103,7	111,3
Poulet	100,0	95,2	100,2	107,9	90,4	97,1	92,6	109,5	108,2
Poulet PAC	100,0	109,3	94,0	105,1	103,1	102,0	81,1	104,9	98,5
Dinde	100,0	96,0	96,3	95,4	107,2	129,8	102,3	82,2	93,5
Canard	100,0	58,9	87,1	80,3	84,3	113,4	74,4	94,6	250,6
Pintade	100,0	80,7	63,6	104,6	100,6	107,7	104,2	119,5	107,7
Elaborés de volaille	100,0	102,8	97,4	120,2	89,6	98,0	89,8	108,1	88,0
Lapin	100,0	85,1	94,2	110,8	86,1	104,1	86,0	122,7	115,8
Total Charcuterie (hors saucisse fraîche à cuire)	100,0	109,3	114,6	86,5	103,8	104,0	101,3	93,6	92,5
Jambon	100,0	105,0	97,9	88,2	101,5	106,1	102,8	104,8	97,6
Autres Charcuteries	100,0	111,3	122,6	85,6	104,9	103,0	100,6	88,3	90,1
Total Viandes surgelées	100,0	113,1	119,2	94,6	72,6	83,3	115,4	121,1	93,7
Bœuf haché surgelé	100,0	114,7	112,9	92,8	70,8	80,1	123,6	122,9	93,5
Autres viandes de boucherie surgelées	100,0	82,9	117,7	137,1	81,6	89,5	79,5	131,7	67,3
Volaille et lapin surgelés	100,0	119,2	140,0	85,1	73,9	90,6	101,0	113,5	105,6

* Hors gros achats

Source : FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

ACHATS DE MENAGES EN FRANCE DE PRODUITS CARNES
ESTIMATION DES INDICES D'ACHATS PAR MENAGE SELON L'AGE DE LA PRA ET LES CLASSES DE REVENU DU FOYER EN 2009

Indice, Base 100 = France

	France	Age de la personne responsable des achats				Classe de revenu			
		Moins de 35 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	Plus de 65 ans	Modeste	Moyenne inférieure	Moyenne supérieure	Aisé
TOTAL FRAIS + SURGELES + CHARCUTERIE	100,0	70,9	113,8	119,0	90,4	116,5	109,7	90,4	76,8
TOTAL FRAIS + CHARCUTERIE	100,0	68,3	112,3	121,1	92,2	114,0	109,4	91,5	77,9
TOTAL FRAIS HORS CHARCUTERIE	100,0	60,6	109,3	125,5	97,8	110,4	109,1	92,8	79,6
Total Viandes de boucherie fraîches	100,0	57,5	107,2	128,0	100,4	109,9	110,3	92,2	78,3
Viandes de boucherie + Elaborés	100,0	58,9	108,5	127,2	98,5	109,3	110,3	92,2	78,8
Bœuf *	100,0	53,4	99,4	131,0	109,8	103,9	108,8	94,3	83,9
Veau *	100,0	38,7	80,9	137,7	136,8	84,4	98,2	106,1	108,1
Viande ovine *	100,0	28,6	77,8	136,8	149,9	83,5	94,8	106,7	117,0
Porc frais *	100,0	61,6	115,4	126,4	89,2	120,5	114,4	87,7	65,6
<i>Porc frais longe</i>	<i>100,0</i>	<i>60,3</i>	<i>113,6</i>	<i>127,7</i>	<i>91,0</i>	<i>117,0</i>	<i>114,1</i>	<i>88,9</i>	<i>67,6</i>
<i>Porc frais autres morceaux</i>	<i>100,0</i>	<i>71,1</i>	<i>127,9</i>	<i>116,8</i>	<i>76,3</i>	<i>144,4</i>	<i>116,9</i>	<i>79,3</i>	<i>51,8</i>
Cheval *	100,0	32,2	73,6	161,6	126,7	122,7	102,4	106,5	57,8
Elaborés de viande de boucherie	100,0	73,7	125,0	116,9	77,4	117,7	113,0	87,9	72,0
<i>Dt viande hachée fraîche</i>	<i>100,0</i>	<i>81,8</i>	<i>139,4</i>	<i>108,5</i>	<i>62,4</i>	<i>116,3</i>	<i>112,7</i>	<i>88,7</i>	<i>72,6</i>
<i>Dt saucisses fraîches à cuire</i>	<i>100,0</i>	<i>68,2</i>	<i>121,1</i>	<i>121,3</i>	<i>82,1</i>	<i>123,9</i>	<i>113,5</i>	<i>85,2</i>	<i>69,6</i>
<i>Dt morceaux demi sel porc</i>	<i>100,0</i>	<i>36,4</i>	<i>90,4</i>	<i>141,3</i>	<i>124,4</i>	<i>122,7</i>	<i>115,0</i>	<i>88,0</i>	<i>61,4</i>
Abats d'animaux de boucherie	100,0	30,1	81,1	143,5	138,2	121,9	110,3	91,2	68,3
Total Volailles et lapins frais	100,0	66,2	113,3	121,0	93,0	111,5	107,0	93,8	82,1
Volaille + élaborés	100,0	69,2	116,3	118,7	89,3	112,7	108,0	92,5	81,1
Poulet	100,0	64,6	115,7	121,2	91,4	112,2	106,7	91,7	86,4
<i>Poulet PAC</i>	<i>100,0</i>	<i>55,9</i>	<i>106,1</i>	<i>134,3</i>	<i>96,8</i>	<i>113,4</i>	<i>107,5</i>	<i>90,9</i>	<i>84,7</i>
Dinde	100,0	70,5	119,7	120,1	82,9	119,6	114,3	89,5	63,2
Canard	100,0	41,7	98,4	138,5	113,4	87,5	100,0	106,3	99,9
Pintade	100,0	20,7	61,1	152,6	159,9	64,5	97,5	116,2	110,0
Elaborés de volaille	100,0	104,7	142,9	90,9	56,4	129,5	111,1	85,3	70,2
Lapin	100,0	24,3	71,2	153,1	144,8	94,9	94,2	112,3	95,9
Total Charcuterie (hors saucisse fraîche à cuire)	100,0	84,8	118,7	111,6	80,2	121,6	110,1	88,7	74,1
Jambon	100,0	85,9	119,5	111,5	78,5	118,8	109,3	89,1	78,3
Autres Charcuteries	100,0	84,3	118,4	111,6	81,1	122,9	110,5	88,5	72,1
Total Viandes surgelées	100,0	121,1	142,2	78,8	55,1	165,7	114,7	70,2	54,6
Bœuf haché surgelé	100,0	141,4	151,7	67,9	37,7	173,9	115,7	67,3	49,7
Autres viandes de boucherie surgelées	100,0	51,6	100,8	114,6	126,2	113,8	102,6	98,2	82,8
Volaille et lapin surgelés	100,0	93,6	133,7	95,5	71,8	168,2	116,8	65,2	56,5

* Hors gros achats

Source : FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

PRIX D'ACHATS DES PRODUITS CARNES PARLES MENAGES SELON L'AGE DE LA PRA ET LES CLASSES DE REVENU EN 2009

	€/kg								
	France	Age de la personne responsable des achats				Classe de revenu			
		Moins de 35 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	Plus de 65 ans	Modeste	Moyenne inférieure	Moyenne supérieure	Aisé
TOTAL FRAIS + SURGELES + CHARCUTERIE	8,88	8,23	8,19	8,99	10,14	7,57	8,40	9,63	10,90
TOTAL FRAIS + CHARCUTERIE	9,01	8,48	8,35	9,06	10,19	7,74	8,52	9,72	11,01
TOTAL FRAIS HORS CHARCUTERIE	8,74	8,25	8,04	8,71	9,92	7,50	8,23	9,43	10,69
Total Viandes de boucherie fraîches	9,62	8,90	8,73	9,58	11,12	8,17	8,99	10,46	12,08
Viandes de boucherie + Elaborés	9,70	8,94	8,79	9,68	11,23	8,27	9,07	10,53	12,08
Bœuf *	12,43	11,73	11,36	12,23	14,06	10,61	11,66	13,39	15,16
Veau *	14,39	14,25	13,78	13,98	15,25	13,00	13,69	14,83	16,34
Viande ovine *	11,80	11,07	10,59	11,25	13,13	10,18	10,84	12,57	13,62
Porc frais *	6,38	6,19	5,95	6,39	7,11	5,61	6,08	6,90	7,82
<i>Porc frais longe</i>	6,58	6,39	6,14	6,59	7,31	5,76	6,27	7,11	8,05
<i>Porc frais autres morceaux</i>	4,96	5,03	4,76	4,85	5,46	4,77	4,79	5,21	5,75
Cheval *	14,53	12,47	12,15	14,37	16,75	12,76	14,16	15,76	15,50
Elaborés de viande de boucherie	8,48	8,40	8,23	8,53	8,94	7,54	8,20	8,98	9,99
<i>Dt viande hachée fraîche</i>	9,11	8,76	8,77	9,29	10,09	8,10	8,93	9,61	10,31
<i>Dt saucisses fraîches à cuire</i>	7,22	6,80	6,83	7,43	7,87	6,60	7,03	7,59	8,25
<i>Dt morceaux demi sel porc</i>	5,48	5,24	5,21	5,38	5,89	5,11	5,34	5,68	6,38
Abats d'animaux de boucherie	8,24	7,41	6,97	7,88	9,60	6,44	7,41	9,24	12,29
Total Volailles et lapins frais	7,10	7,20	6,84	7,00	7,53	6,27	6,80	7,55	8,23
Volaille + élaborés	7,01	7,16	6,80	6,90	7,36	6,18	6,73	7,45	8,16
Poulet	5,88	6,06	5,64	5,82	6,20	5,06	5,60	6,31	6,95
<i>Poulet PAC</i>	4,63	4,23	4,37	4,73	5,00	4,19	4,44	4,89	5,27
Dinde	7,56	8,13	7,46	7,28	7,72	7,07	7,42	7,86	8,32
Canard	10,20	10,42	10,06	10,06	10,45	9,02	9,62	10,58	11,98
Pintade	7,82	7,51	7,21	7,67	8,26	7,02	7,66	7,95	8,39
Elaborés de volaille	8,06	7,95	7,88	8,09	8,75	7,20	7,81	8,56	9,52
Lapin	8,36	8,55	7,78	8,07	8,97	7,69	7,97	8,75	9,16
Total Charcuterie (hors saucisse fraîche à cuire)	9,58	8,84	8,97	9,89	10,87	8,20	9,14	10,37	11,74
Jambon	11,34	10,64	10,56	11,53	13,09	9,75	10,73	12,28	13,91
Autres Charcuteries	8,74	7,96	8,19	9,10	9,84	7,48	8,38	9,45	10,61
Total Viandes surgelées	6,27	5,43	5,70	6,95	8,59	5,27	6,07	7,26	7,91
Bœuf haché surgelé	5,39	5,17	5,19	5,76	6,37	4,80	5,32	5,97	6,38
Autres viandes de boucherie surgelées	10,57	8,26	9,44	10,34	12,62	7,98	10,20	11,63	12,85
Volaille et lapin surgelés	6,65	5,73	5,96	7,35	8,19	5,52	6,44	7,91	8,26

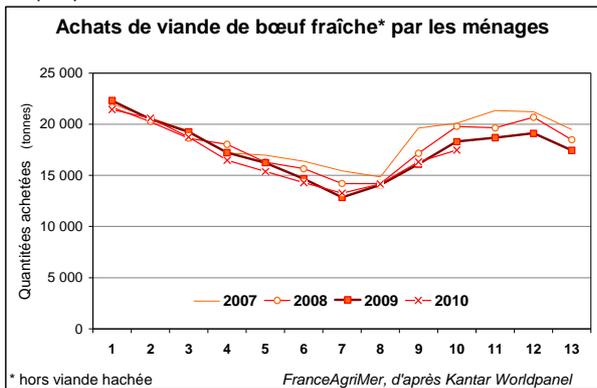
* Hors gros achats

Source : FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel

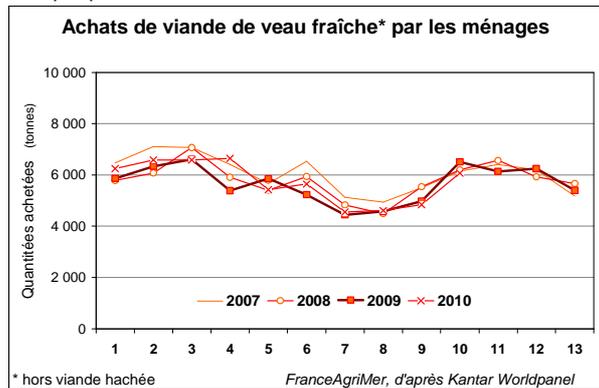
ACHATS DE MENAGES EN FRANCE DE PRODUITS CARNES

SAISONNALITE DES ACHATS

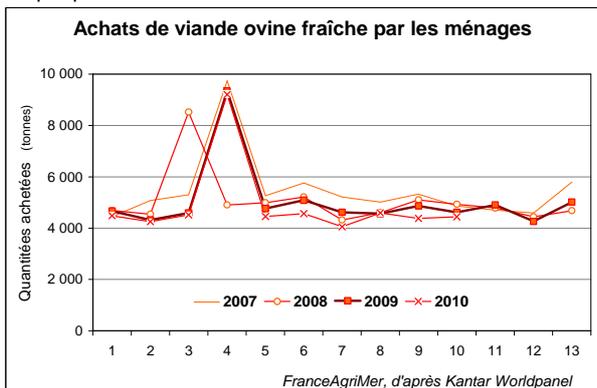
Graphique n°2



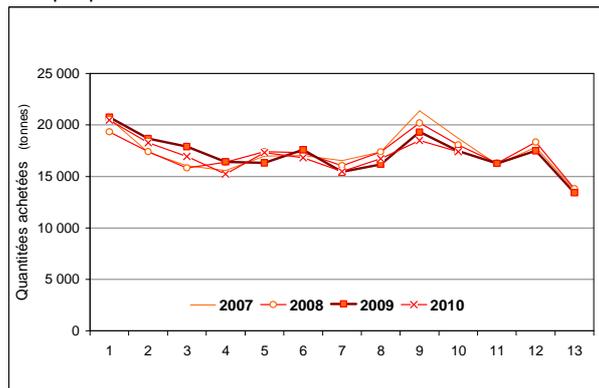
Graphique n°3



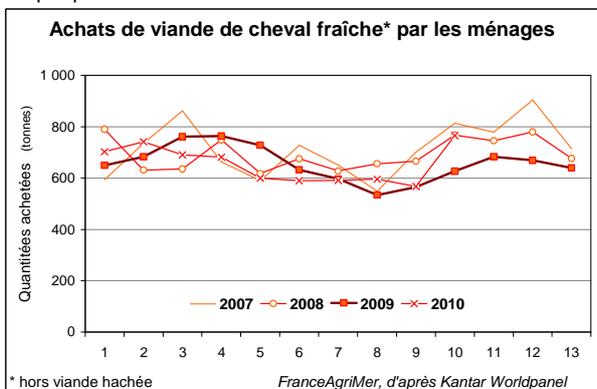
Graphique n°4



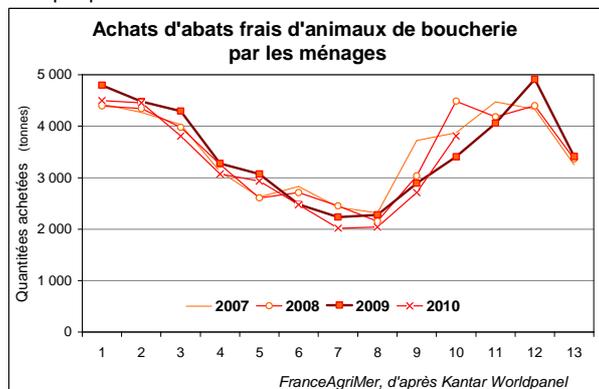
Graphique n°5



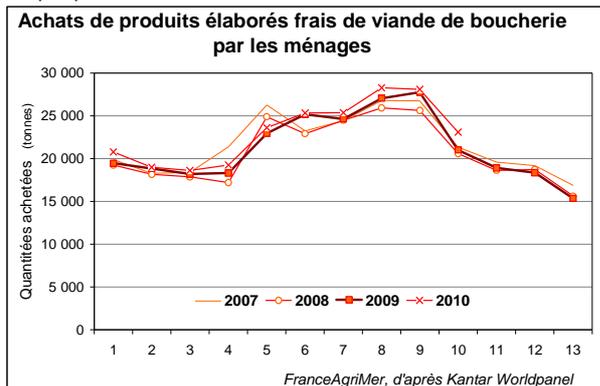
Graphique n°6



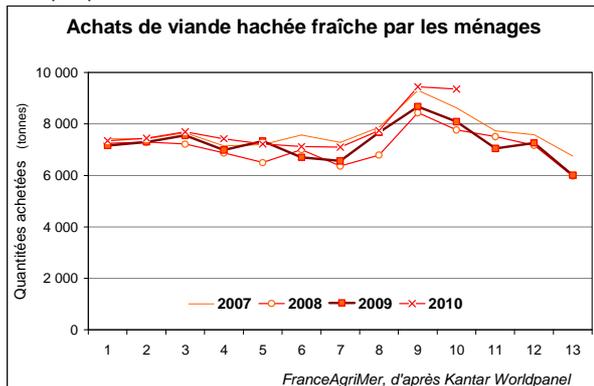
Graphique n°7



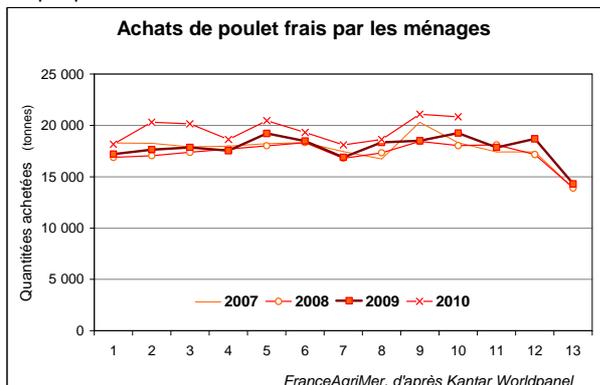
Graphique n°8



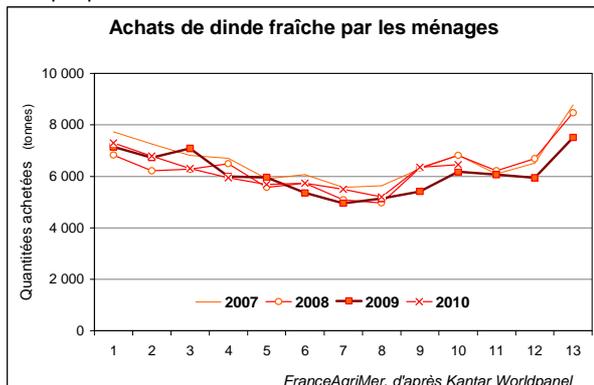
Graphique n°9



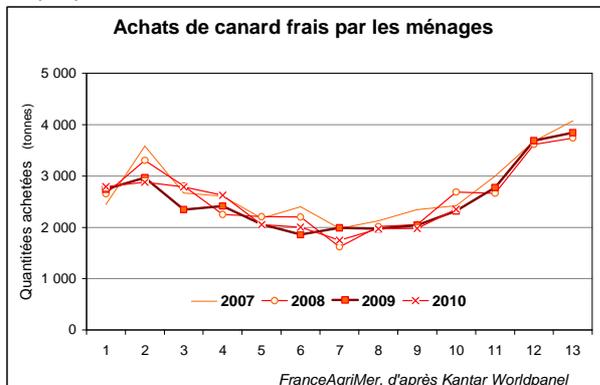
Graphique n°10



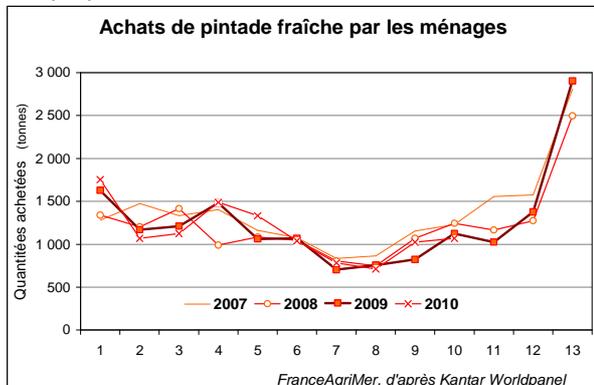
Graphique n°11



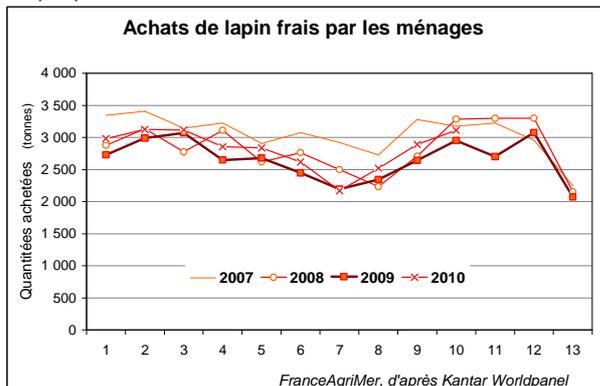
Graphique n°12



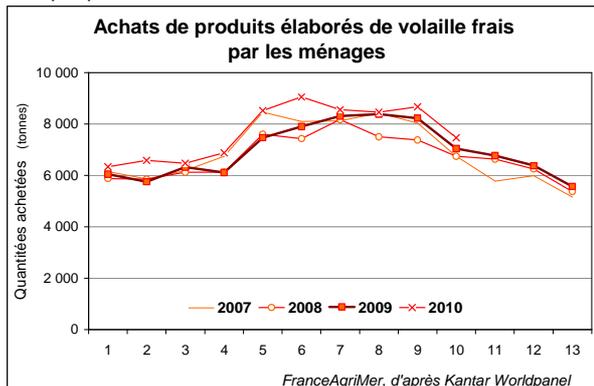
Graphique n°13



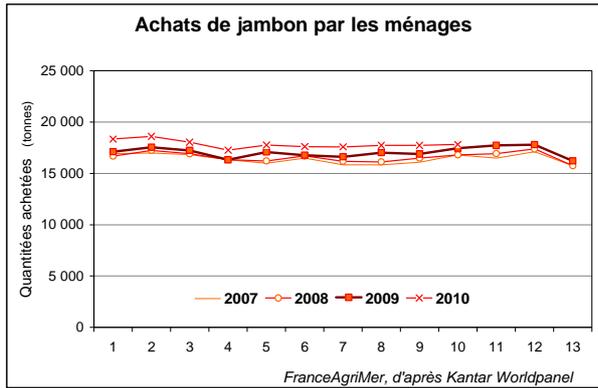
Graphique n°14



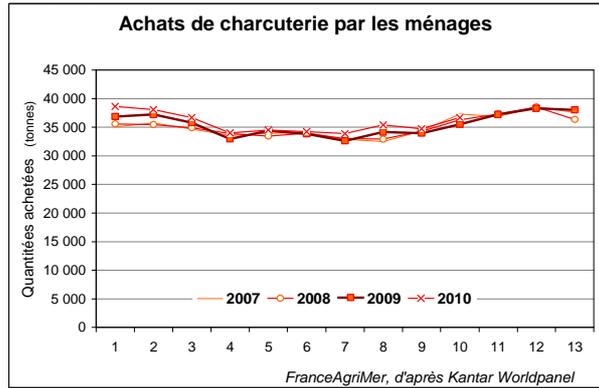
Graphique n°15



Graphique n°16



Graphique n°17



Focus par espèce

BŒUF**BILAN D'APPROVISIONNEMENT** (en 2009)

(en 1.000 tonnes équivalent carcasse)	Production	Importations	Exportations	Consommation apparente	Conso. indiv. (en kg.ec)
VIANDE BOVINE YC VEAU	1 693	416	477	1 633 -0,5%	25,4

FranceAgriMer

ACHATS DES RESTAURATEURS POUR LA CONSOMMATION HORS FOYER (EN POIDS NET)

2008	Total	Restauration collective	Restauration commerciale	Circuits de vente alternatifs
BŒUF HORS HACHE				
Quantités achetées (tonnes)	71 543	26 905	44 638	ns
Prix moyen d'achat (€/kg)	9,56	7,51	10,80	nd
BŒUF HACHE				
Quantités achetées (tonnes)	115 627	24 192	91 351	ns
Prix moyen d'achat (€/kg)	4,45	5,10	4,27	nd

FranceAgriMer d'après Crédoc

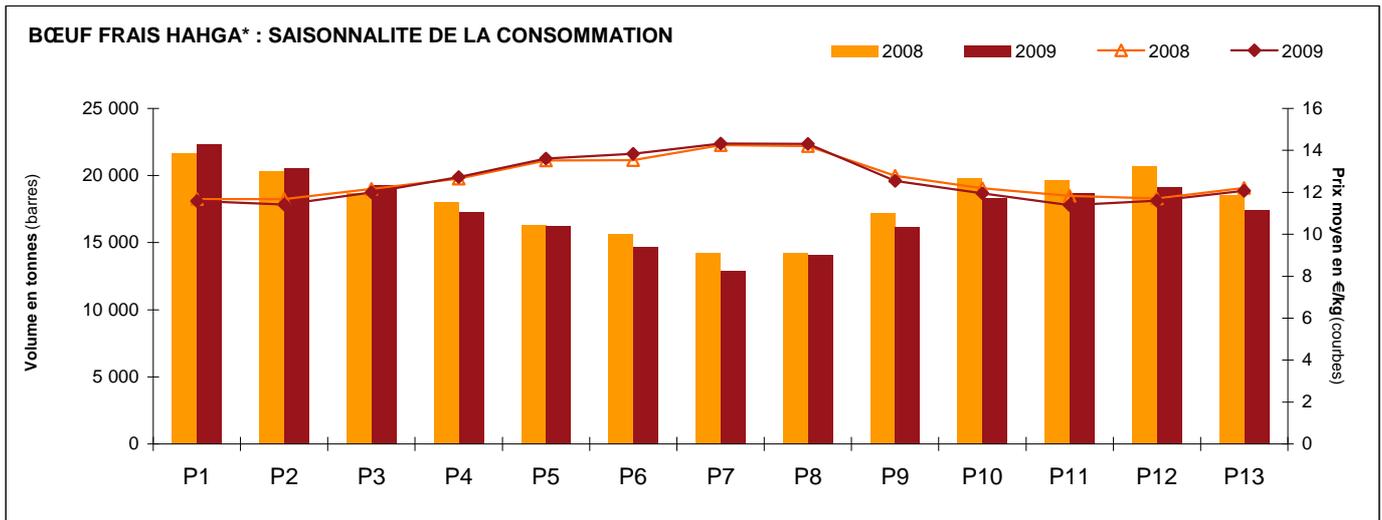
CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2009	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
BŒUF FRAIS	11,84	-1,1	253 620	-2,5	3 002 264	-3,6	89,4	-0,6	100,0	//
BŒUF FRAIS										
HORS ABAT ET GROS ACHAT	12,43	-0,8	226 789	-3,4	2 818 440	-4,2	88,6	-0,7	89,4	-0,8
Dont viande à griller, rôtir	15,08	-2,0	153 844	-2,1	2 320 051	-4,0	85,6	-0,5	60,7	0,3
Dont viande à boullir, braiser	6,58	0,2	67 954	-6,6	447 043	-6,4	58,4	-1,9	26,8	-1,2
ABATS DE BŒUF FRAIS	6,16	-2,7	19 632	1,4	120 841	-1,3	31,1	-0,3	7,7	0,3
GROS ACHATS*	8,75	8,1	7 199	18,2	62 983	27,7	1,9	0,6	2,8	0,5
VIANDE HACHEE FRAÎCHE	9,23	0,8	75 709	1,7	699 094	2,4	71,1	1,1	100,0	//
VIANDE SURGELEE DE BŒUF	5,69	3,6	75 008	1,4	426 624	5,1	49,9	0,9	100,0	//
Dont viande hachée	5,39	3,4	73 191	1,5	394 617	4,9	48,7	1,4	97,6	0,0

* Supérieurs à 10 kg

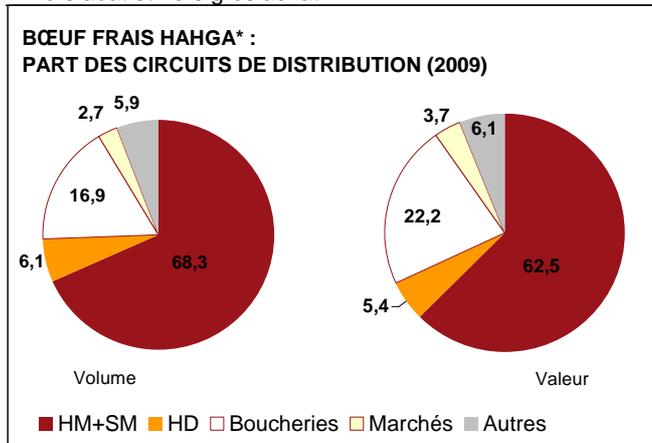
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

BŒUF HORS HACHE

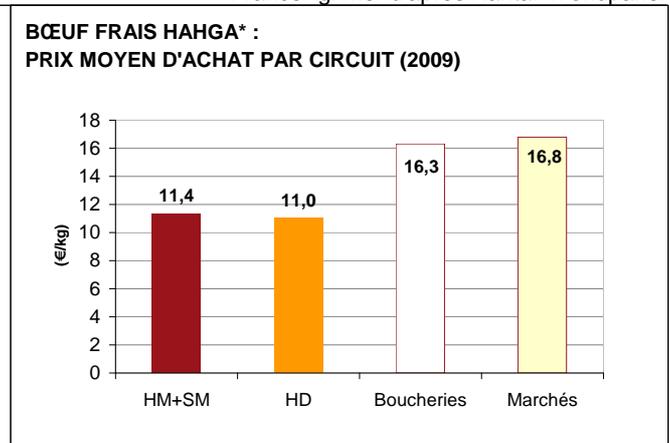


* Hors abat et hors gros achat

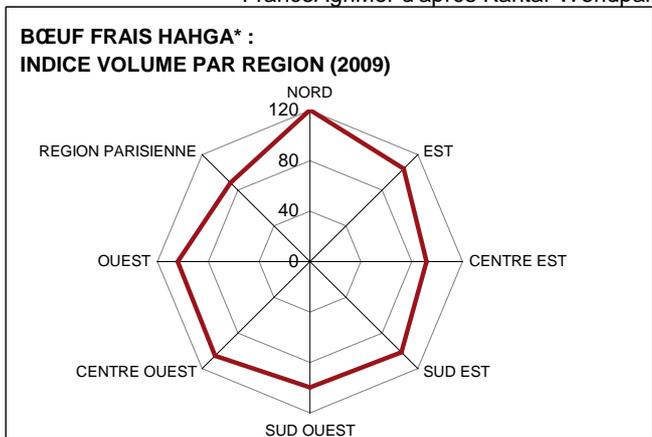
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



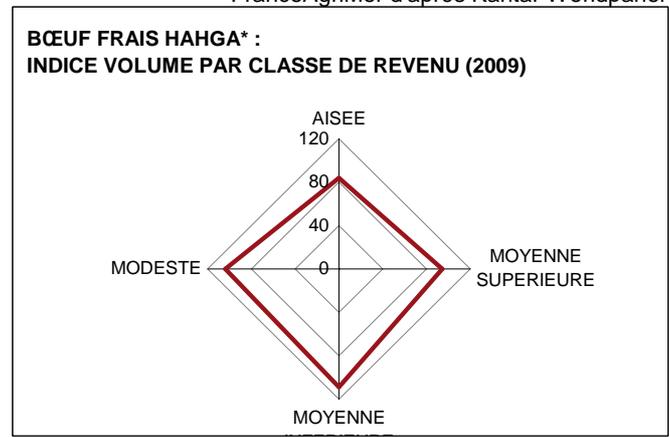
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



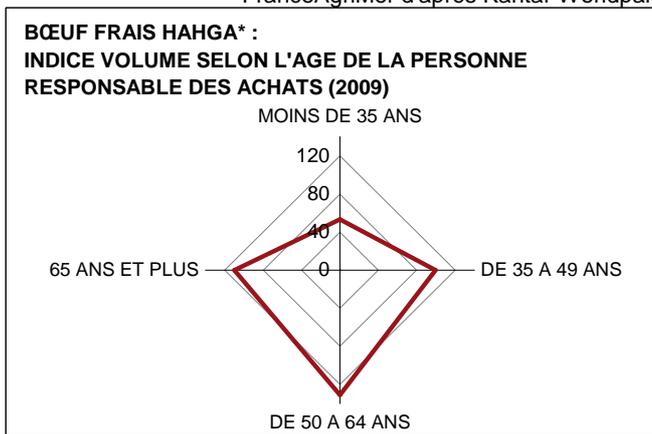
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



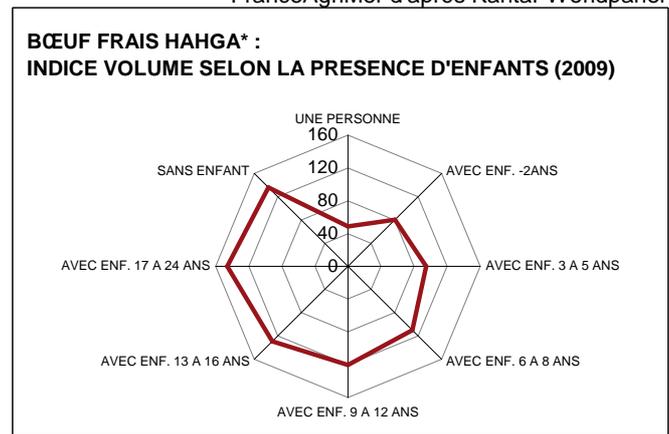
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

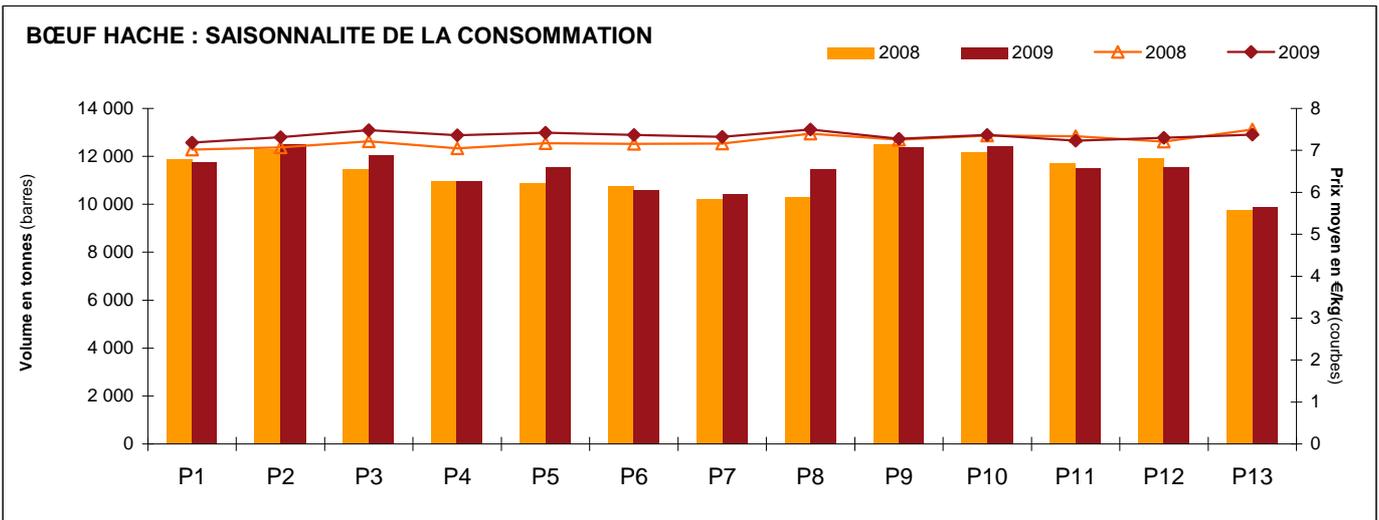


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



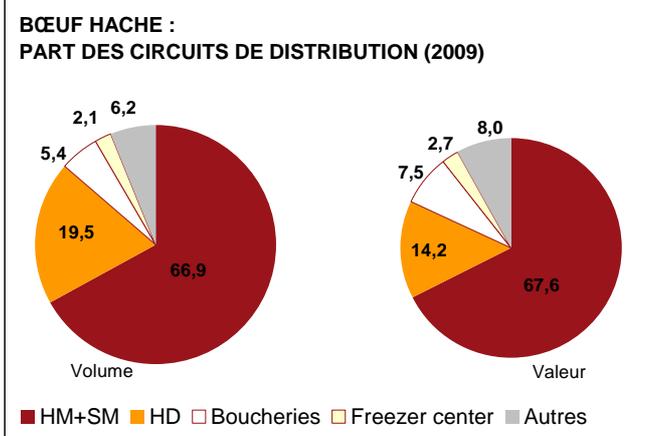
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

BŒUF HACHE (FRAIS + SURGELE)

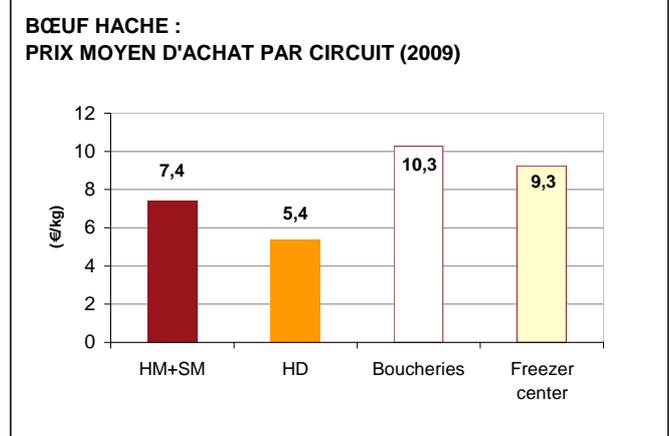


* Hors abat et hors gros achat

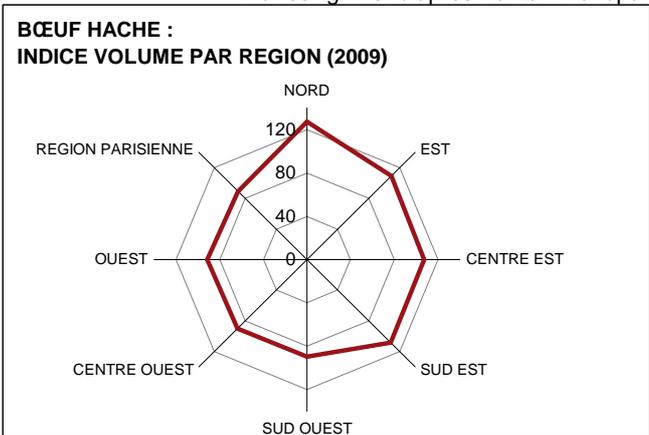
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



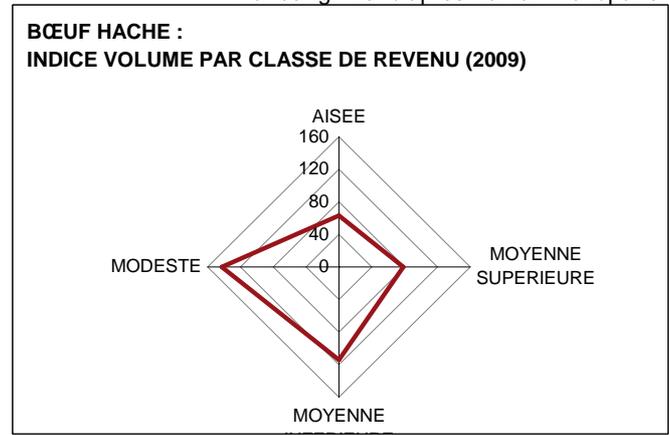
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



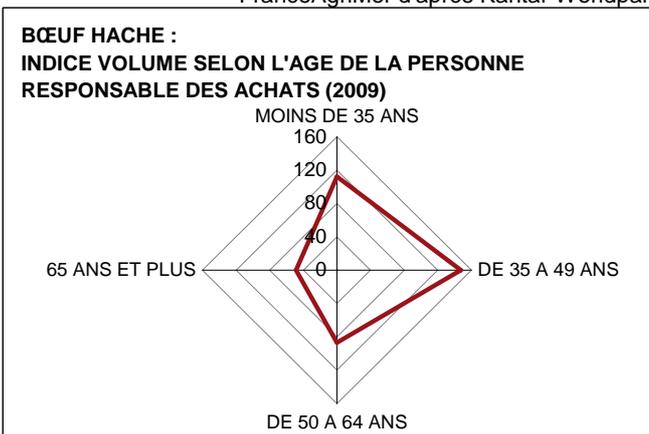
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



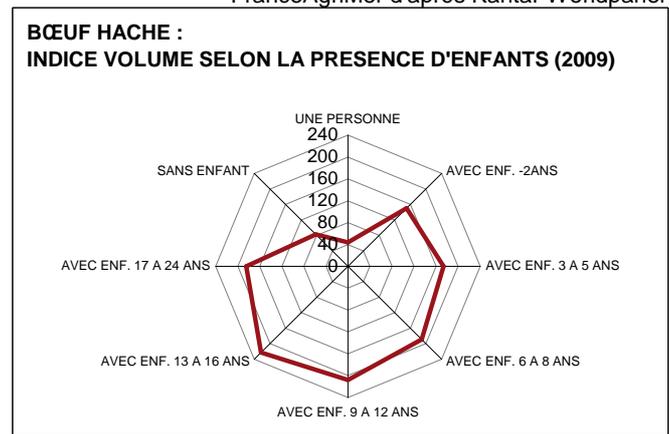
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

CANARD**BILAN D'APPROVISIONNEMENT** (en 2009)

(en 1.000 tonnes équivalent carcasse)	Production	Importations	Exportations	Consommation apparente	Conso. indiv. (en kg.ec)
CANARD	235	18	58	195 -3,3%	3,0

FranceAgriMer

ACHATS DES RESTAURATEURS POUR LA CONSOMMATION HORS FOYER (EN POIDS NET)

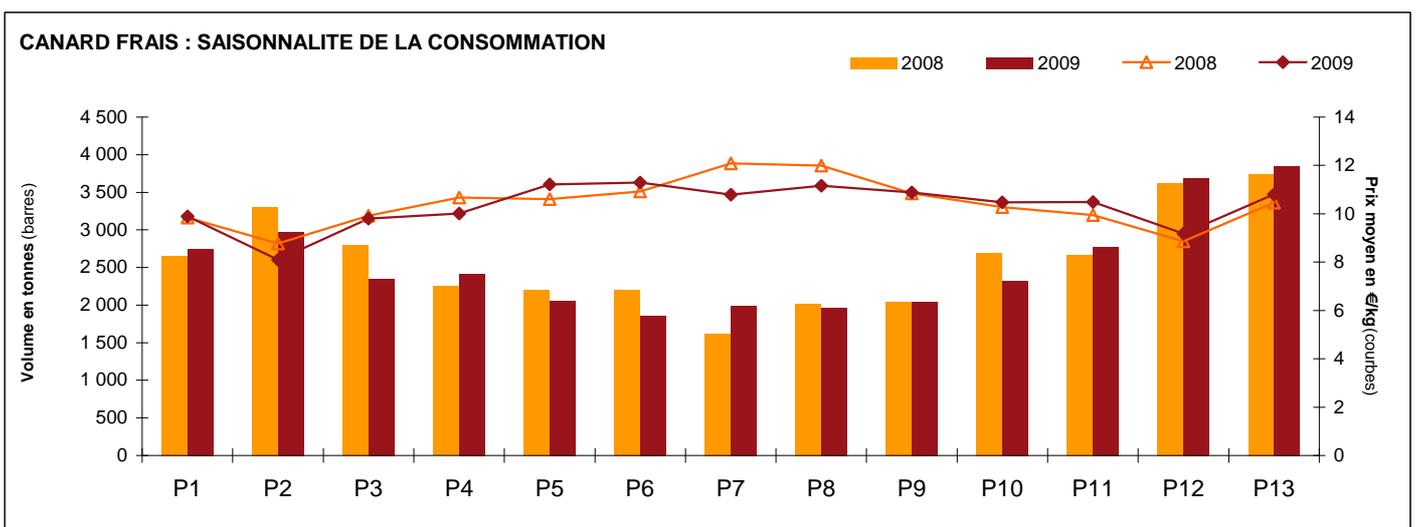
2008	Total	Restauration collective	Restauration commerciale	Circuits de vente alternatifs
CANARD				
Quantités achetées (tonnes)	11 237	2 759	8 499	ns
Prix moyen d'achat (€/kg)	8,79	5,88	9,75	nd

FranceAgriMer d'après Crédoc

CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

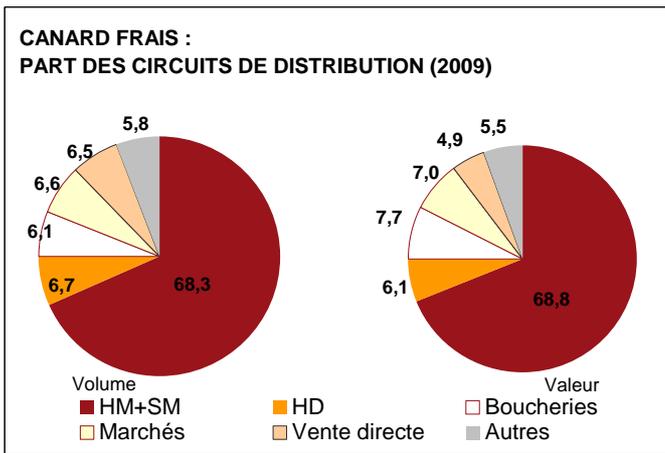
2009	Prix moyen (€/kg)		Qtés achetées (tonnes)		Valeur (k€)		Tx de pénétration (%)		Part en volume (%)	
		Évol. (%)		Évol. (%)		Évol. (%)		Évol. (pt)		Évol. (pt)
CANARD FRAIS	10,20	-0,2	33 024	-2,4	336 904	-2,6	45,2	-0,6	100,0	//
CANARD ENTIER	6,69	0,5	6 981	-9,7	46 735	-9,2	9,2	-0,1	21,1	-1,7
DECOUPE DE CANARD	11,14	-1,2	26 043	-0,2	290 169	-1,4	43,0	-0,3	78,9	1,7
<i>dt magret, filet</i>	13,09	-1,3	14 117	-2,5	184 849	-3,7	31,2	-0,2	42,7	0,0
CANARD SURGELE	14,08	2,7	464	-2,0	6 534	0,7	1,9	0,1	1,4	//

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

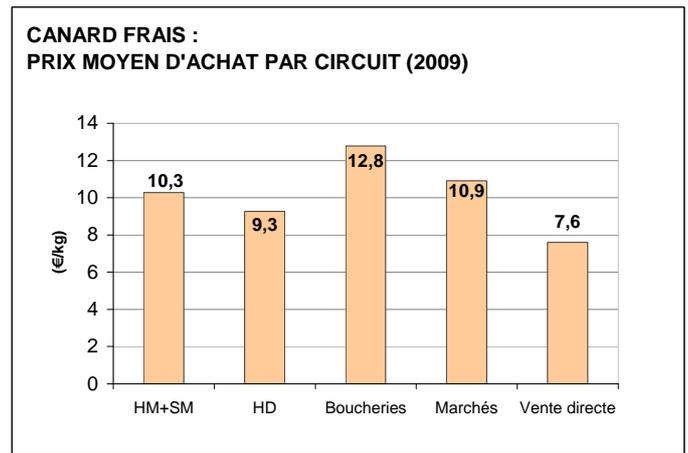


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

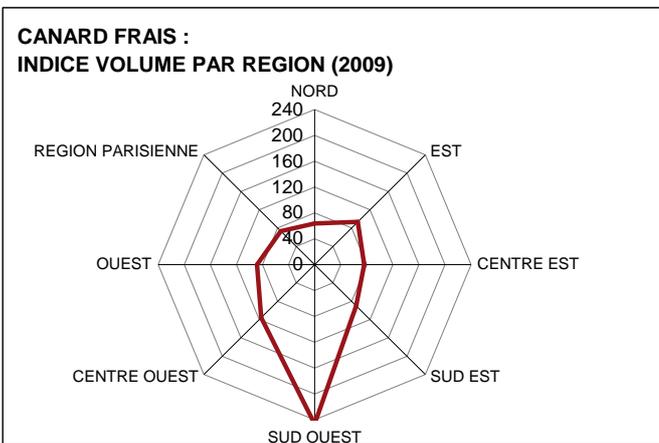
CANARD



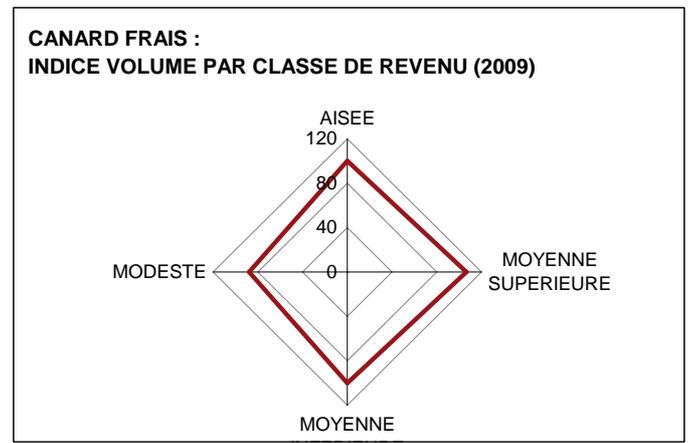
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



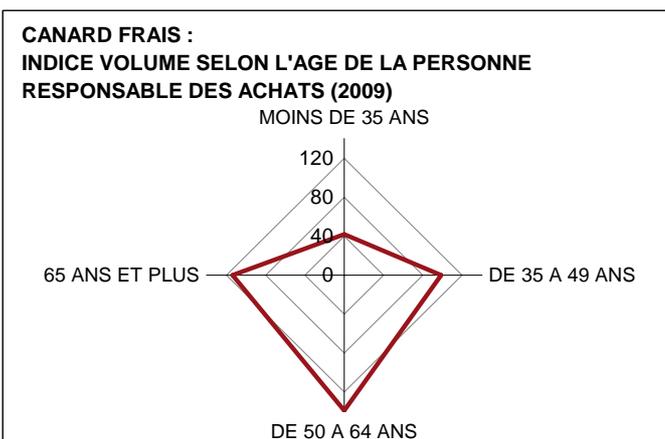
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



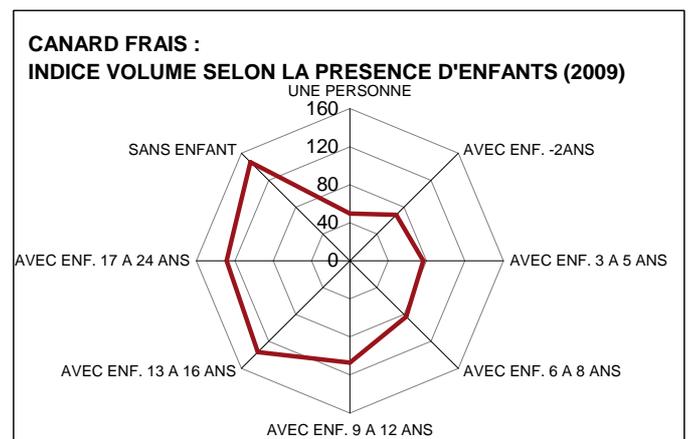
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

CHARCUTERIE

ACHATS DES RESTAURATEURS POUR LA CONSOMMATION HORS FOYER (EN POIDS NET)

2008	Total	Restauration collective	Restauration commerciale	Circuits de vente alternatifs
CHARCUTERIE				
Quantités achetées (tonnes)	43 360	23 230	17 314	2 510
Prix moyen d'achat (€/kg)	4,67	4,26	5,22	nd

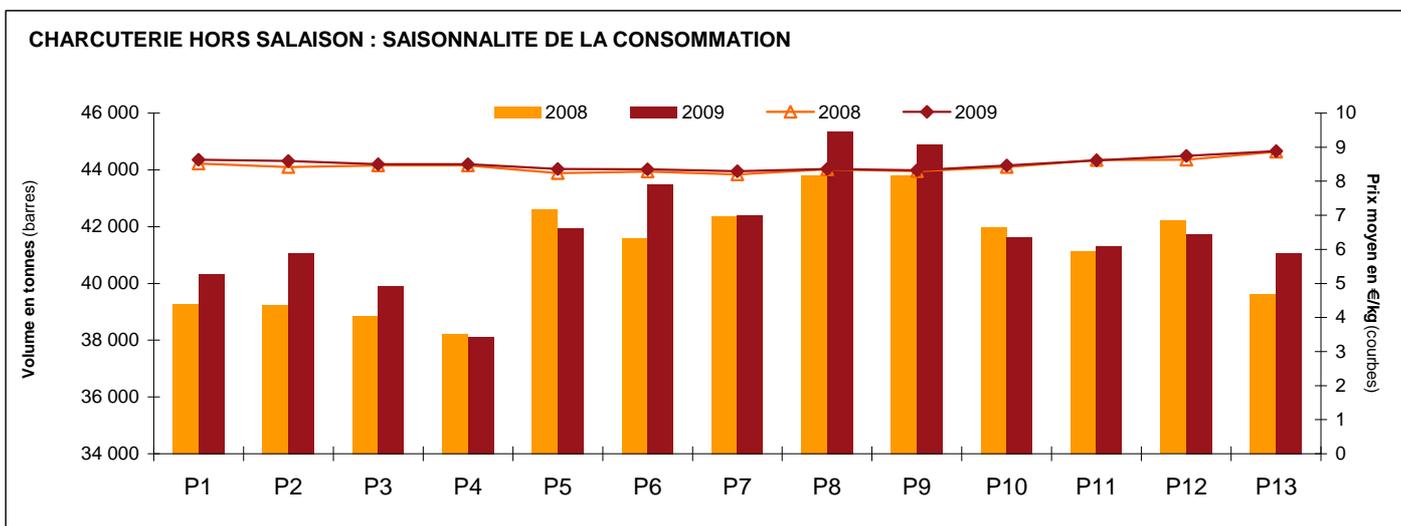
FranceAgriMer d'après Crédoc

CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2009	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration*		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
CHARCUTERIE HORS SALAISON	8,51	0,8	543 229	1,6	4 621 282	2,4	99,5	0,0	100,0	//
vendu en libre-service	7,7	0,9	355 140	2,5	2 739 205	3,5	98,6	0,3	65,4	0,6
vendu à la coupe	10,0	1,0	188 089	-0,1	1 882 077	0,9	83,0	-0,6	34,6	-0,6
LARDONS, POITRINE, BACON	6,9	-1,5	77 165	2,9	533 428	1,3	86,2	-0,1	14,2	0,2
SAUCISSES 0 GROS HACHAGE	7,7	1,3	75 918	3,7	587 886	5,0	53,8	1,1	14,0	0,3
SAUCISSONS SECS ET SALAMIS	11,4	1,0	71 587	2,5	816 235	3,5	83,0	1,1	13,2	0,1
SAUCISSES A PATE FINE	5,2	-0,6	54 916	0,4	288 015	-0,3	70,2	0,3	10,1	-0,1
PATES	8,6	1,8	50 257	-1,3	433 109	0,4	70,4	-0,5	9,3	-0,3
CHARCUTERIE DE VOLAILLE	8,9	-2,4	29 632	9,6	263 915	6,9	53,9	2,2	5,5	0,4
SAUCISSONS CUITS OU A CUIRE	6,7	3,2	28 087	1,0	188 333	4,2	45,8	0,6	5,2	0,0
BOUDINS	8,1	2,3	26 068	-1,1	212 214	1,1	37,4	1,4	4,8	-0,1
RILLETES	9,6	0,5	18 363	1,5	176 707	2,0	45,4	0,1	3,4	0,0

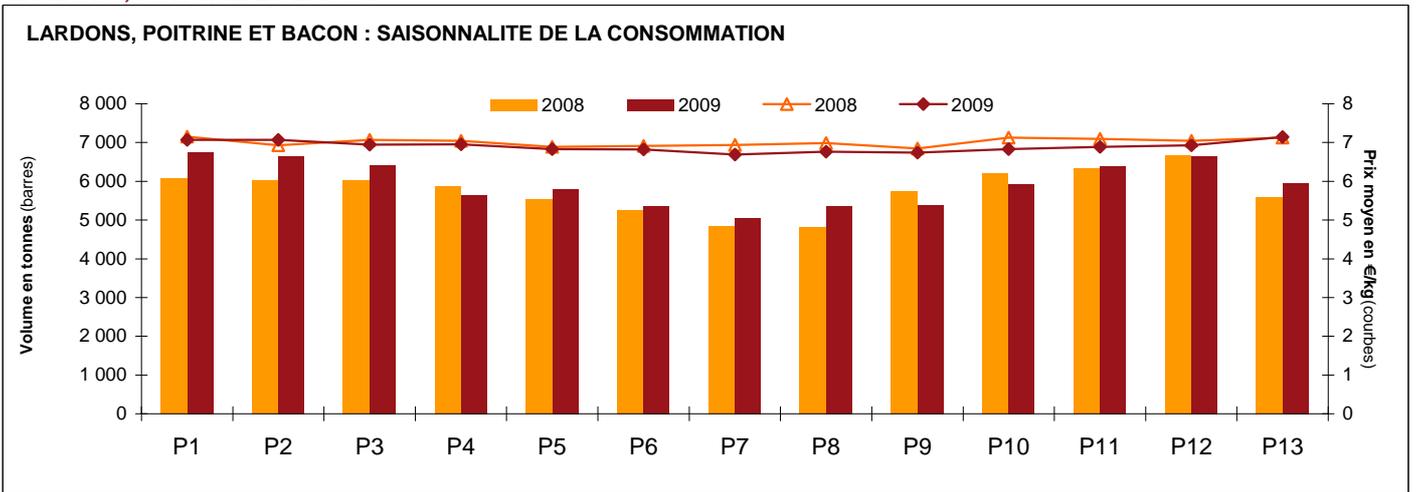
* uniquement au rayon LS pour le détail des charcuterie

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

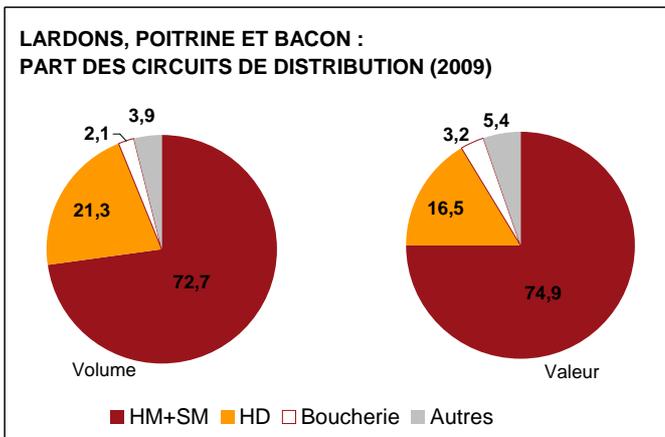


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

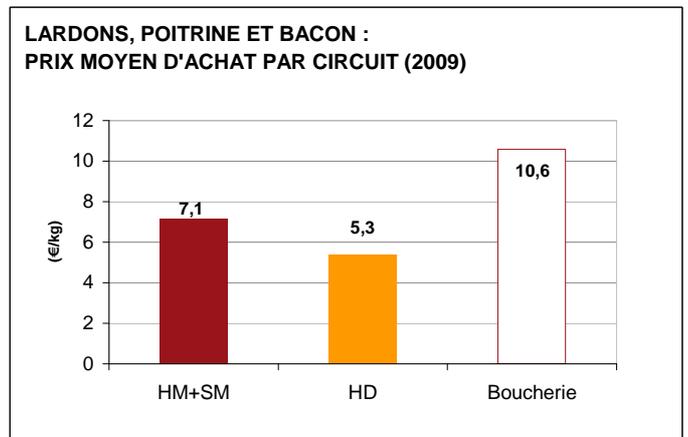
LARDONS, POITRINE ET BACON



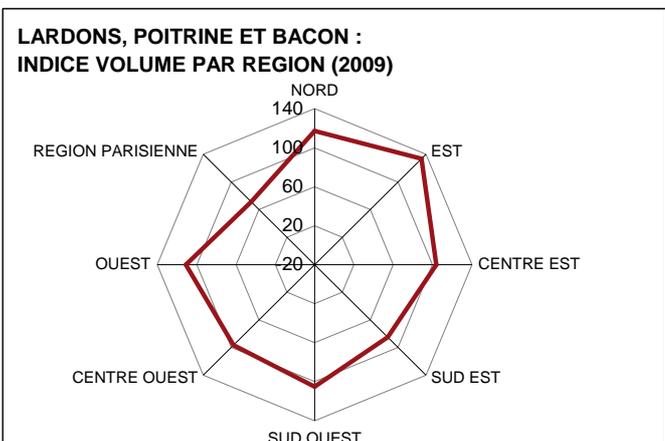
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



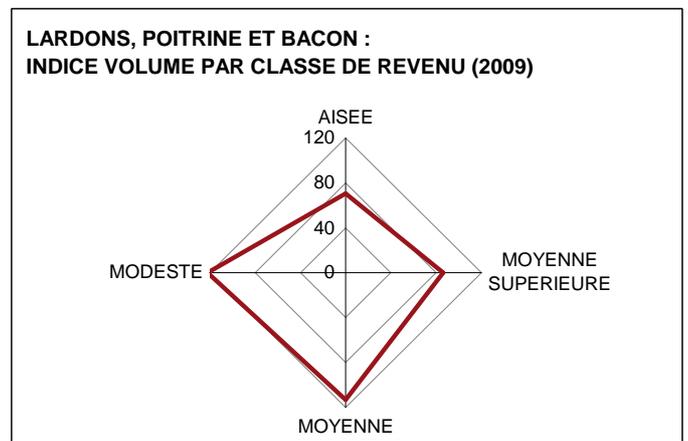
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



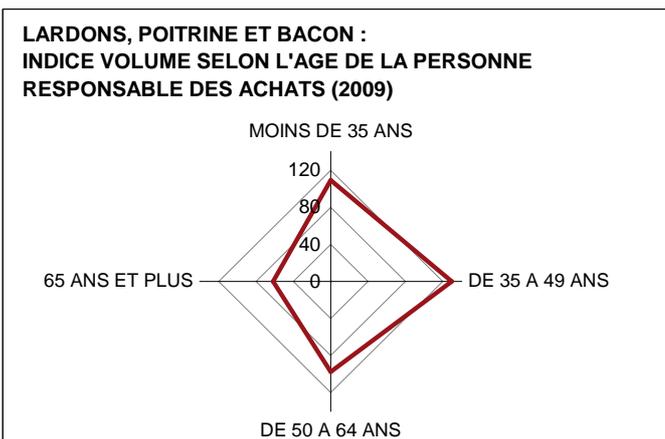
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



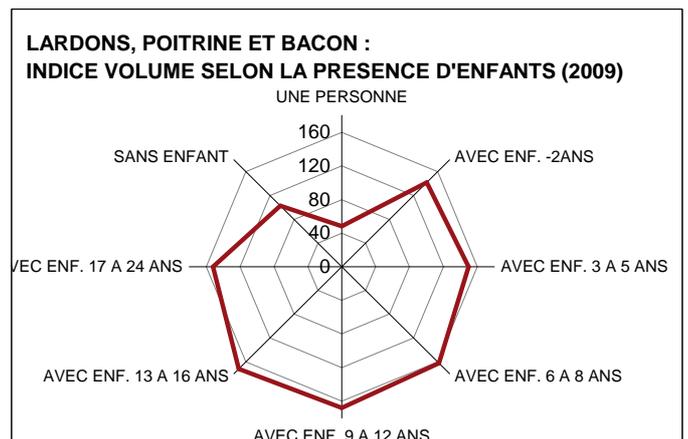
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

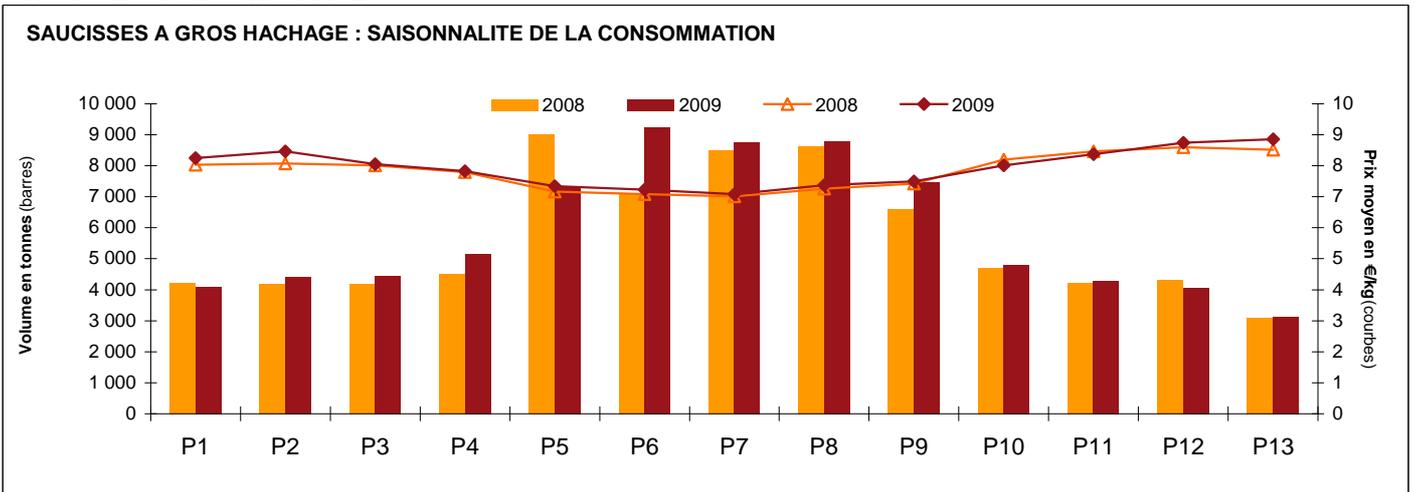


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

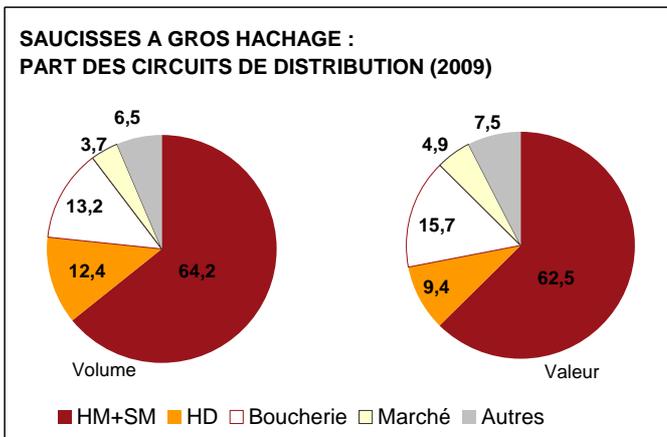


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

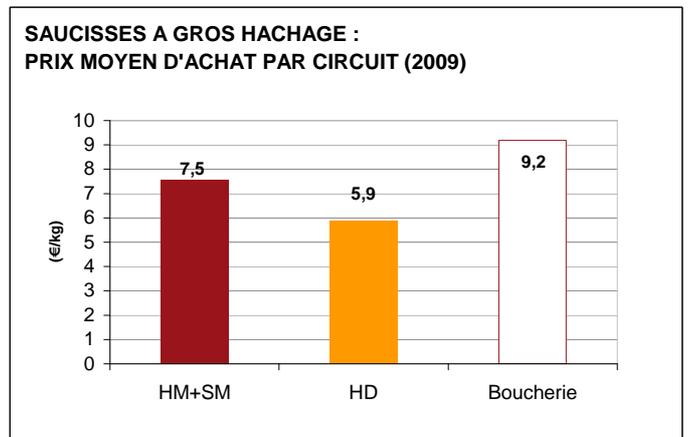
SAUCISSES A GROS HACHAGE



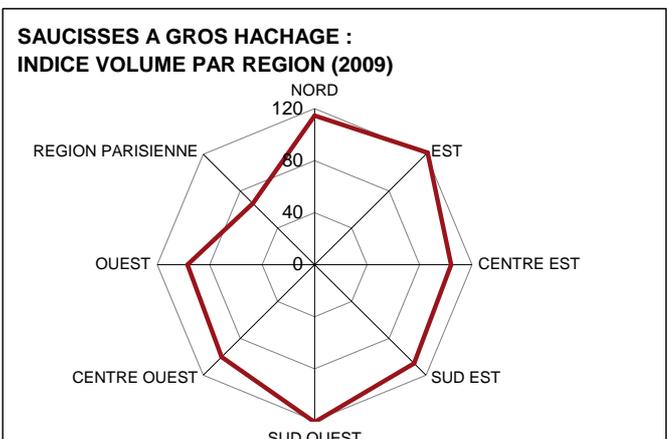
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



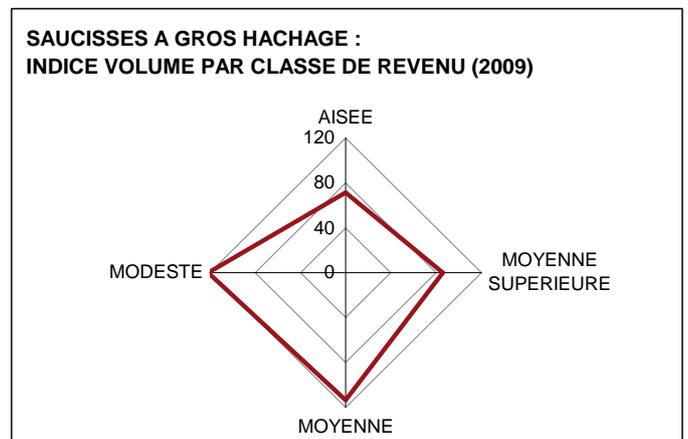
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



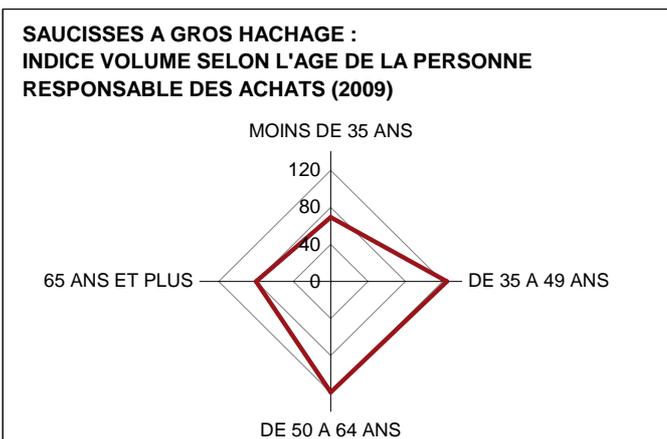
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



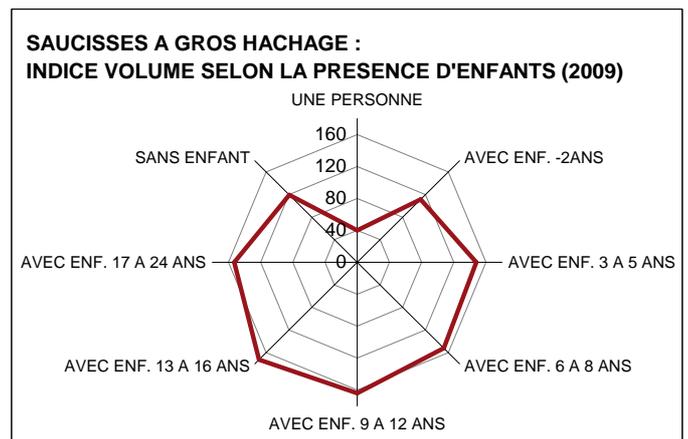
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

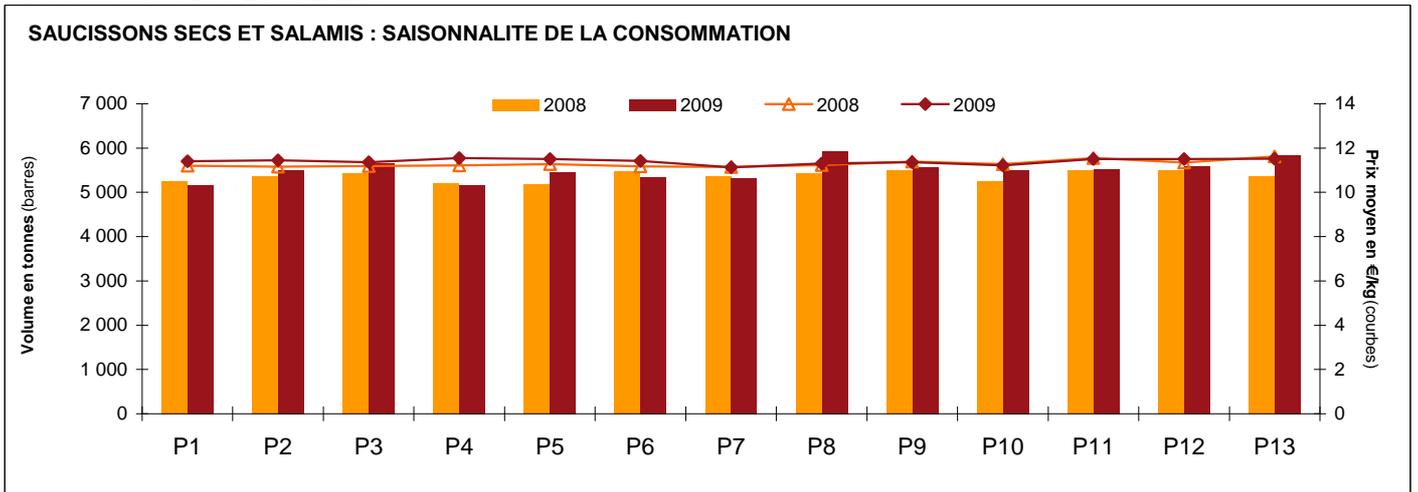


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

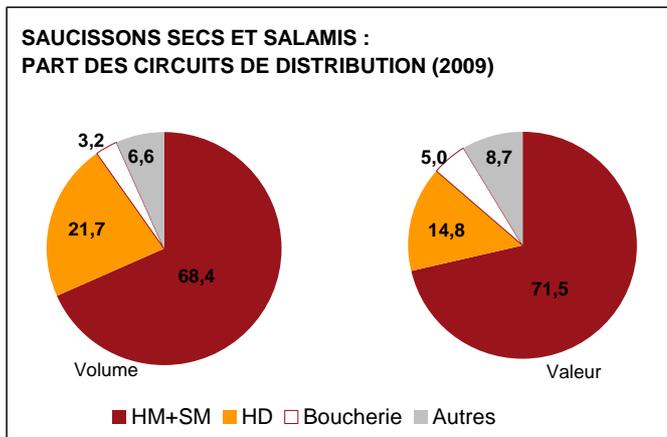


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

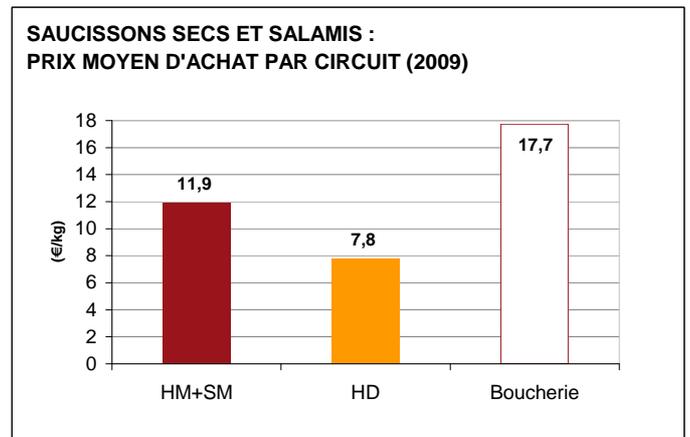
SAUCISSONS SECS ET SALAMIS



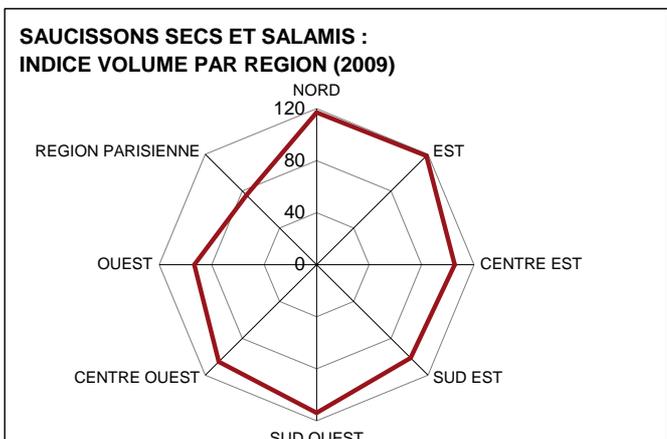
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



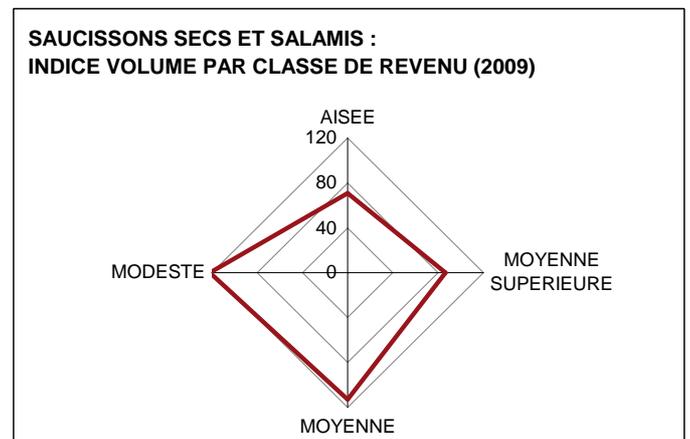
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



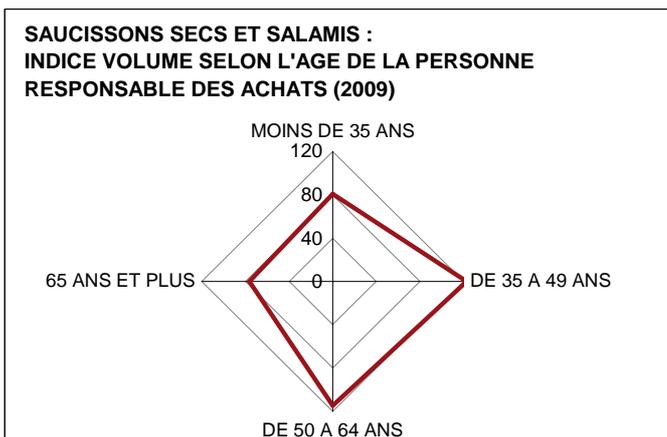
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



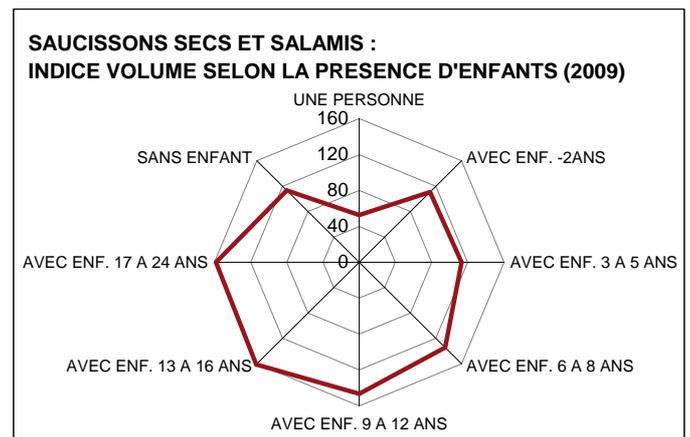
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

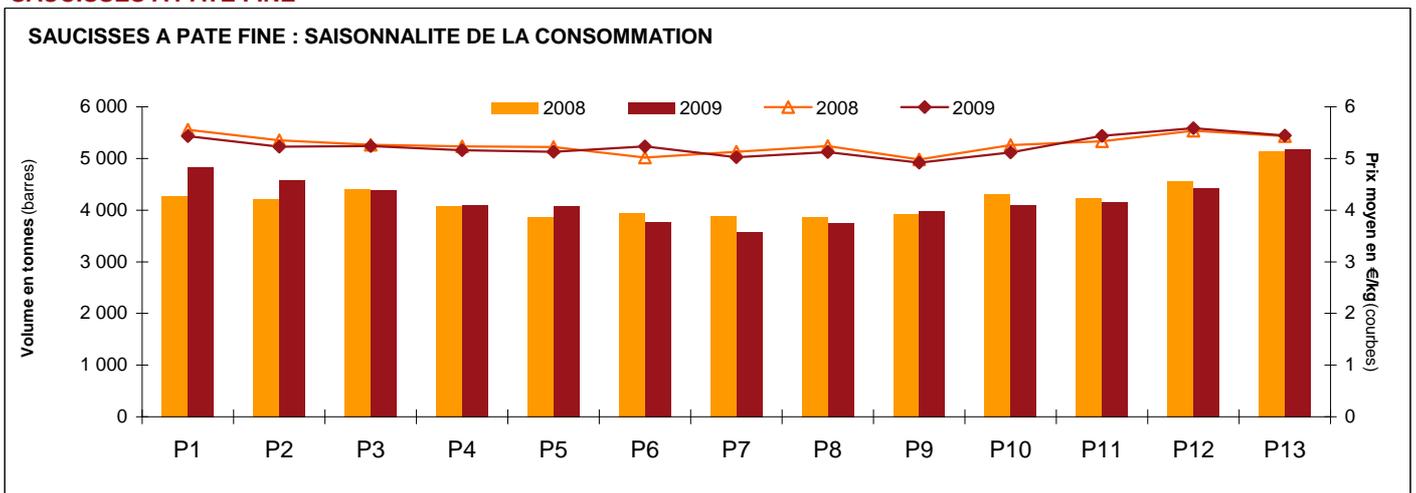


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

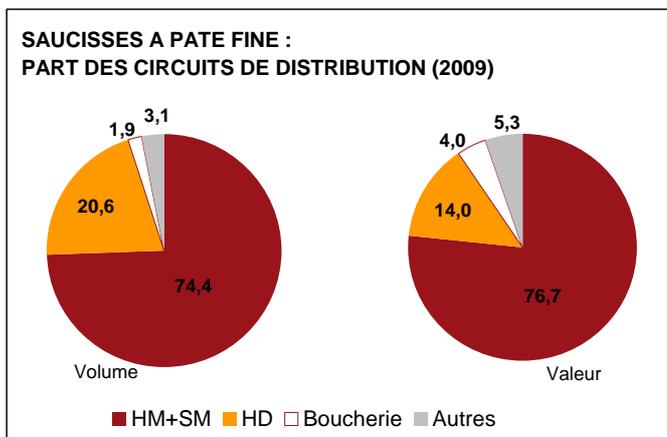


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

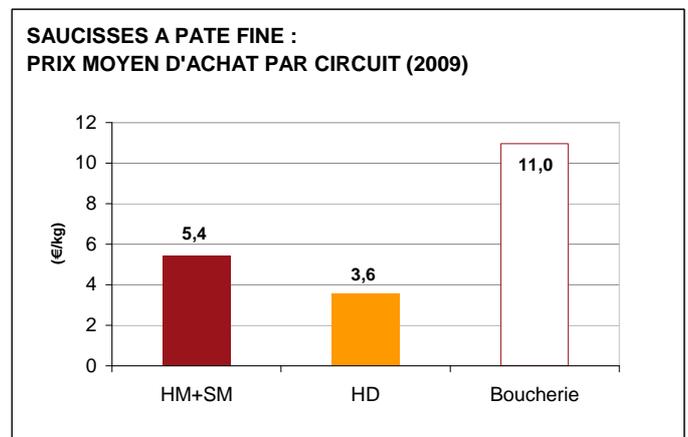
SAUCISSES A PATE FINE



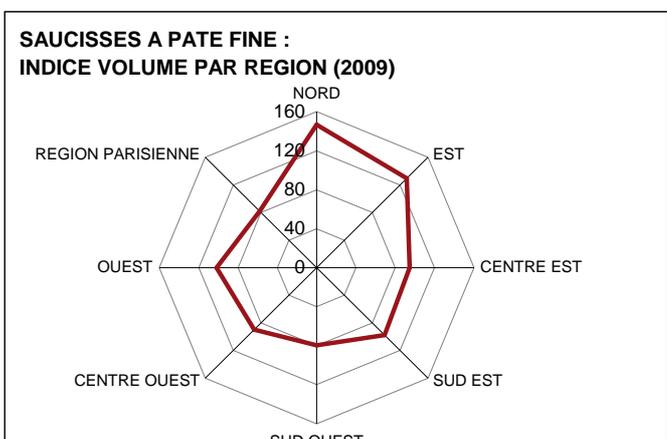
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



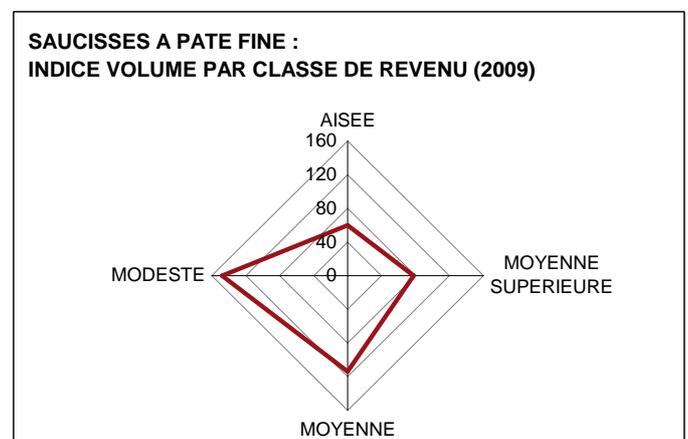
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



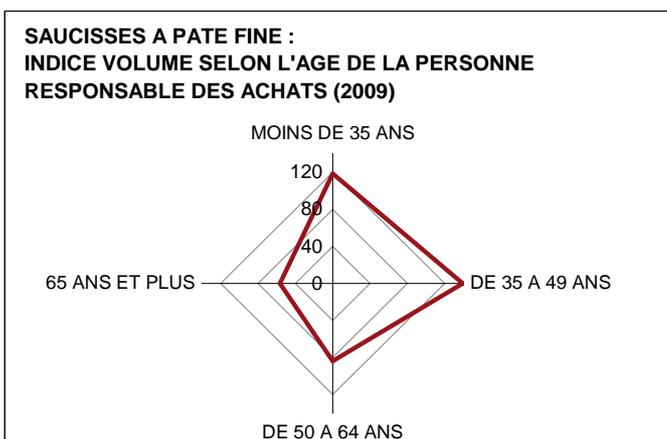
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



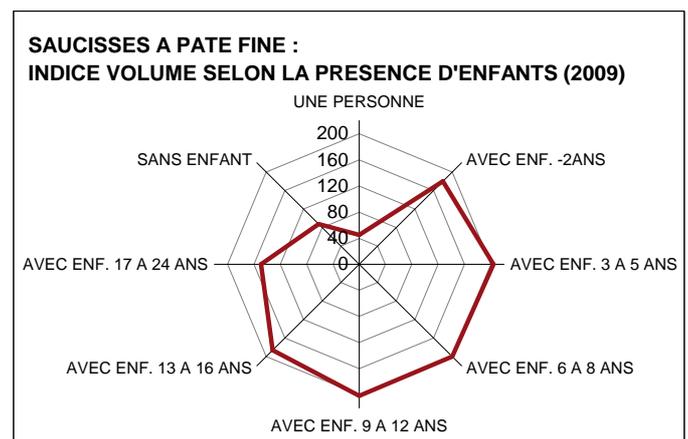
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

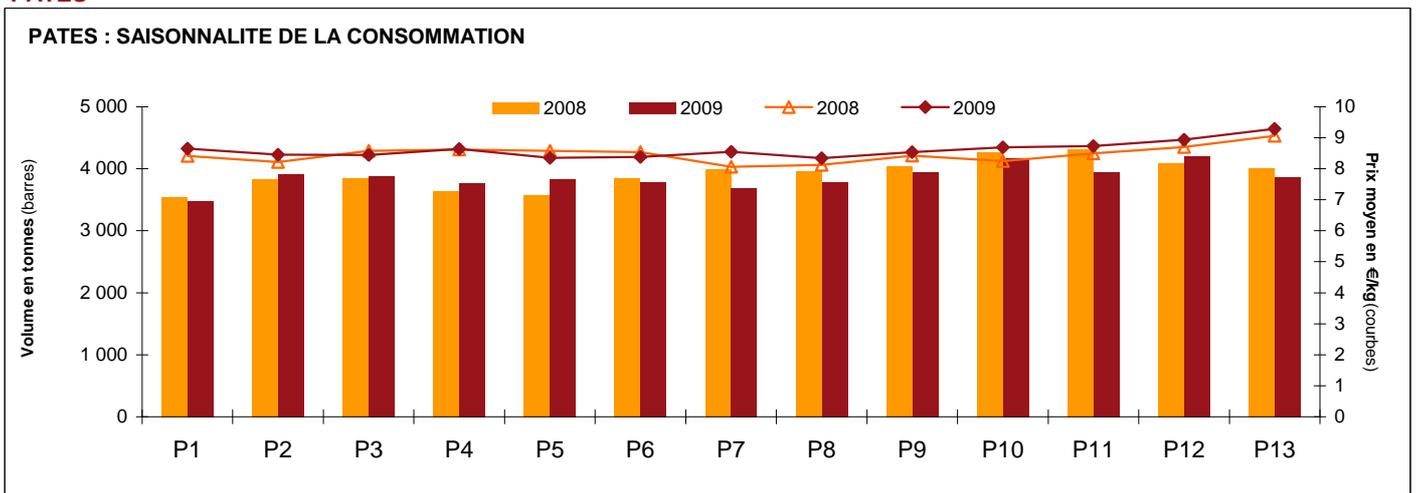


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

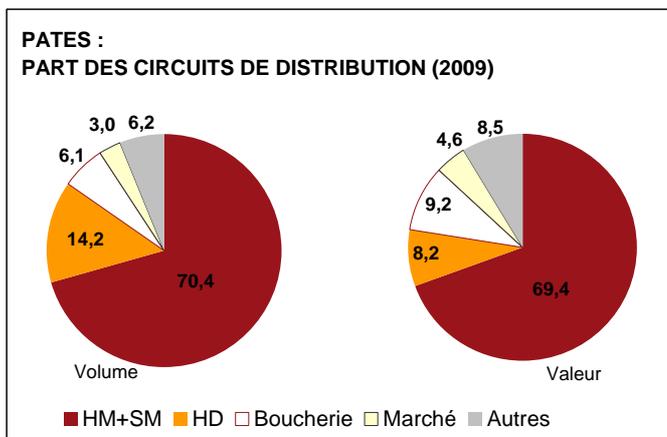


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

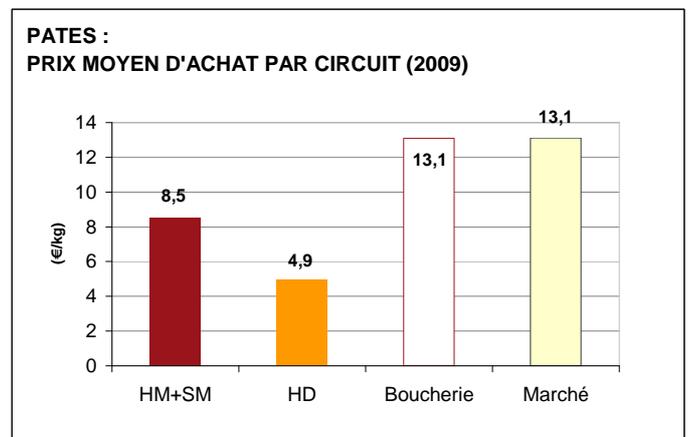
PATES



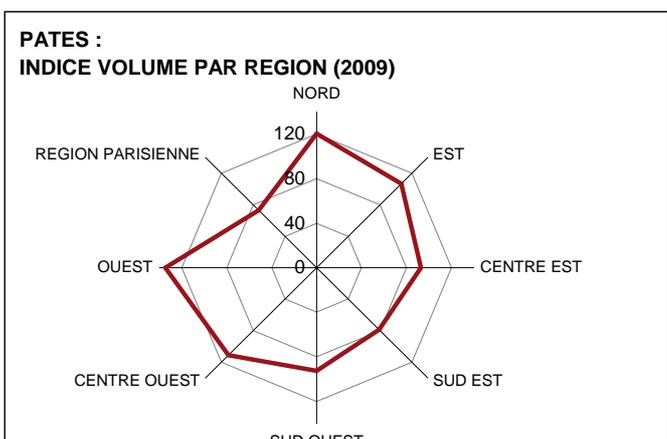
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



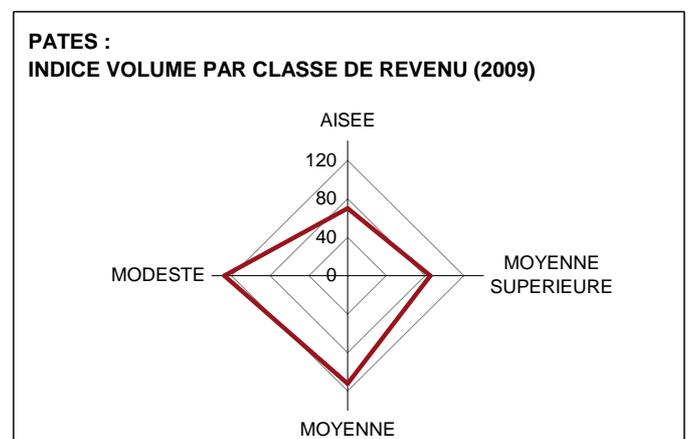
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



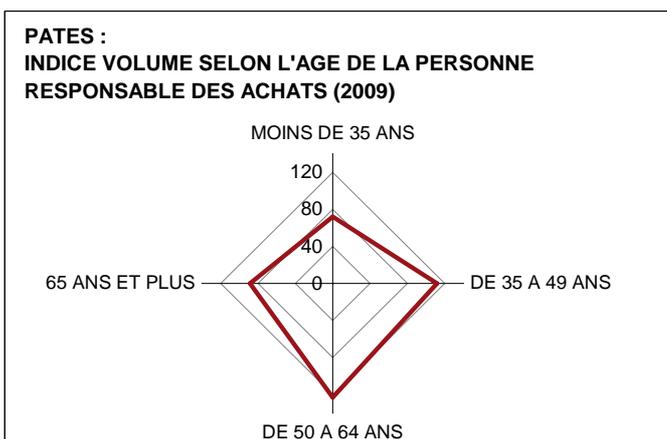
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



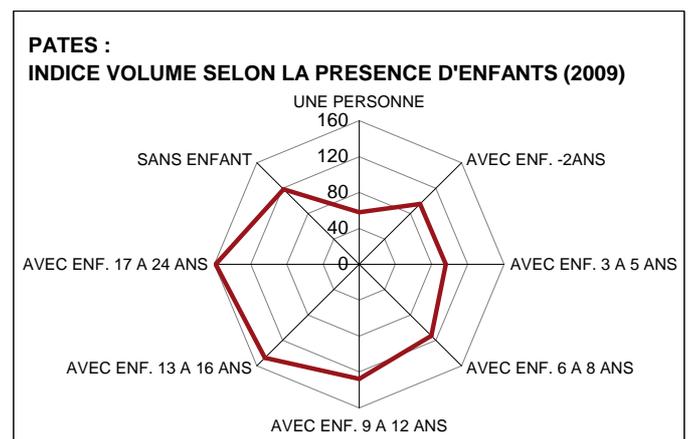
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

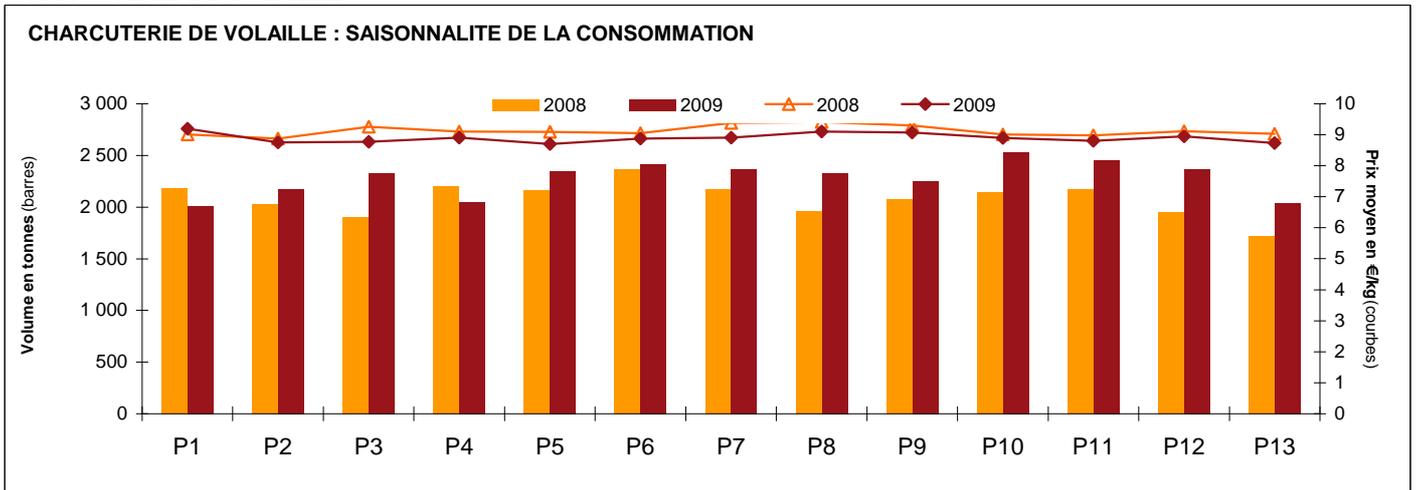


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

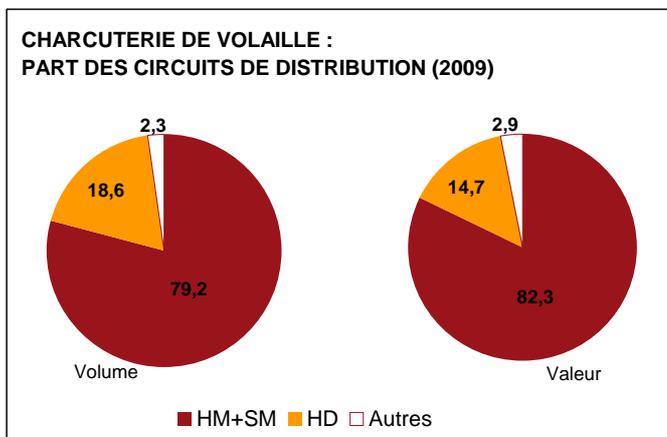


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

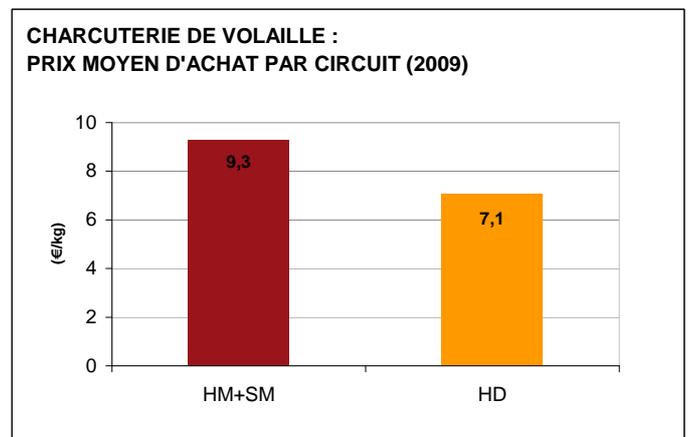
CHARCUTERIE DE VOLAILLE



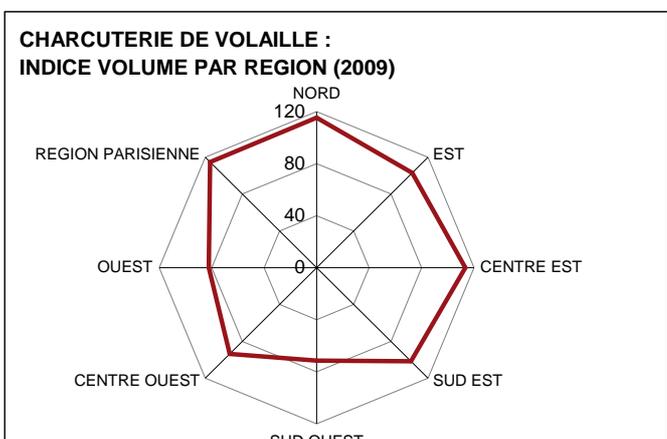
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



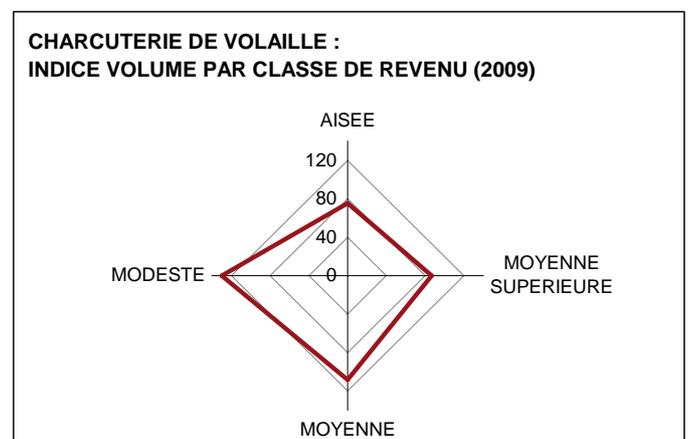
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



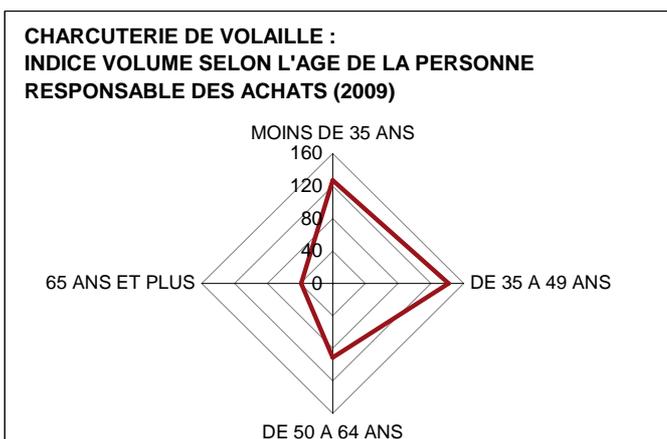
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



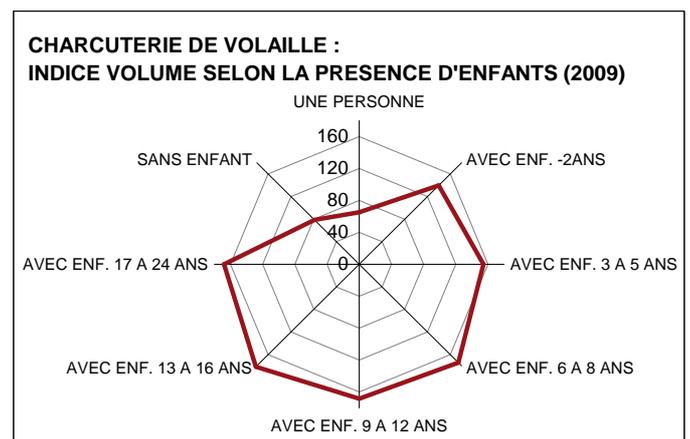
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

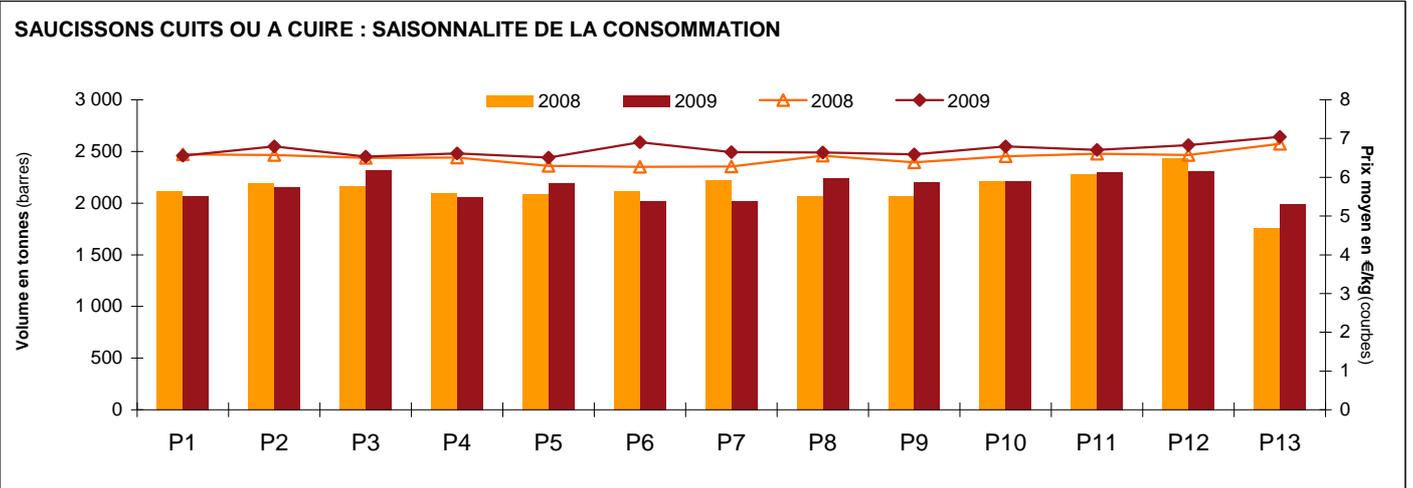


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

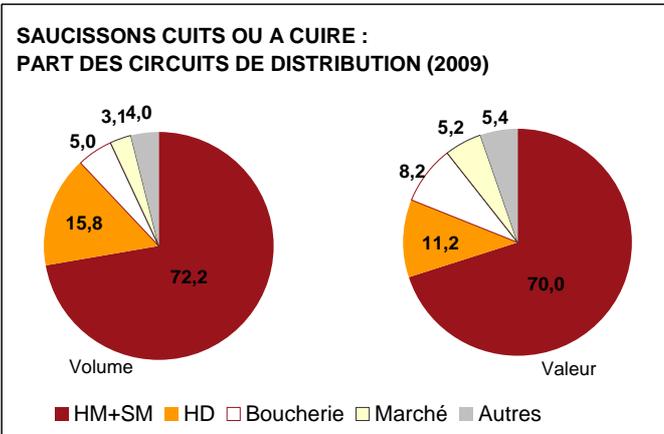


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

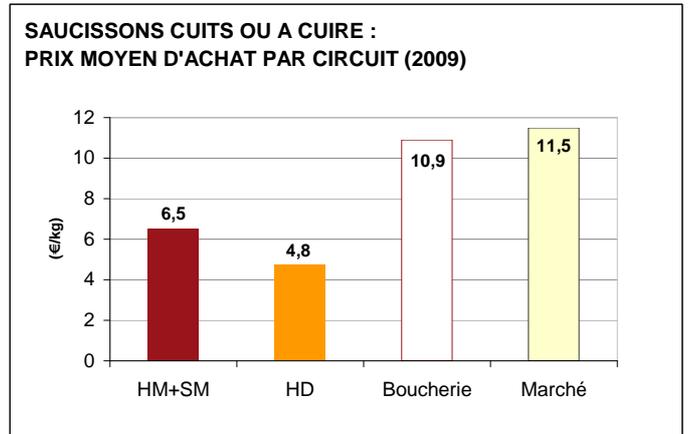
SAUCISSONS CUITS OU A CUIRE



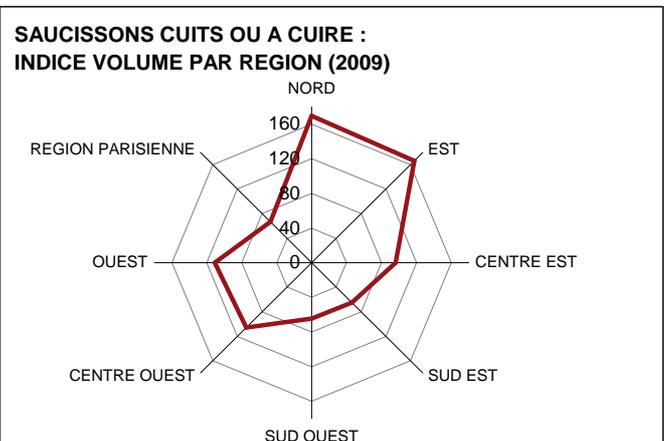
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



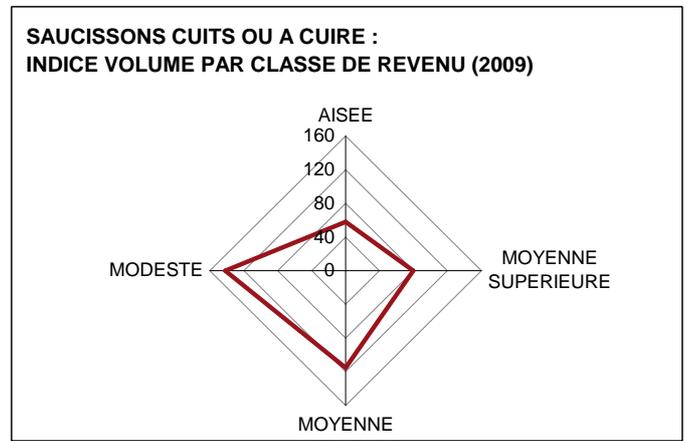
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



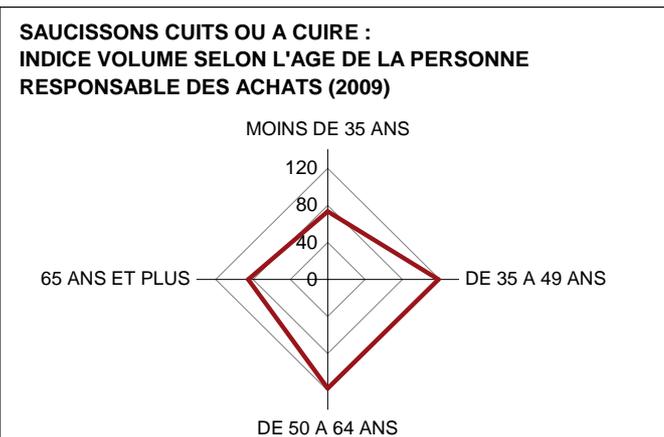
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



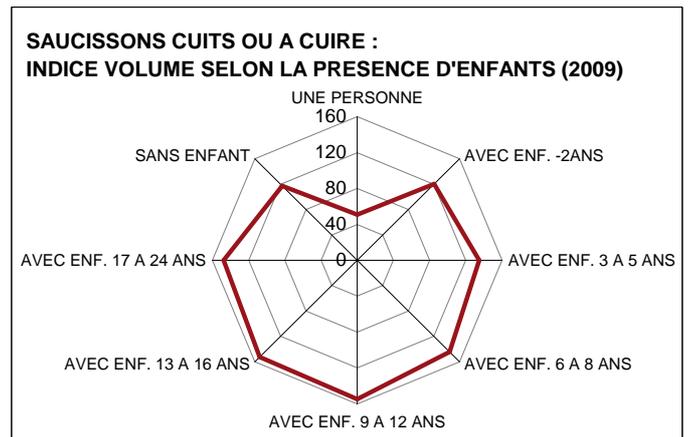
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

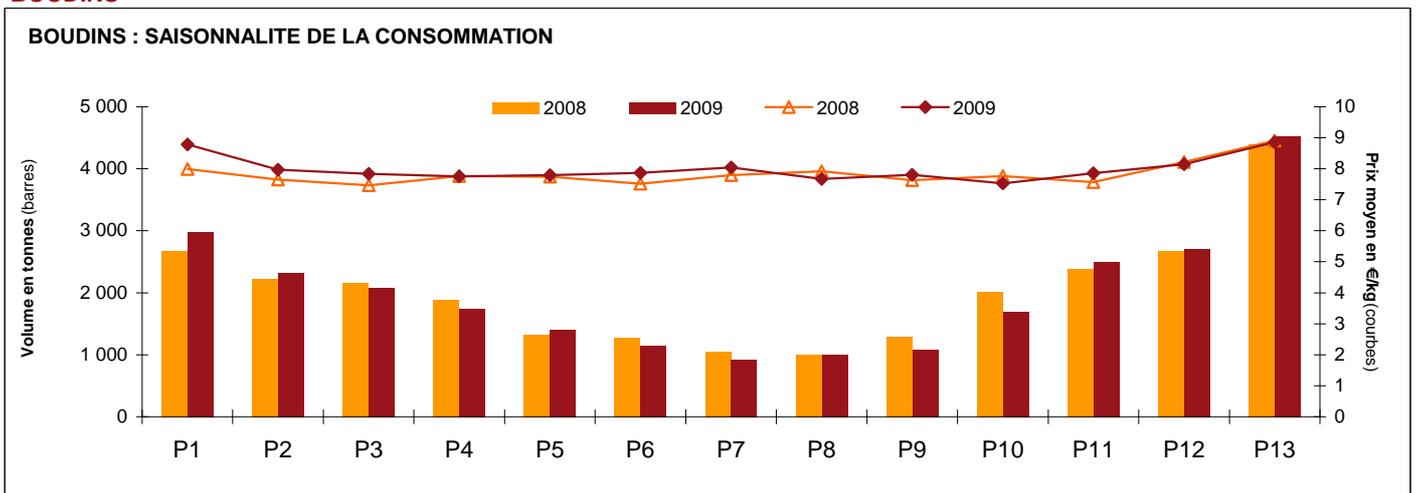


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

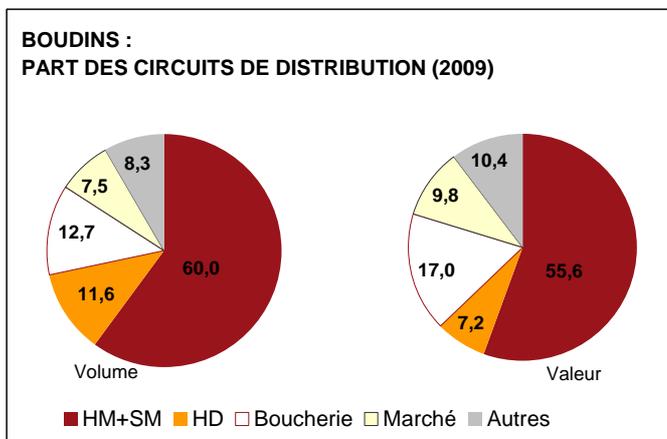


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

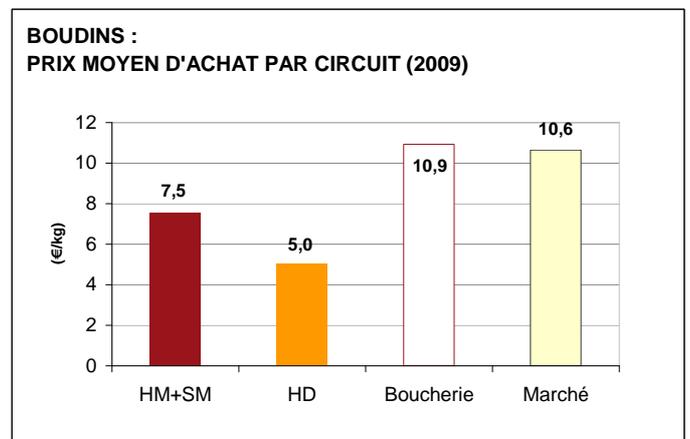
BOUDINS



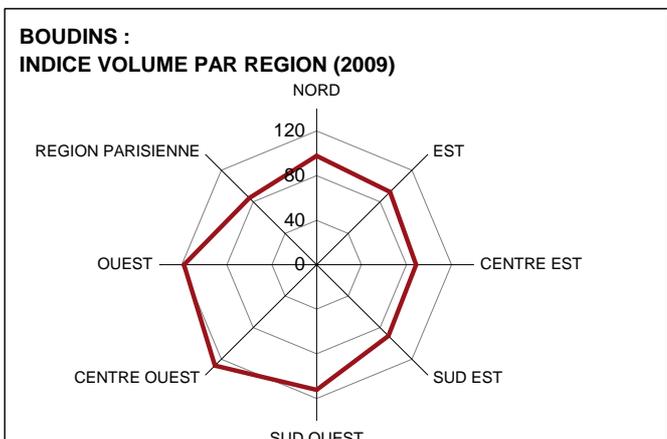
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



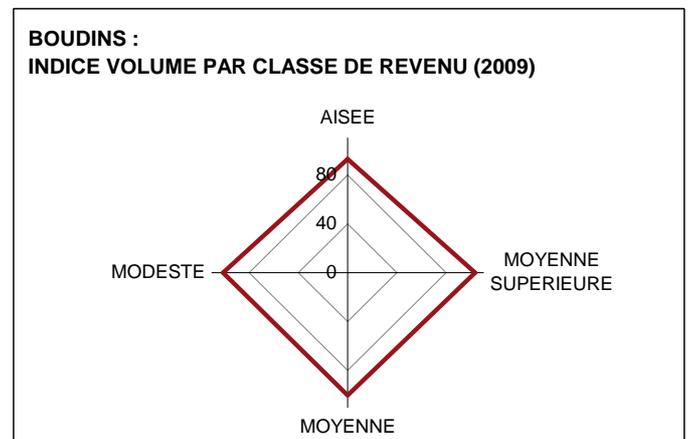
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



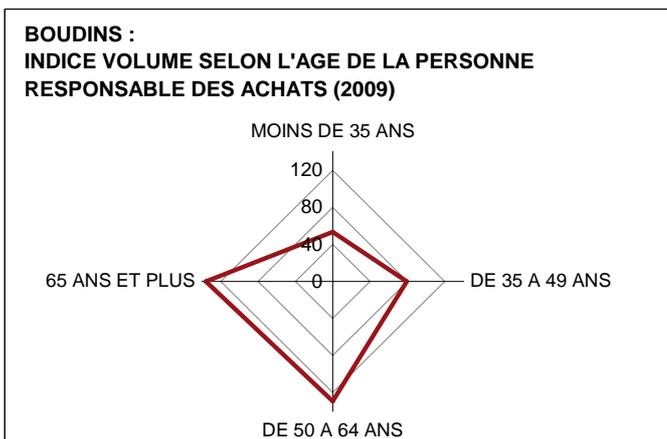
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



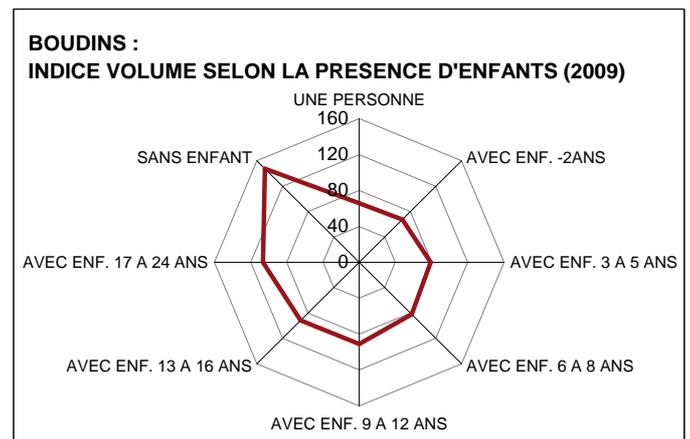
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

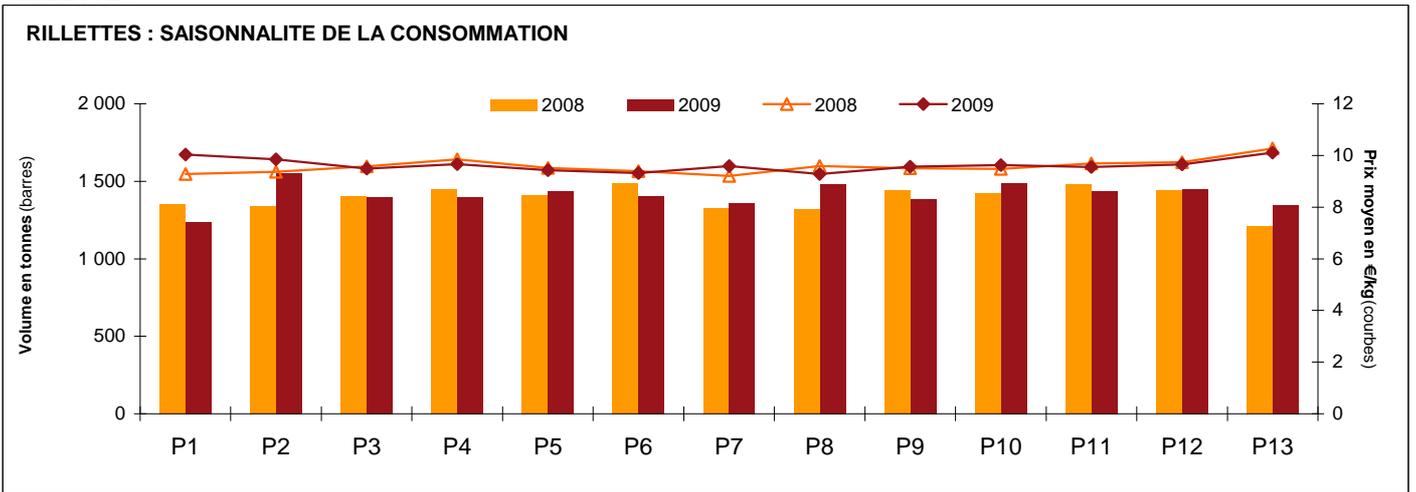


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

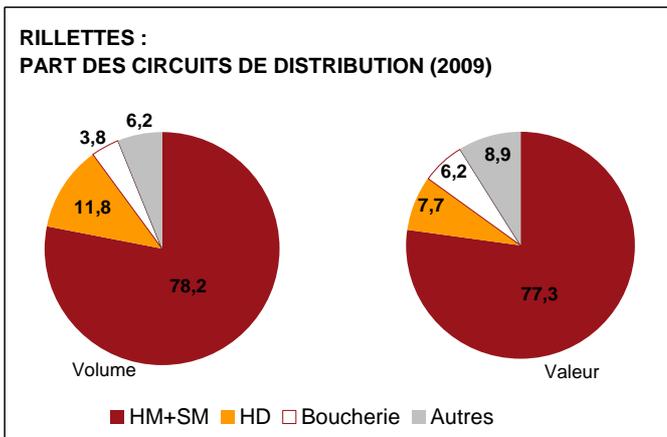


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

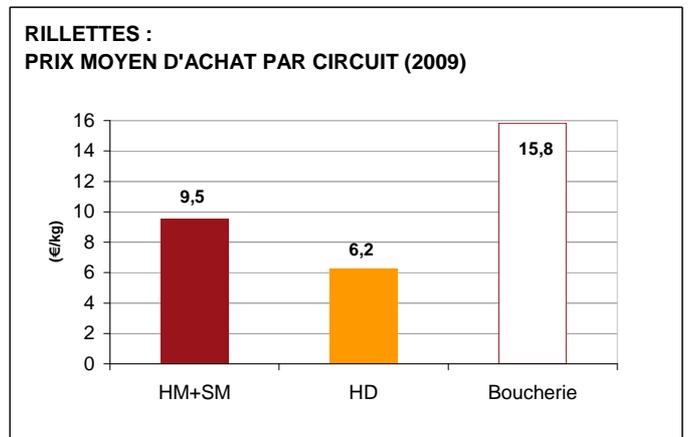
RILLETTES



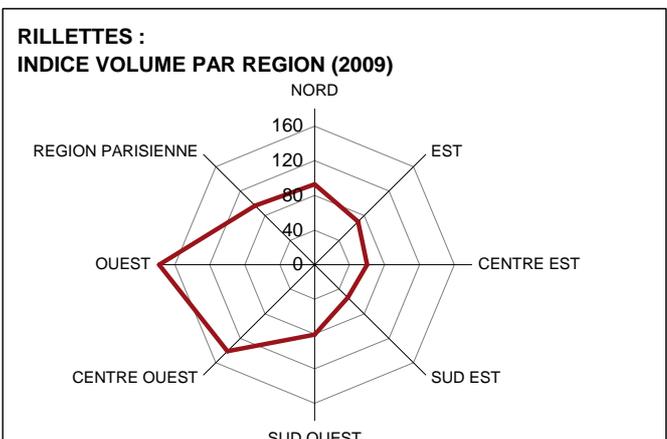
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



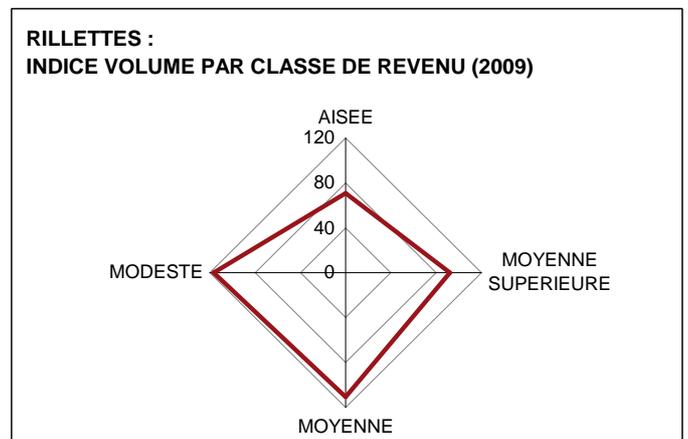
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



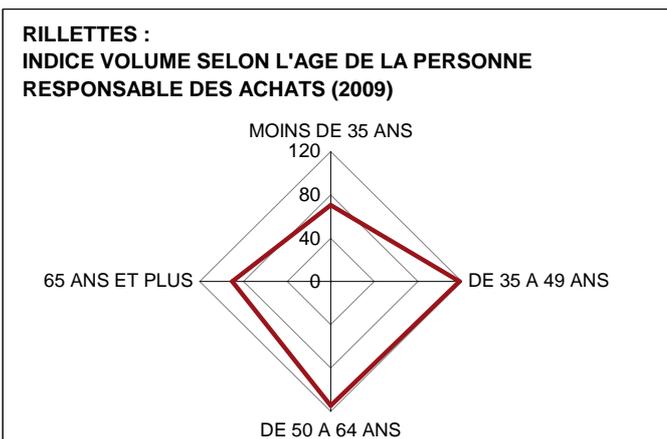
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



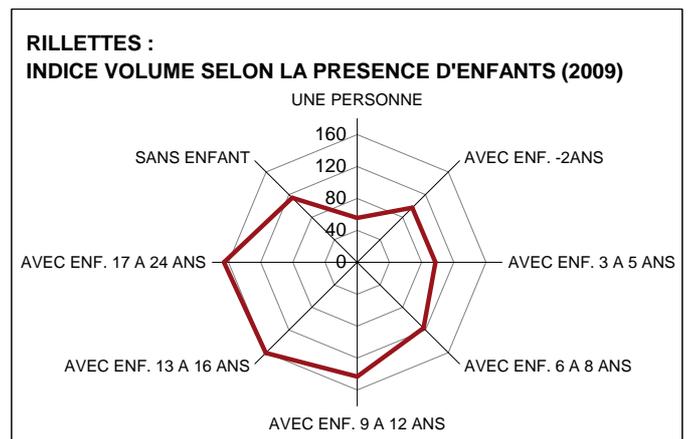
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

DINDE**BILAN D'APPROVISIONNEMENT** (en 2009)

(en 1.000 tonnes équivalent carcasse)	Production	Importations	Exportations	Consommation apparente	Conso. indiv. (en kg.ec)
DINDE	399	49	144	303 -7,5%	4,7

FranceAgriMer

ACHATS DES RESTAURATEURS POUR LA CONSOMMATION HORS FOYER (EN POIDS NET)

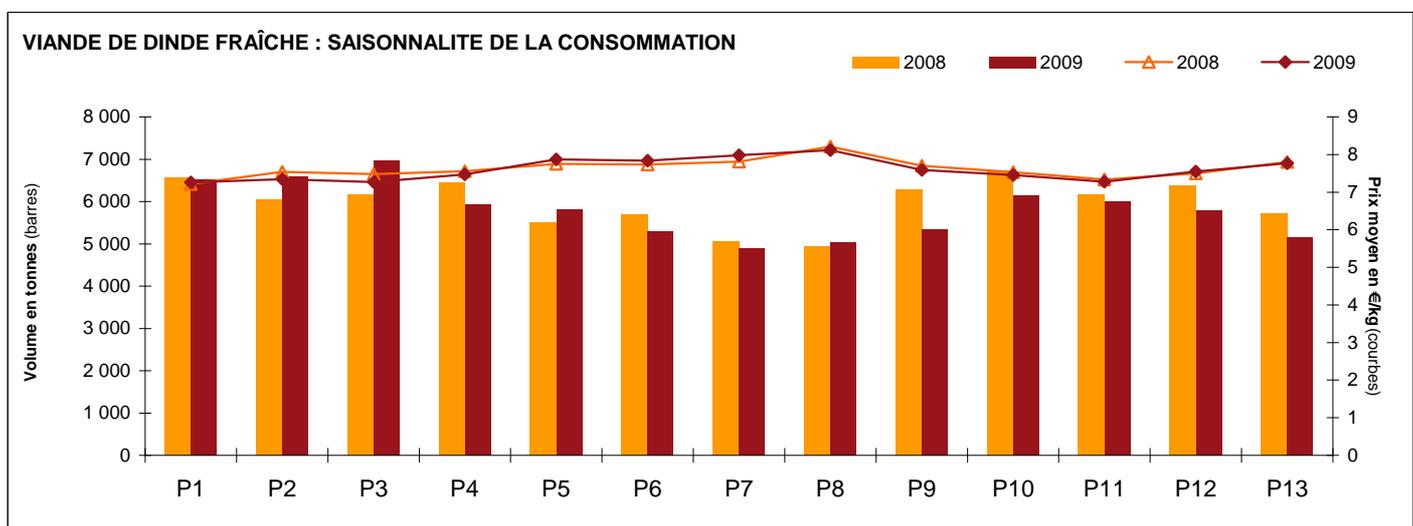
2008	Total	Restauration collective	Restauration commerciale	Circuits de vente alternatifs
VIANDE DE DINDE				
Quantités achetées (tonnes)	31 534	20 529	10 896	79
Prix moyen d'achat (€/kg)	6,47	6,55	6,33	nd

FranceAgriMer d'après Crédoc

CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

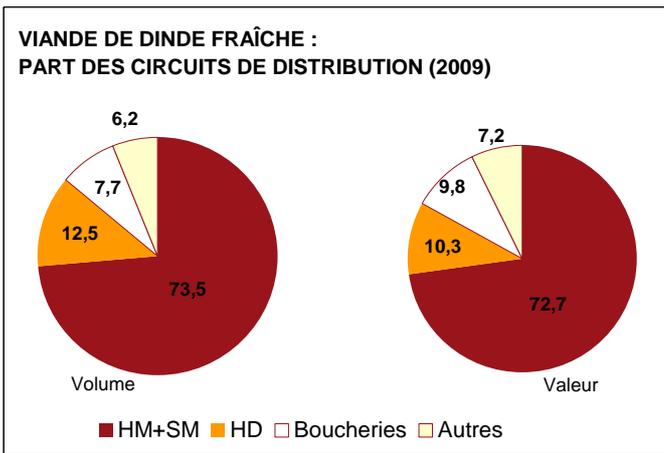
2009	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
DINDE FRAÎCHE	7,56	-0,2	79 408	-2,8	600 317	-3,1	69,9	-1,0	100,0	//
DINDE ENTIÈRE	7,27	2,6	3 882	0,1	28 227	2,7	5,7	1,0	4,9	0,1
VIANDE DE DINDE	7,57	-0,5	75 414	-2,9	571 157	-3,4	69,3	-1,1	95,0	-0,1
<i>dt escalope</i>	9,50	-0,8	38 577	-1,9	366 417	-2,6	58,9	-0,6	48,6	0,5
<i>dt cuisse, gigue</i>	3,84	-0,7	17 179	-1,6	65 988	-2,2	23,9	-1,0	21,6	0,3
<i>dt rôtis</i>	7,68	-0,3	7 313	-3,6	56 159	-3,9	17,1	0,8	9,2	-0,1
PANES FRAIS DE DINDE	3,84	-0,7	17 179	-1,6	65 988	-2,2	23,9	-1,0	100,0	//
DINDE SURGELÉE	9,05	0,2	2 562	13,2	23 187	13,5	4,6	0,3	100,0	//

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

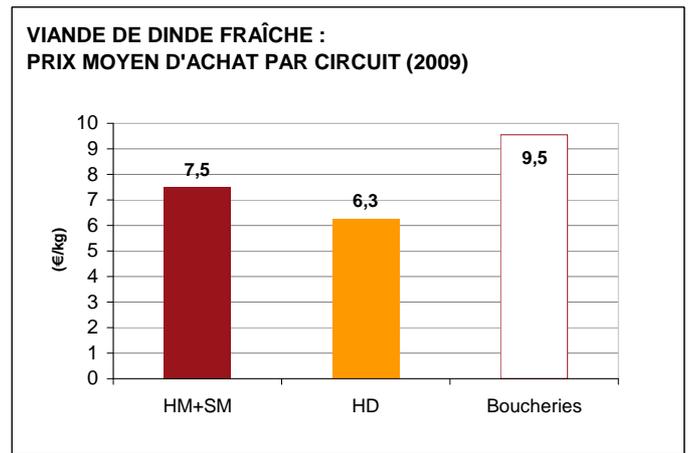


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

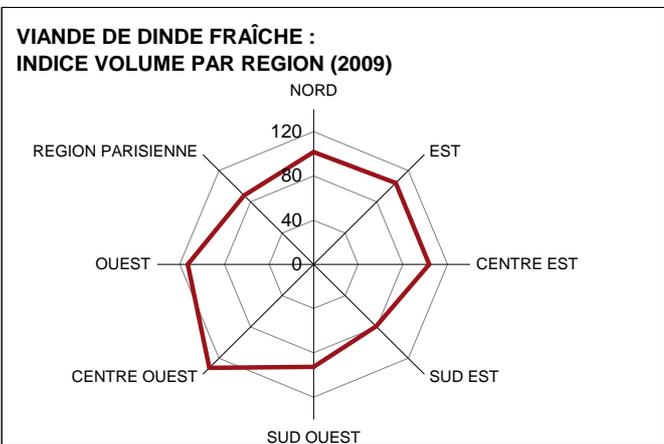
DINDE



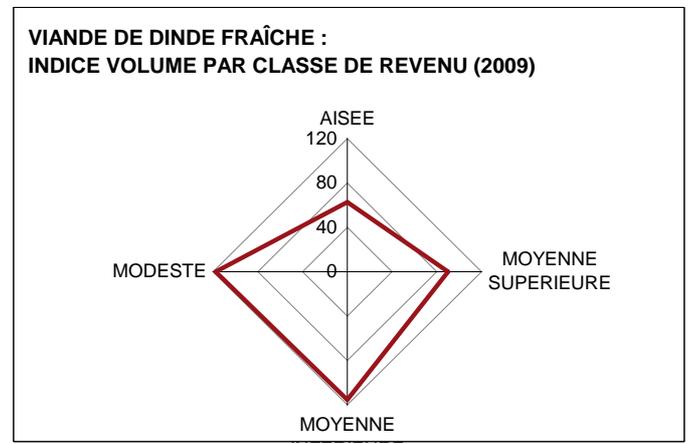
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



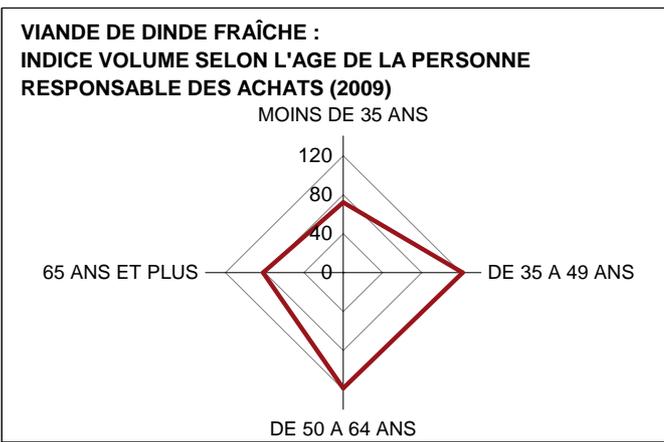
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



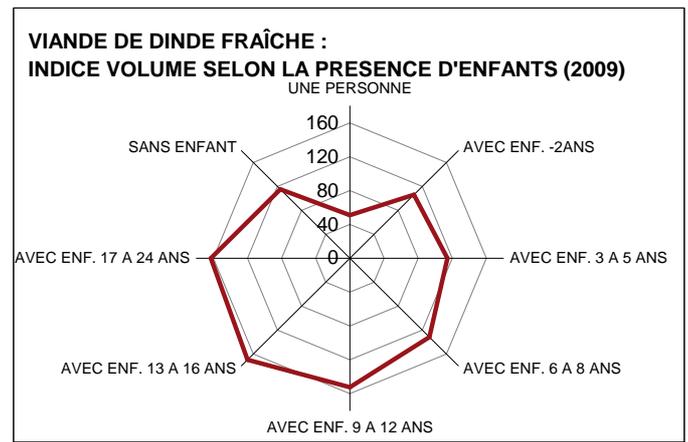
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

JAMBON**ACHATS DES RESTAURATEURS POUR LA CONSOMMATION HORS FOYER (EN POIDS NET)**

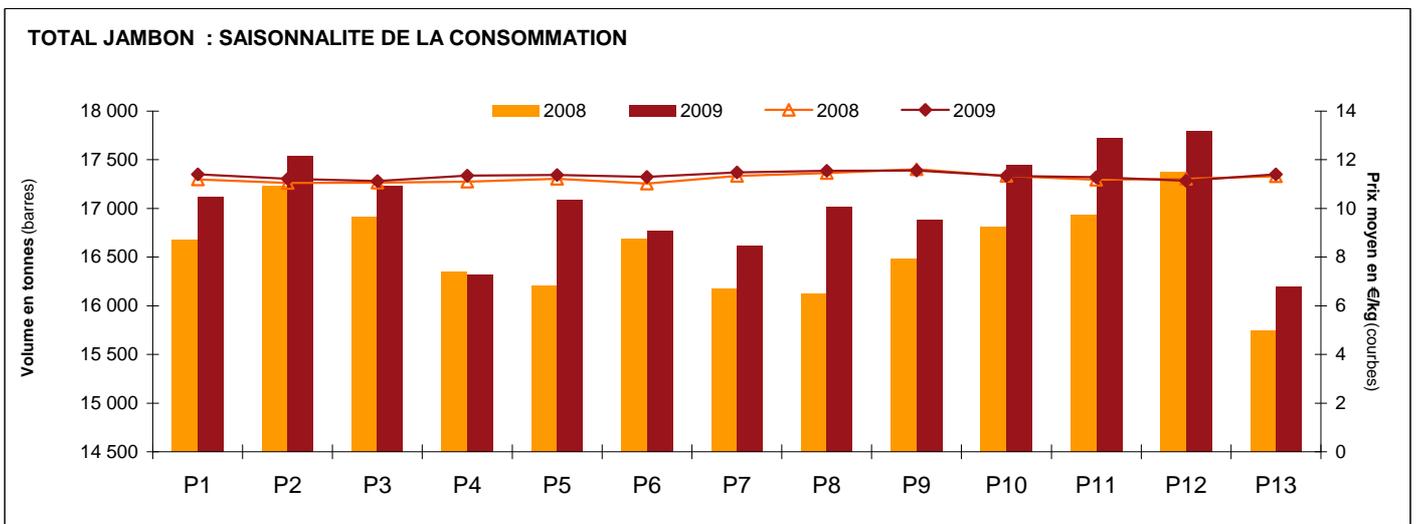
2008	Total	Restauration collective	Restauration commerciale	Circuits de vente alternatifs
JAMBON				
Quantités achetées (tonnes)	62 149	14 488	29 108	18 553
Prix moyen d'achat (€/kg)	6,41	5,28	6,98	nd

FranceAgriMer d'après Crédoc

CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

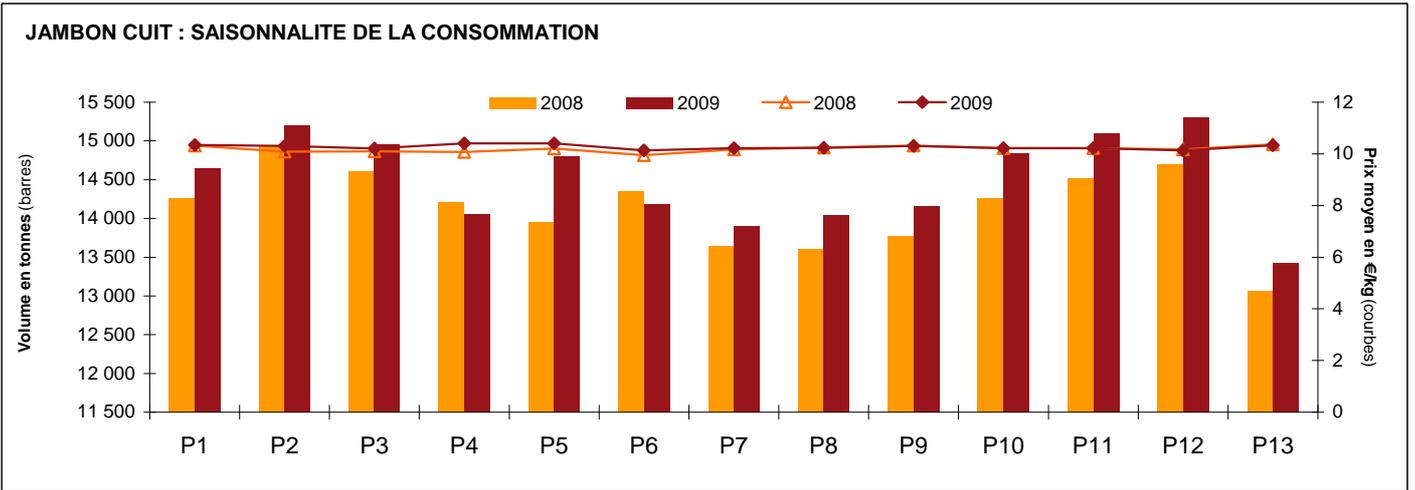
2009	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
TOTAL JAMBON	11,34	1,0	221 752	2,8	2 515 315	3,8	97,9	0,2	100,0	//
JAMBON CUIT	10,3	0,8	188 532	2,6	1 935 295	3,4	nd	nd	85,0	-0,2
vendu en libre-service	10,0	0,6	146 497	4,1	1 458 094	4,6	92,6	0,4	66,1	0,8
vendu à la coupe	11,4	2,1	42 035	-2,4	477 201	-0,4	47,2	-1,5	19,0	-1,0
JAMBON CRU	17,5	0,9	33 220	4,2	580 021	5,2	nd	nd	15,0	0,2
vendu en libre-service	17,8	1,2	20 693	8,7	368 536	10,0	71,8	3,1	9,3	0,5
vendu à la coupe	16,9	0,3	12 527	-2,4	211 484	-2,2	40,2	-1,7	5,6	-0,3

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

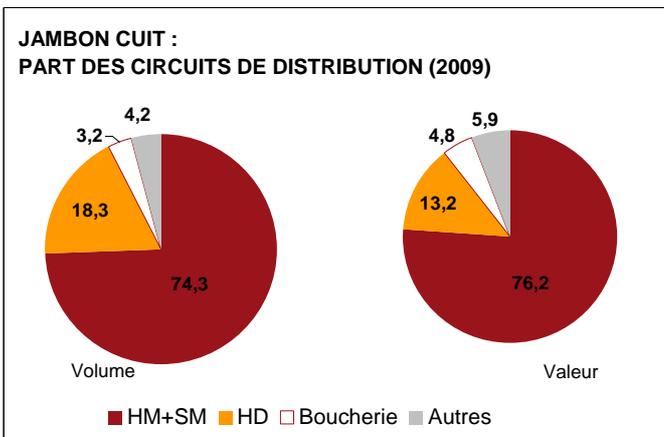


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

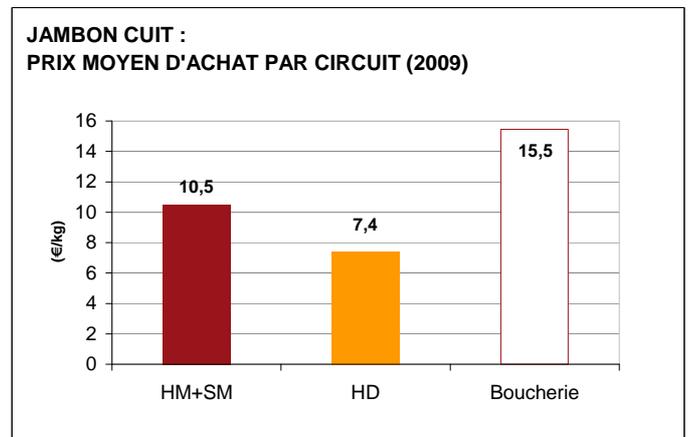
JAMBON CUIT



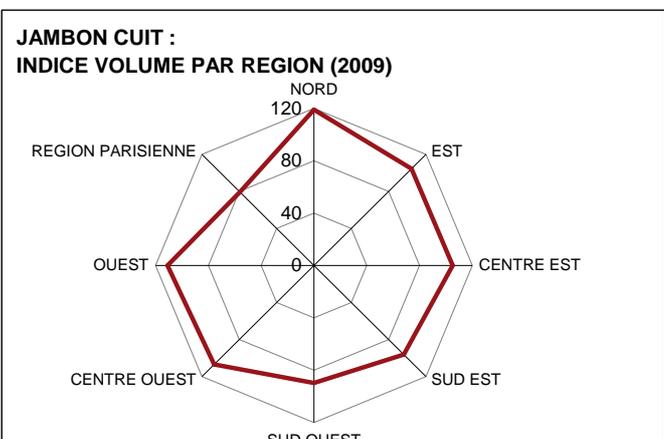
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



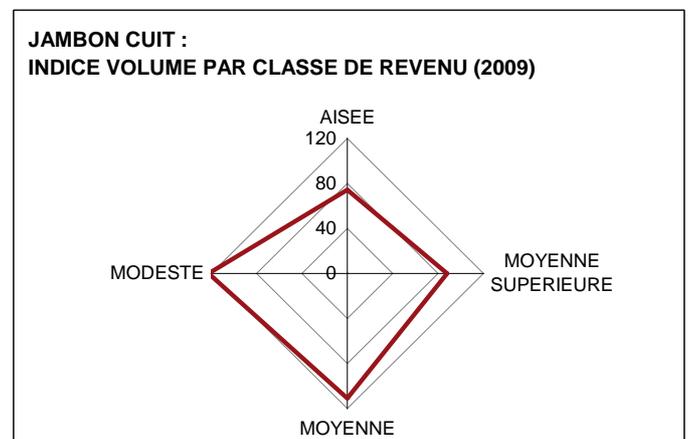
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



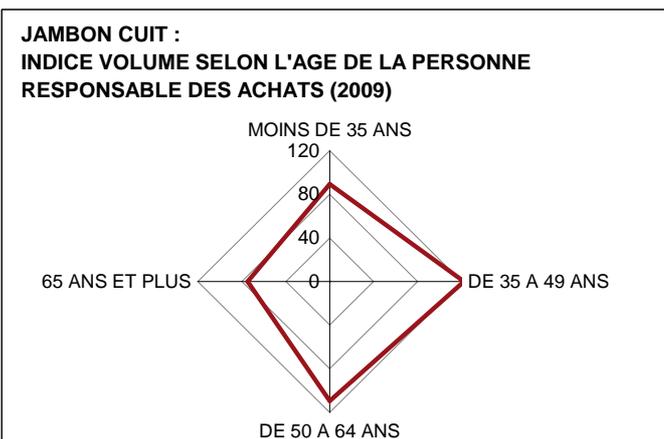
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



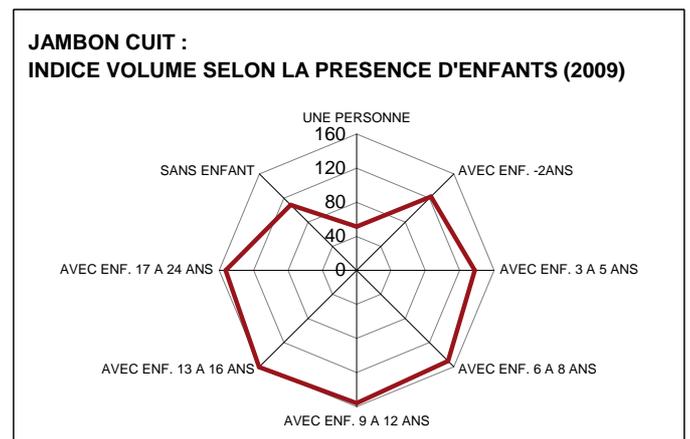
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

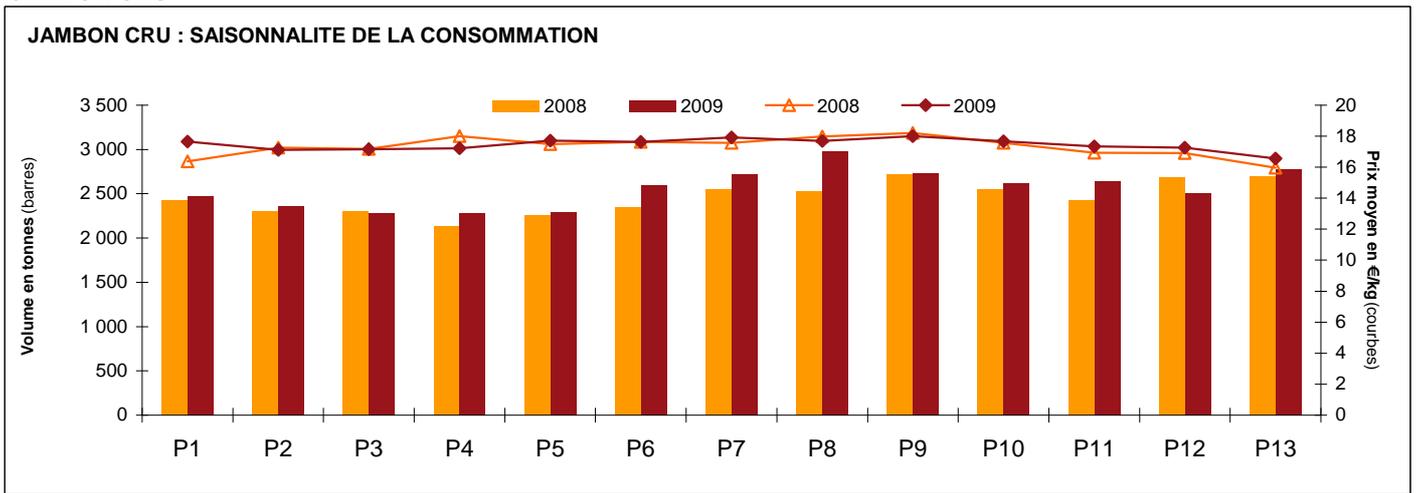


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

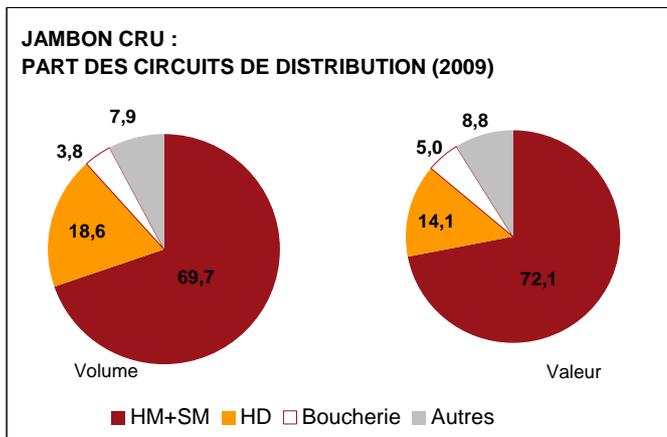


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

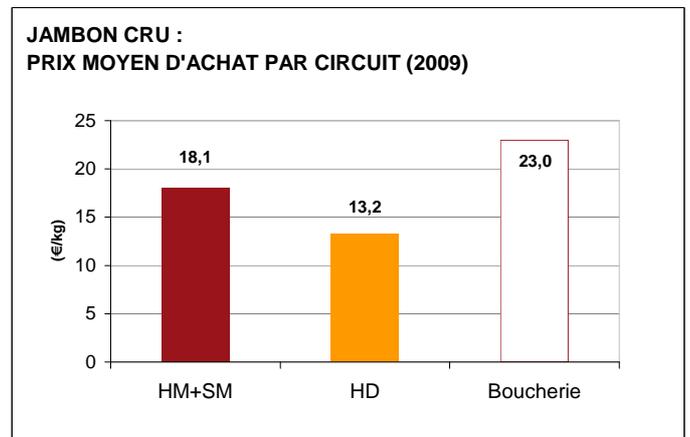
JAMBON CRU



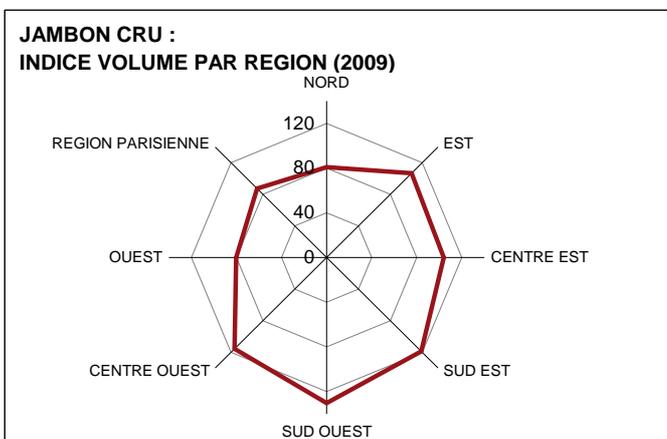
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



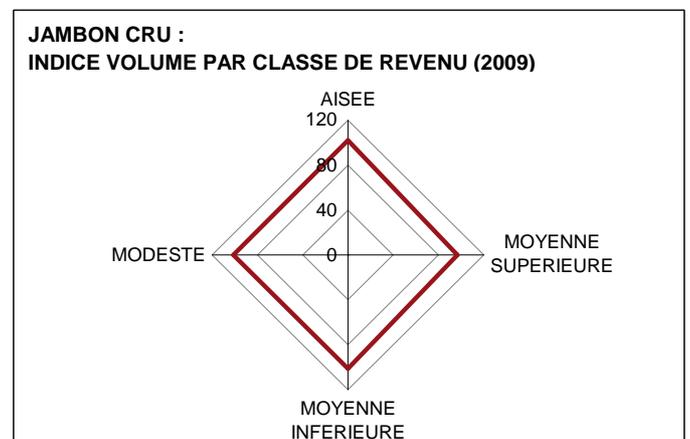
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



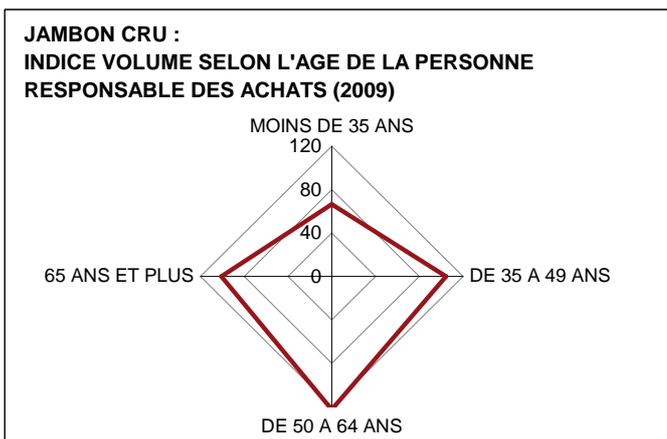
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



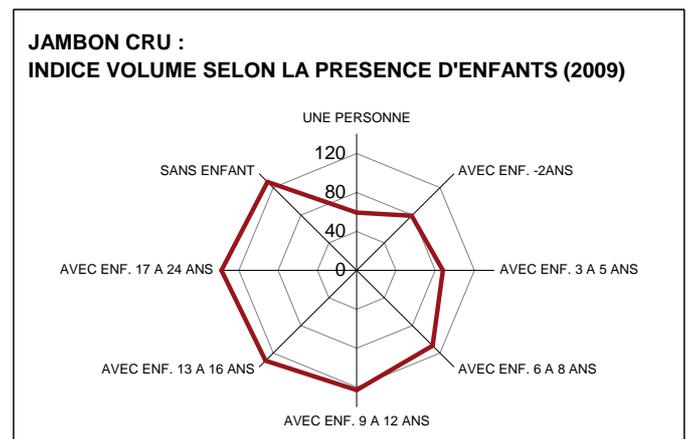
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

LAPIN

BILAN D'APPROVISIONNEMENT (en 2009)

(en 1.000 tonnes équivalent carcasse)	Production	Importations	Exportations	Consommation apparente	Conso. indiv. (en kg.ec)
LAPIN	49	3	7	44 -5,7%	0,7

FranceAgriMer

ACHATS DES RESTAURATEURS POUR LA CONSOMMATION HORS FOYER (EN POIDS NET)

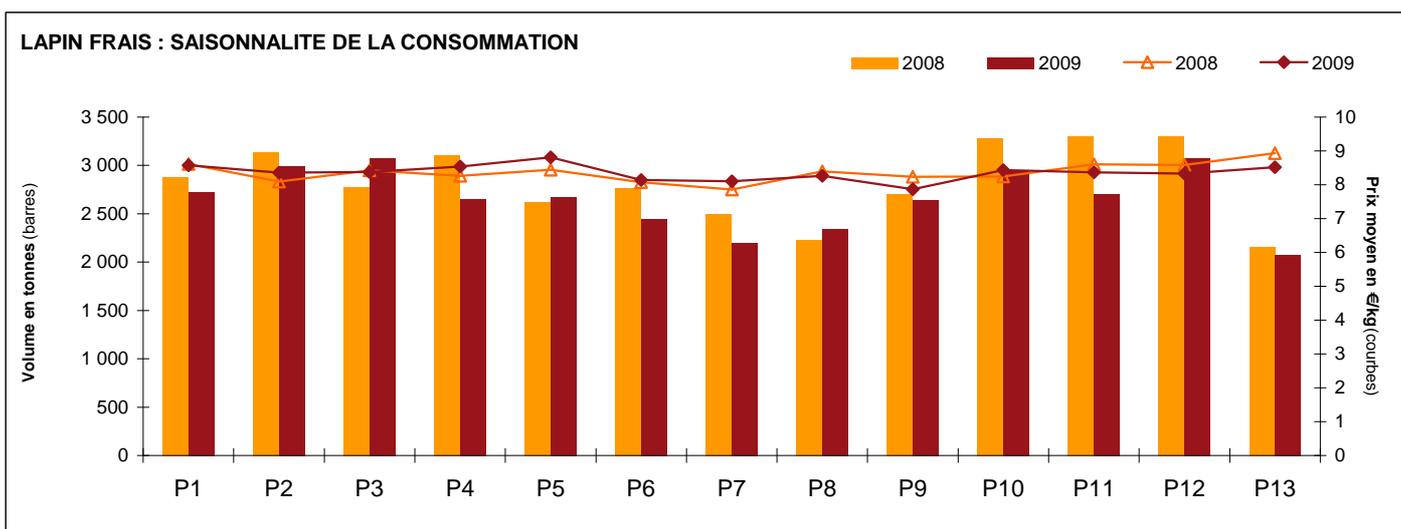
2008	Total	Restauration collective	Restauration commerciale	Circuits de vente alternatifs
LAPIN				
Quantités achetées (tonnes)	3 238	1 785	1 453	ns
Prix moyen d'achat (€/kg)	6,67	6,73	6,59	nd

FranceAgriMer d'après Crédoc

CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

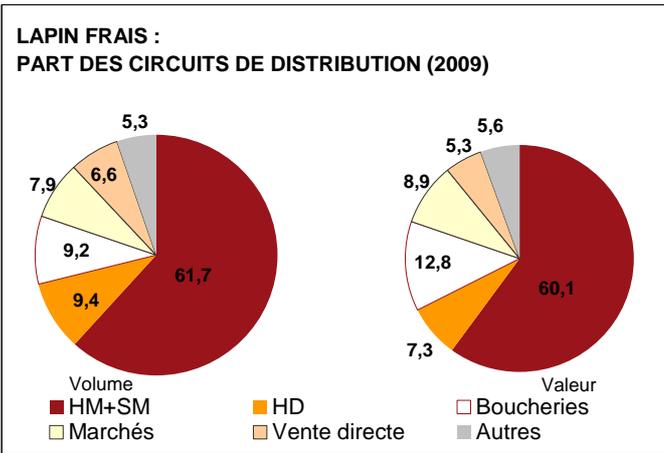
2009	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
LAPIN FRAIS	8,36	0,0	34 617	-6,0	289 484	-6,0	41,2	-2,3	100,0	//
LAPIN ENTIER	7,04	-1,7	24 671	-4,9	173 649	-6,6	27,9	-1,4	71,3	0,8
DEMI LAPIN	8,48	-0,3	2 029	-15,4	17 207	-15,6	7,0	-0,8	5,9	-0,6
DECOUPE DE LAPIN	12,46	3,9	7 917	-6,8	98 627	-3,1	20,6	-1,4	22,9	-0,2
LAPIN SURGELE	8,53	9,8	284	22,8	2 424	34,8	0,6	0,1	100,0	//

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

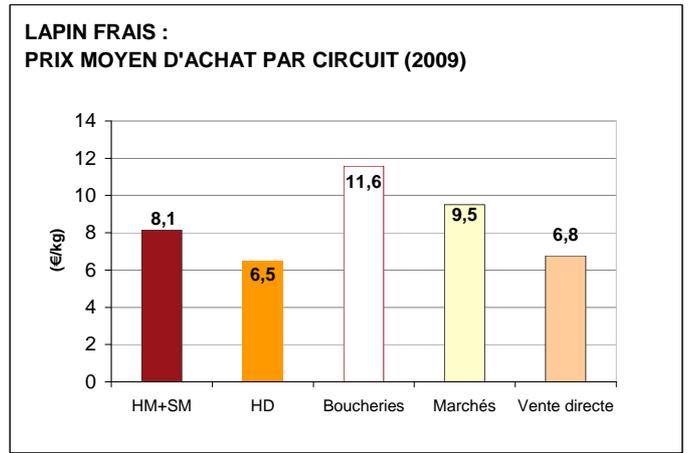


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

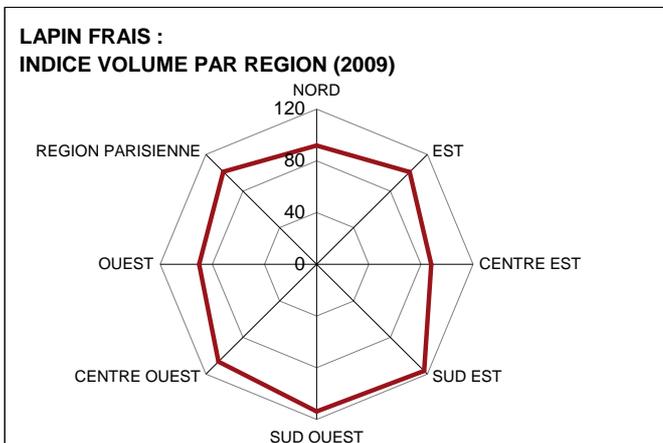
LAPIN



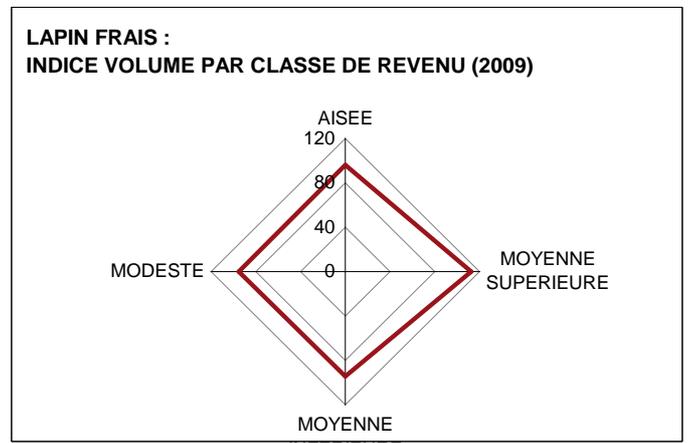
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



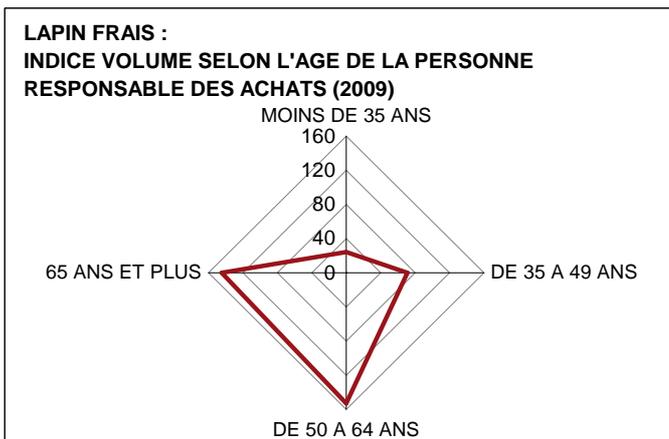
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



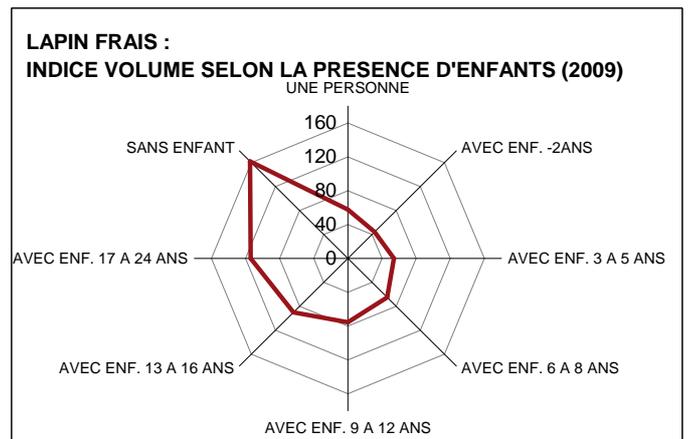
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

PINTADE**BILAN D'APPROVISIONNEMENT** (en 2009)

(en 1.000 tonnes équivalent carcasse)	Production	Importations	Exportations	Consommation apparente	Conso. indiv. (en kg.ec)
PINTADE	34	0	3	31 -3,5%	0,5

FranceAgriMer

ACHATS DES RESTAURATEURS POUR LA CONSOMMATION HORS FOYER (EN POIDS NET)

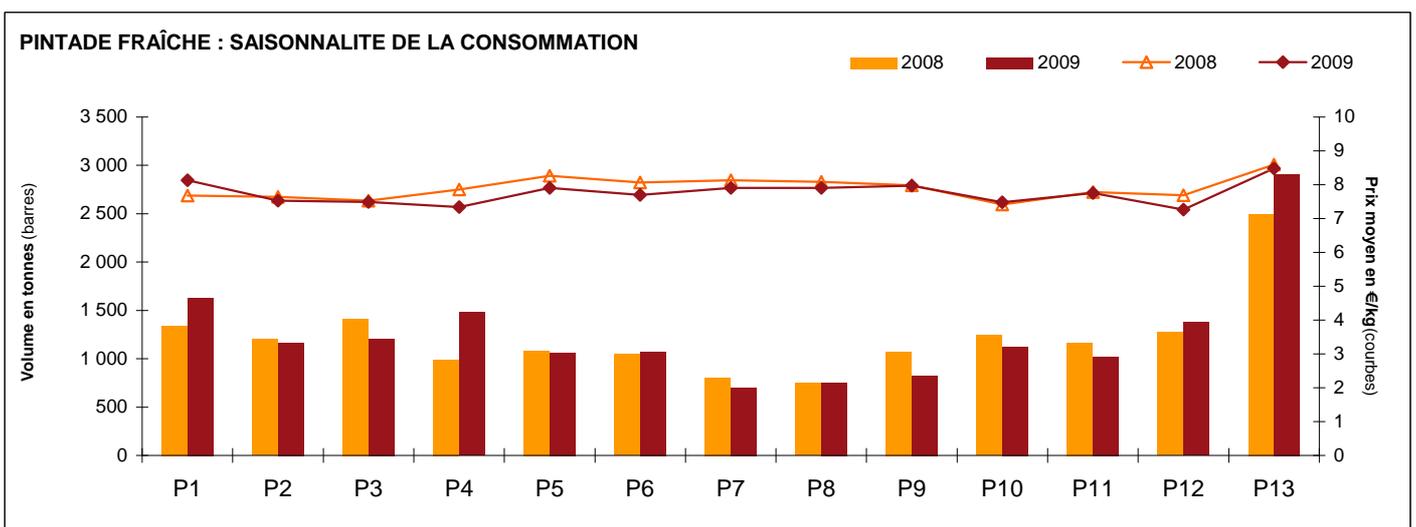
2008	Total	Restauration collective	Restauration commerciale	Circuits de vente alternatifs
PINTADE				
Quantités achetées (tonnes)	4 165	3 165	1 000	ns
Prix moyen d'achat (€/kg)	5,26	5,32	5,07	nd

FranceAgriMer d'après Crédoc

CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

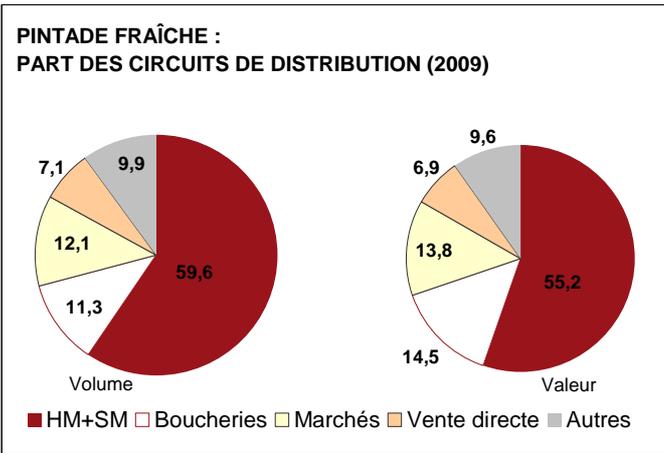
2009	Prix moyen (€/kg)		Qtés achetées (tonnes)		Valeur (k€)		Tx de pénétration (%)		Part en volume (%)	
		Évol. (%)		Évol. (%)		Évol. (%)		Évol. (pt)		Évol. (pt)
PINTADE FRAÎCHE	7,82	-1,5	16 335	2,8	127 719	1,3	22,4	1,3	100,0	//
PINTADE ENTIÈRE	7,48	-1,5	14 845	2,4	111 037	0,9	20,1	1,2	90,9	-0,4
DECOUPE DE PINTADE	11,20	-2,9	1 490	7,2	16 682	4,1	4,7	0,3	9,1	0,4
PINTADE SURGELÉE	17,25	nd	139	nd	2 393	nd	0,3	nd	0,8	//

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

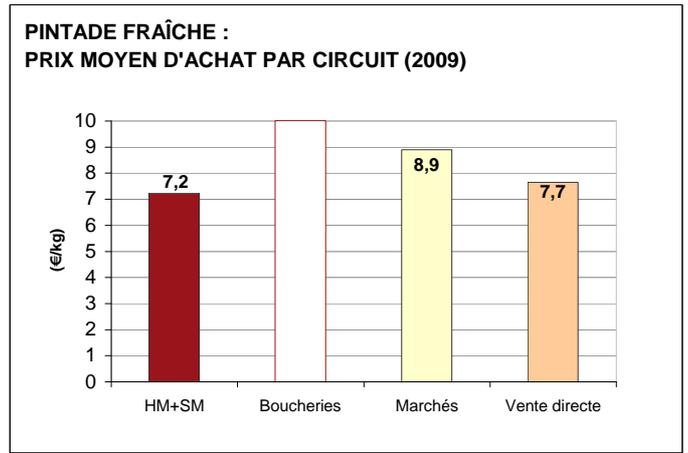


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

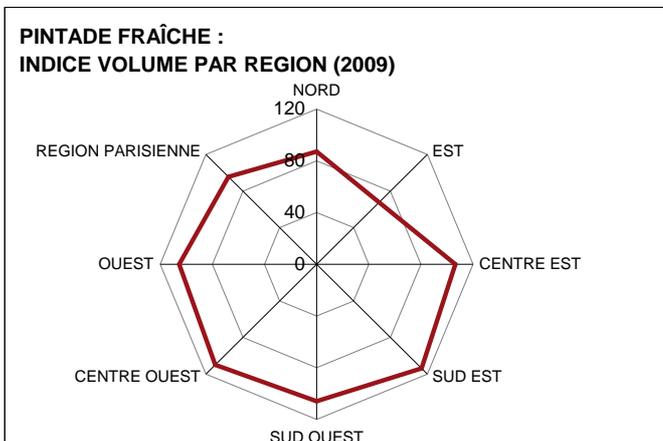
PINTADE



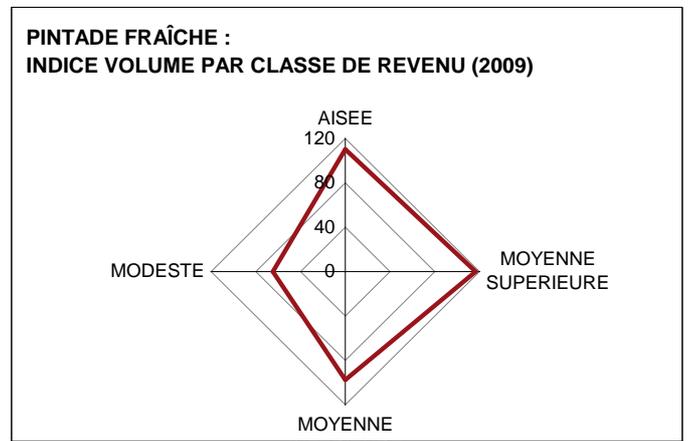
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



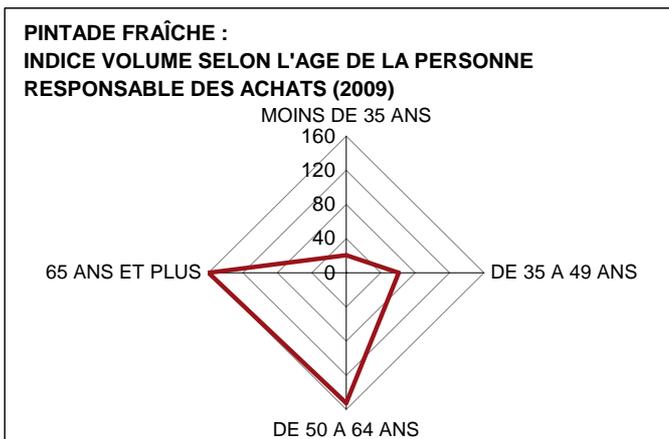
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



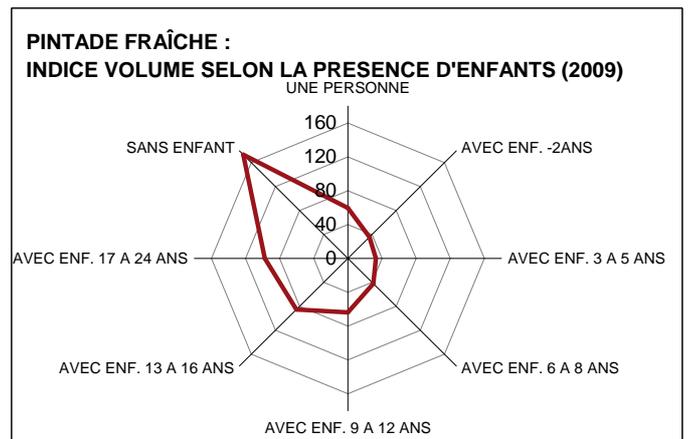
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

PORC**BILAN D'APPROVISIONNEMENT** (en 2009)

(en 1.000 tonnes équivalent carcasse)	Production	Importations	Exportations	Consommation apparente	Conso. indiv. (en kg.ec)
PORC y compris transformé	2 338	593	723	2 208 -1,1%	34,3

FranceAgriMer

ACHATS DES RESTAURATEURS POUR LA CONSOMMATION HORS FOYER (EN POIDS NET)

2008	Total	Restauration collective	Restauration commerciale	Circuits de vente alternatifs
VIANDE DE PORC				
Quantités achetées (tonnes)	31 361	18 201	11 938	1 213
Prix moyen d'achat (€/kg)	5,52	5,23	5,96	nd

FranceAgriMer d'après Crédoc

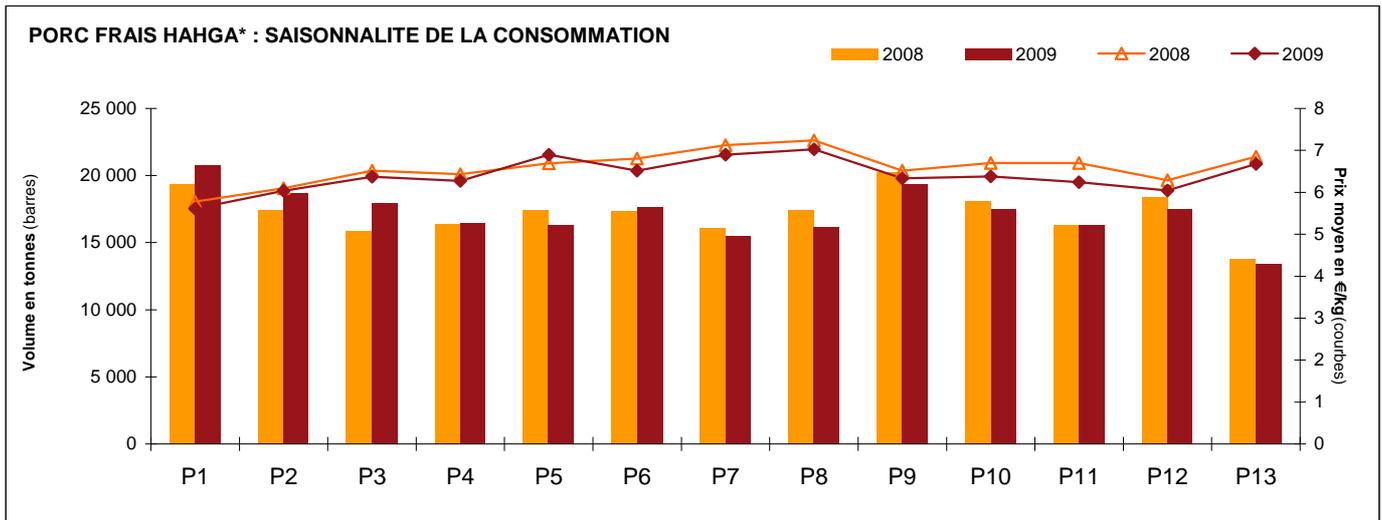
CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2009	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
PORC FRAIS	6,15	-2,5	243 746	-1,2	1 499 828	-3,7	86,5	-0,9	100,0	//
PORC FRAIS										
HORS ABAT ET GROS ACHAT	6,38	-3,0	223 228	-0,3	1 423 966	-3,3	85,8	-0,8	91,6	0,9
Dont longe	6,58	-3,0	194 920	-1,3	1 283 527	-4,3	84,5	-1,2	80,0	-0,1
ABATS DE PORC FRAIS	4,23	1,9	11 685	-1,9	49 464	-0,1	22,2	-1,7	4,8	0,0
GROS ACHATS*	2,99	-5,2	8 834	-19,5	26 397	-23,7	2,1	-0,2	3,6	-0,8
SAUCISSERIE FRAÎCHE	7,32	1,4	63 512	2,9	464 920	4,3	nd	nd	100,0	//
VIANDE SURGELEE DE PORC	7,27	1,8	3 618	3,5	26 292	5,3	7,0	0,2	100,0	//

* Supérieurs à 10 kg

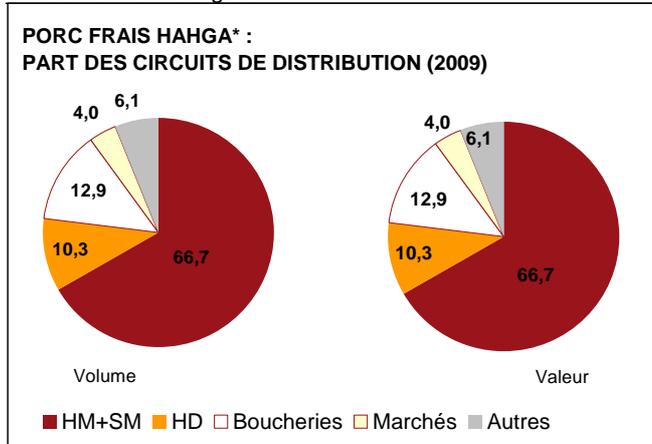
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

PORC FRAIS HORS SAUCISSERIE

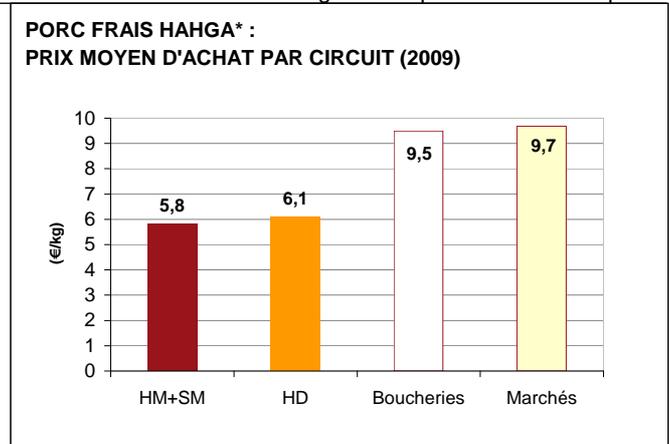


* Hors abat et hors gros achat

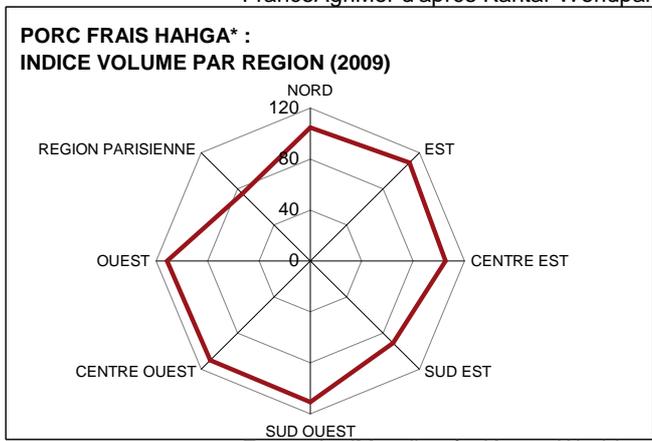
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



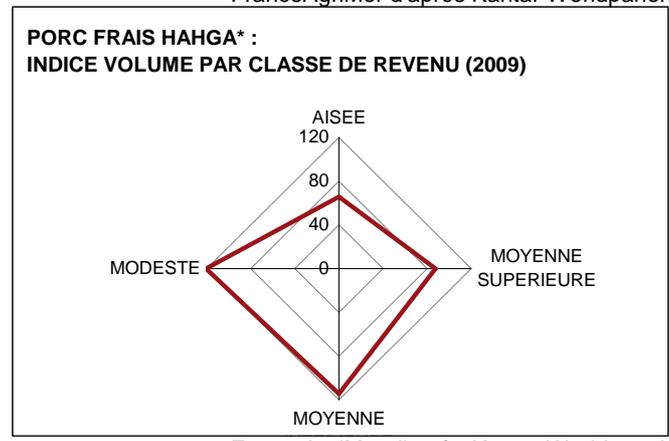
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



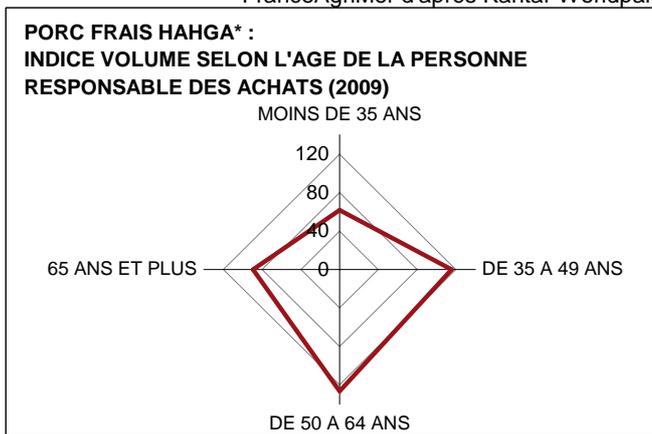
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



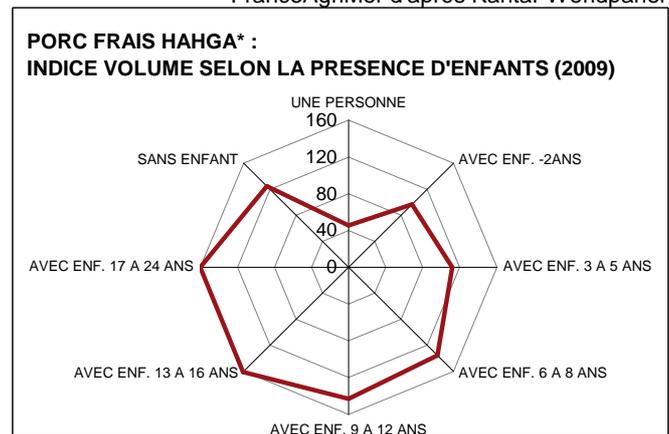
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

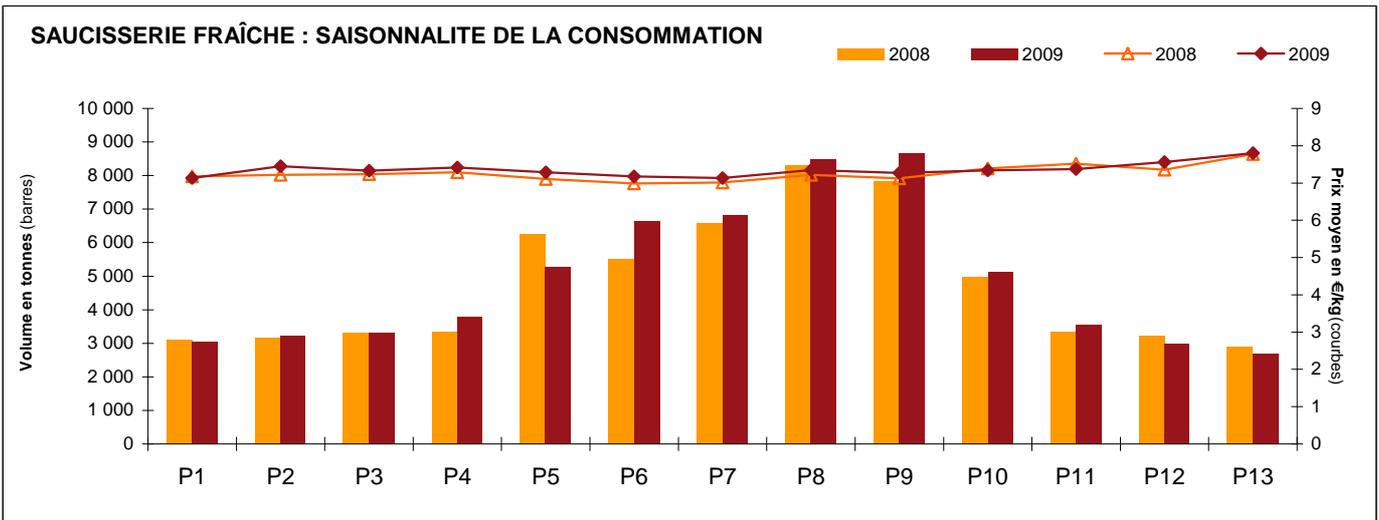


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

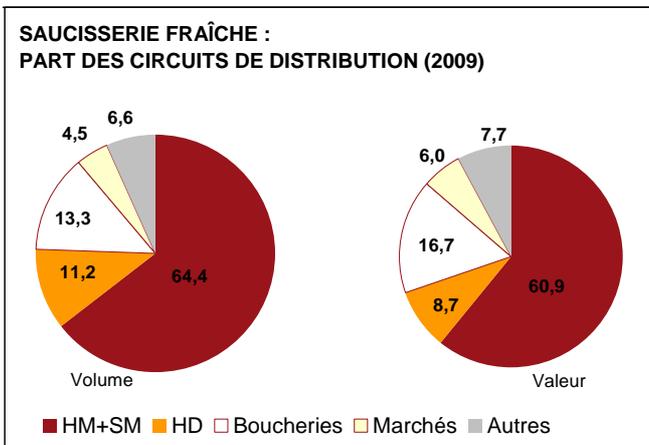


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

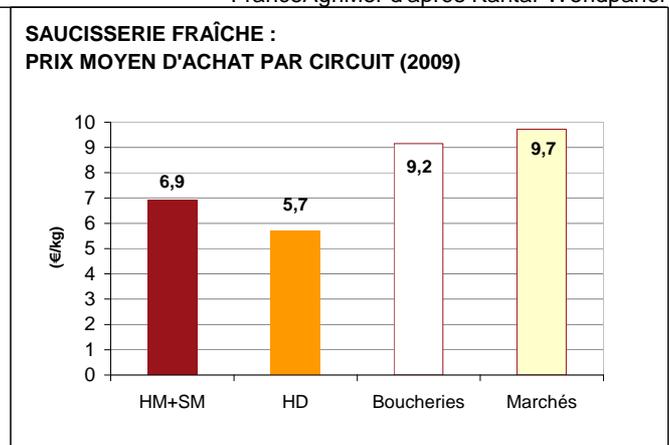
SAUCISSERIE FRAÎCHE DE PORC



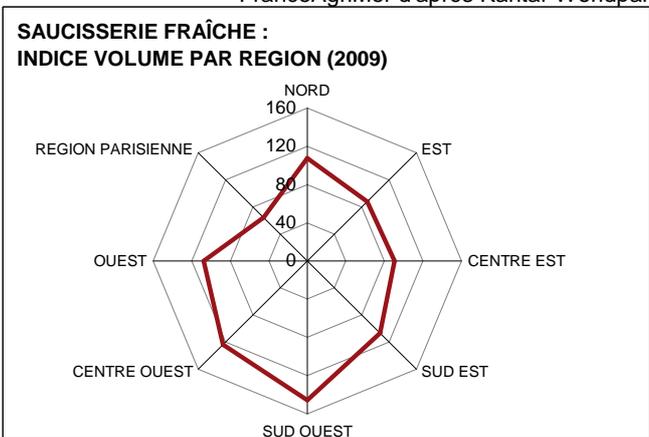
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



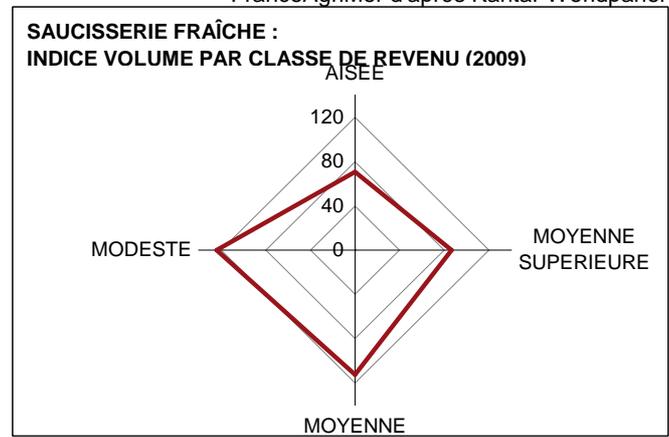
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



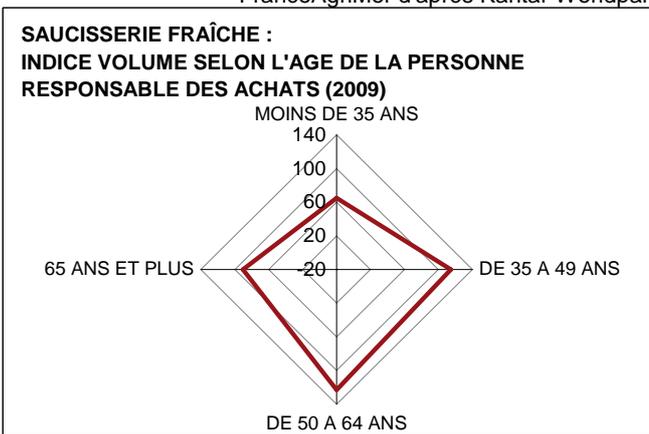
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



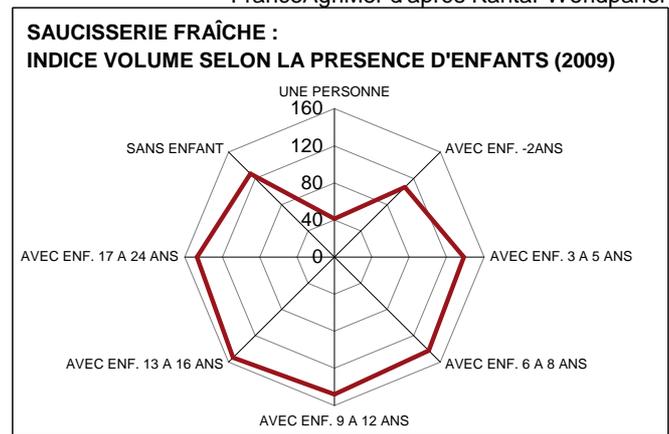
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

POULET**BILAN D'APPROVISIONNEMENT** (en 2009)

(en 1.000 tonnes équivalent carcasse)	Production	Importations	Exportations	Consommation apparente	Conso. indiv. (en kg.ec)
POULET	989	352	444	897 (5,2%)	13,9

FranceAgriMer

ACHATS DES RESTAURATEURS POUR LA CONSOMMATION HORS FOYER (EN POIDS NET)

2008	Total	Restauration collective	Restauration commerciale	Circuits de vente alternatifs
POULET				
Quantités achetées (tonnes)	62 039	33 191	28 786	98
Prix moyen d'achat (€/kg)	5,54	5,35	5,76	nd

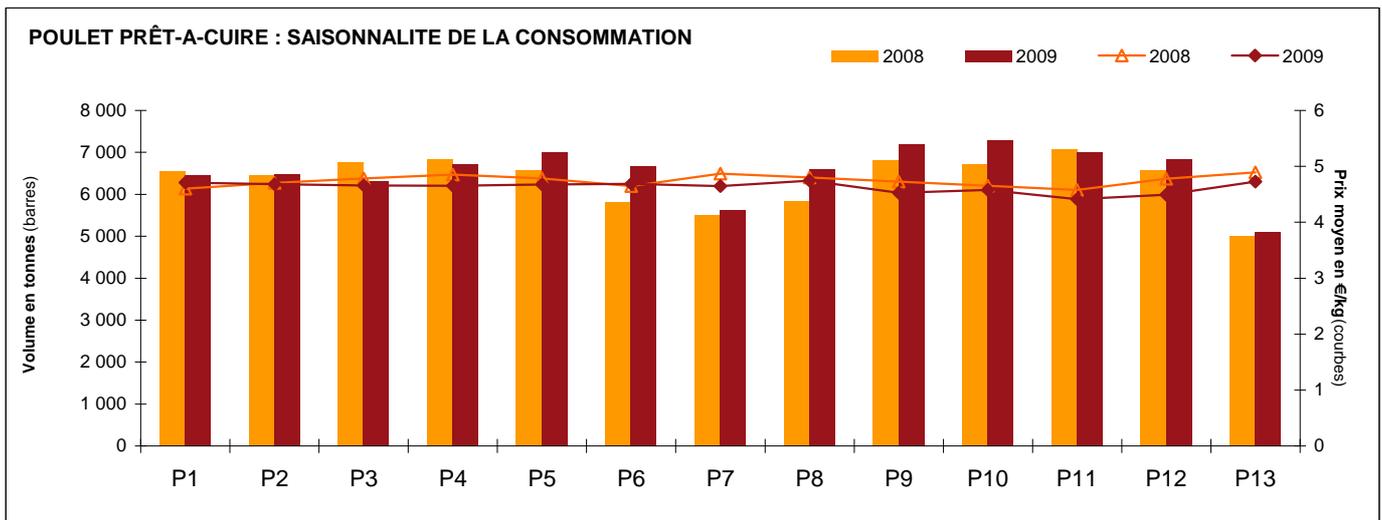
FranceAgriMer d'après Crédoc

CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

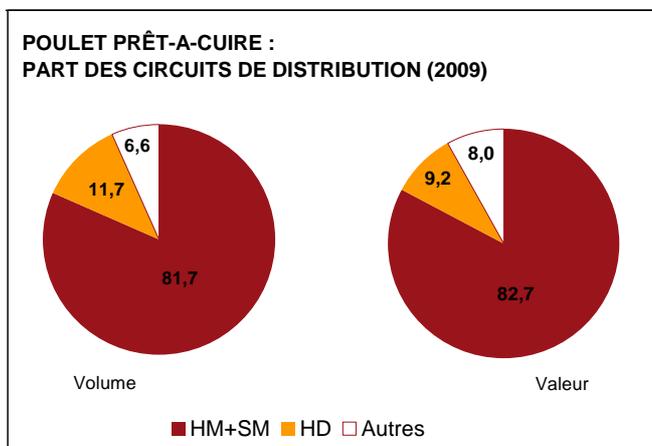
2009	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
POULET FRAIS	5,88	-1,1	231 657	2,9	1 361 853	1,8	85,9	1,4	100,0	//
Dont prêt-à-cuire	4,63	-2,4	85 193	3,3	394 103	0,9	49,1	2,2	36,8	0,2
Dont découpes	6,61	-0,5	145 994	2,6	965 460	2,1	nd	nd	63,0	-0,2
POULET CUIT, FUME	6,30	-1,6	24 718	8,2	155 777	6,5	nd	nd	100,0	0,5pt
DECOUPE AROMATISEE	8,30	-5,1	9 842	1,1	81 647	-4,1	26,0	-1,4	100,0	//
PANES FRAIS	8,09	-3,6	8 706	9,6	70 437	5,6	26,3	-0,6	100,0	//
POULET SURGELE	5,81	-1,7	7 739	7,0	44 972	5,2	8,6	0,3	100,0	//

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

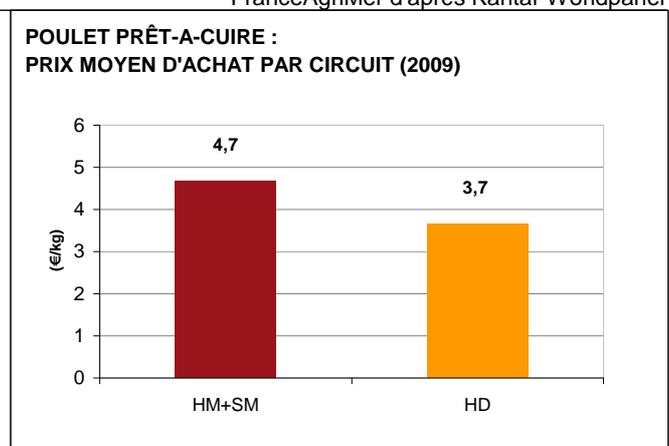
POULET PRÊT-A-CUIRE



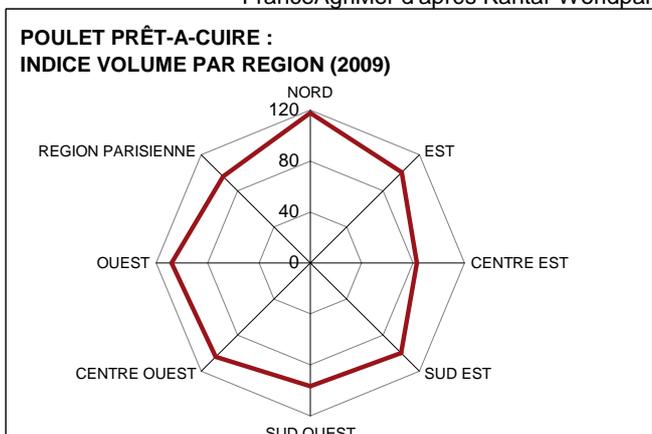
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



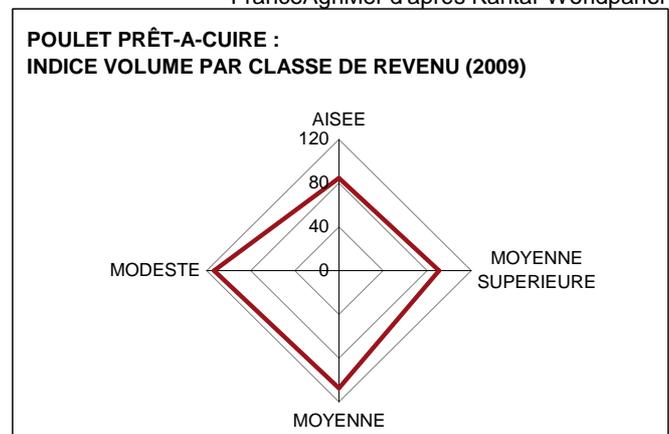
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



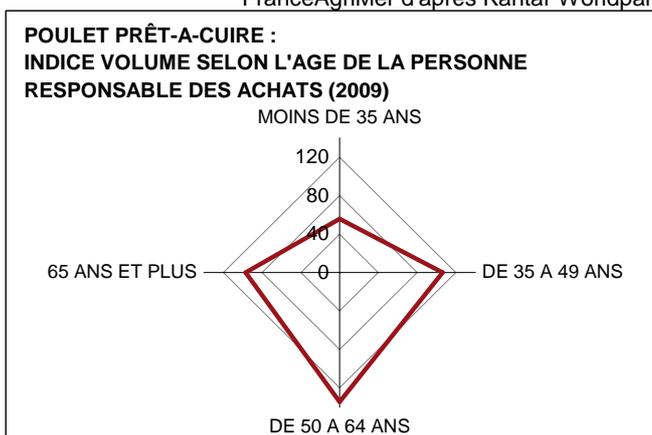
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



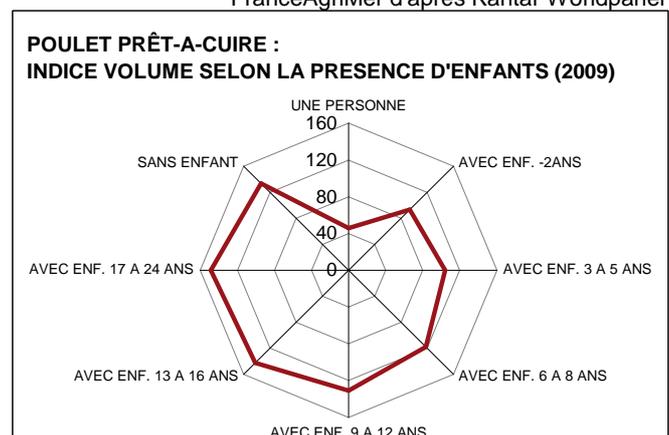
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

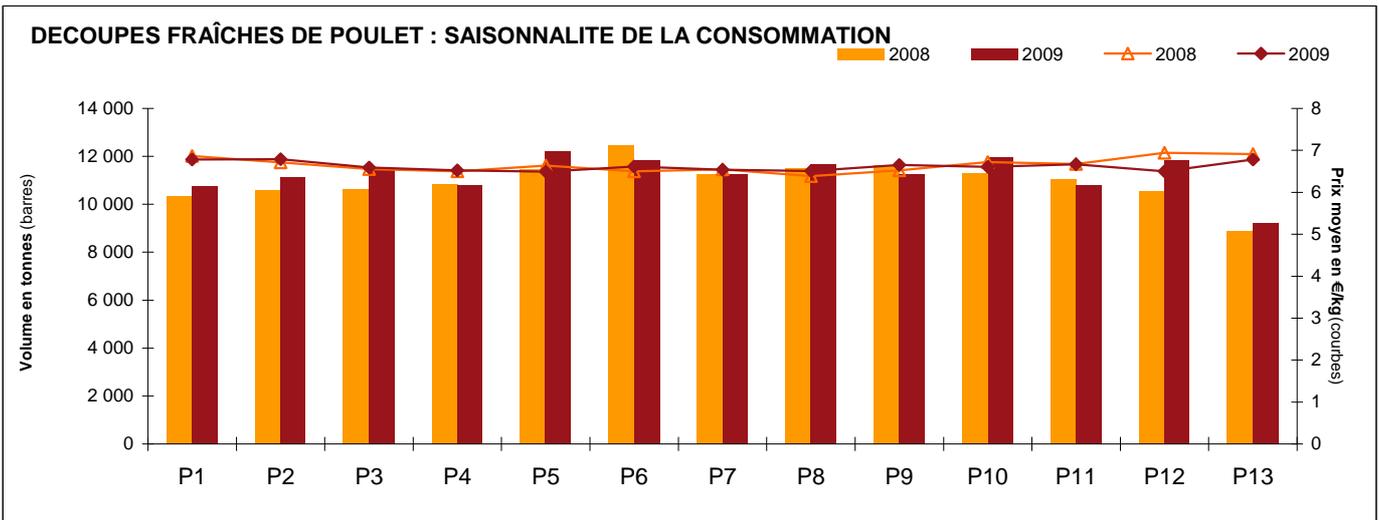


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

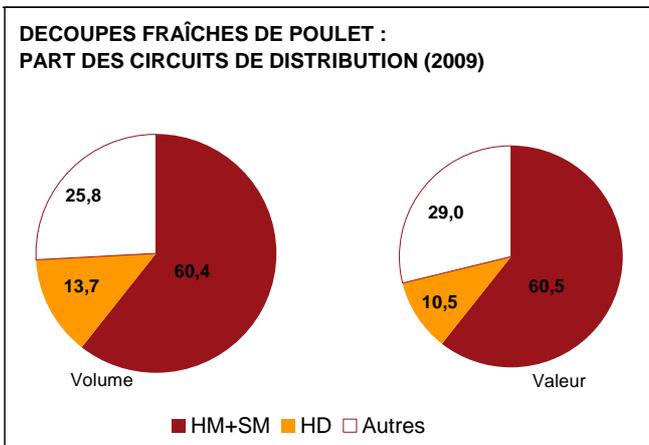


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

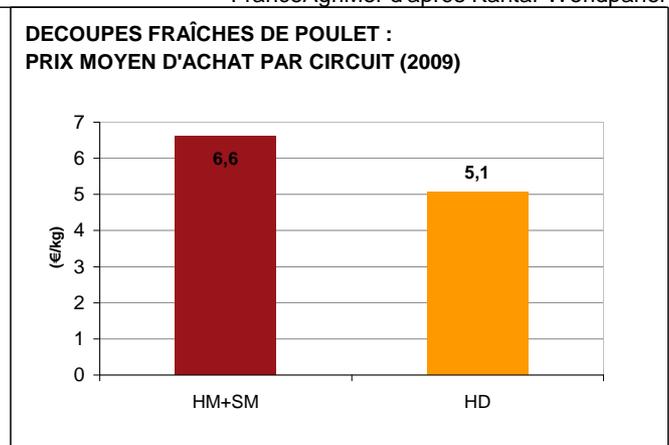
DECOUPES FRAÎCHES DE POULET



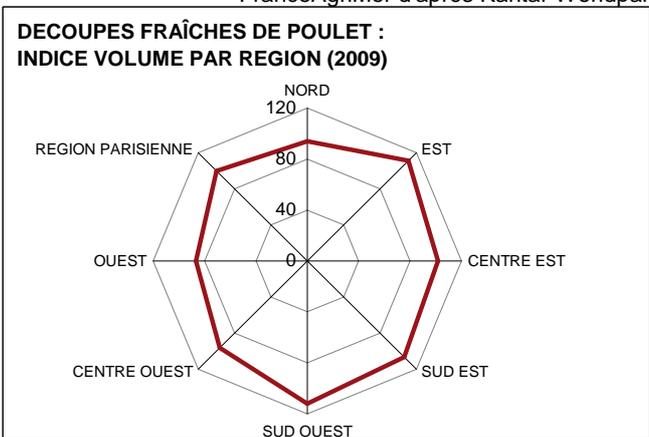
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



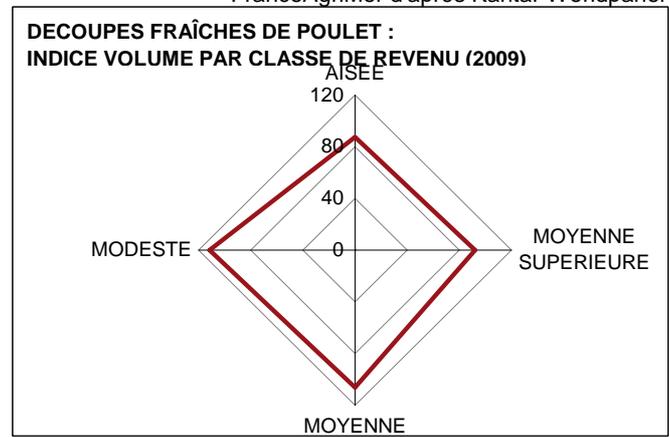
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



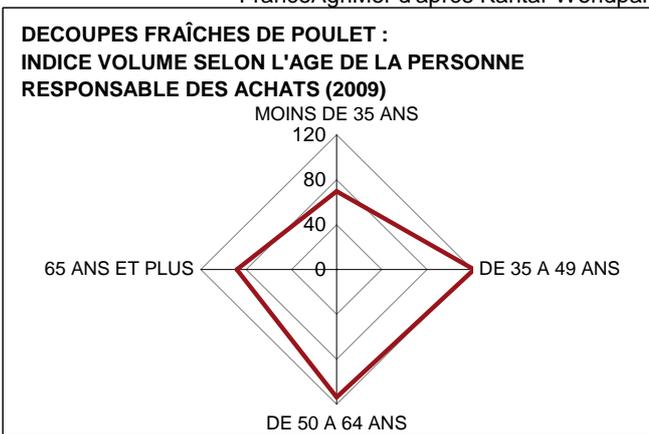
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



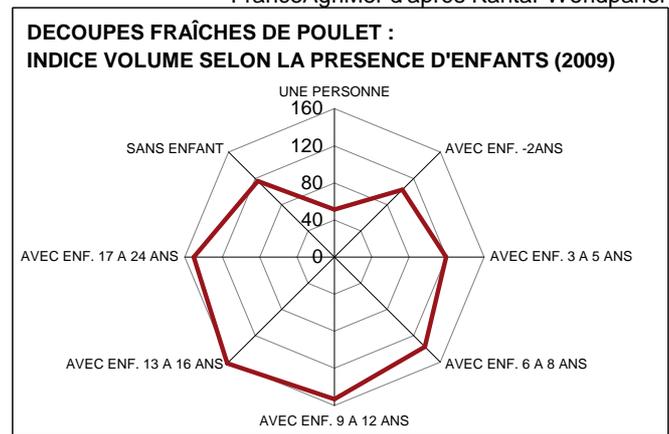
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

VEAU

BILAN D'APPROVISIONNEMENT (en 2009)

(en 1.000 tonnes équivalent carcasse)	Production	Importations	Exportations	Consommation apparente	Conso. indiv. (en kg.ec)
VIANDE BOVINE YC VEAU	1 693	416	477	1 633 -0,5%	25,4

FranceAgriMer

ACHATS DES RESTAURATEURS POUR LA CONSOMMATION HORS FOYER(EN POIDS NET)

2008	Total	Restauration collective	Restauration commerciale	Circuits de vente alternatifs
VEAU				
Quantités achetées (tonnes)	20 514	11 757	8 651	ns
Prix moyen d'achat (€/kg)	9,89	9,04	11,05	nd

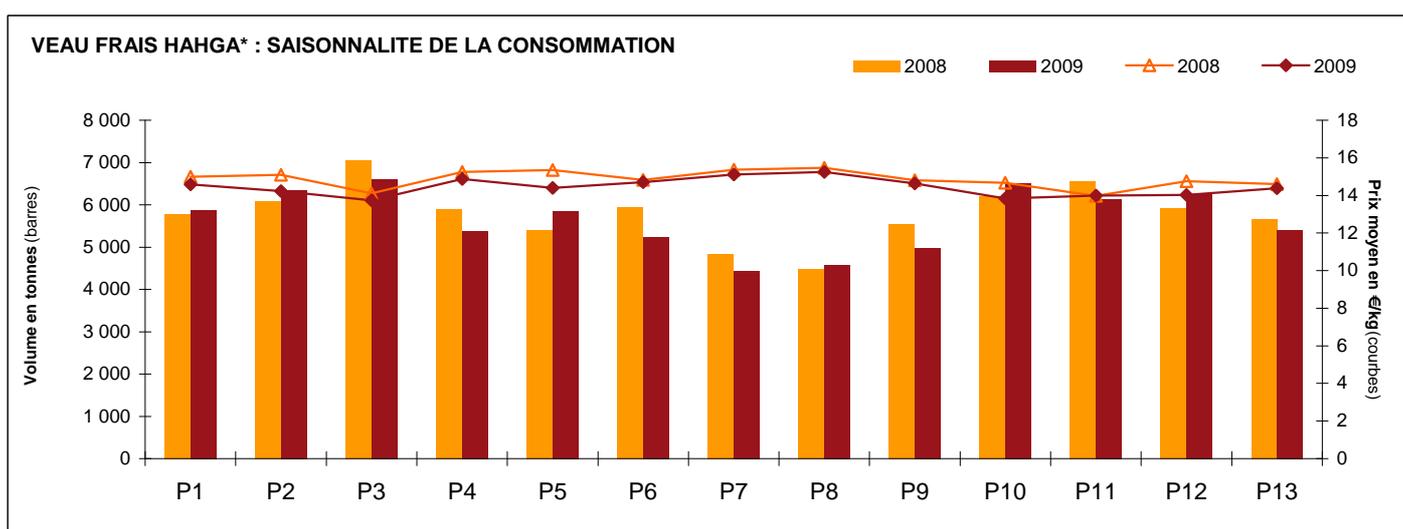
FranceAgriMer d'après Crédoc

CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2009	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
VEAU FRAIS	14,31	-3,2	88 928	-0,7	1 272 813	-3,9	70,7	0,2	100,0	//
VEAU FRAIS HORS ABAT ET GROS ACHAT	14,39	-2,9	73 600	-2,4	1 059 378	-5,3	67,1	0,1	82,8	-1,5
Dont viande à griller, rôtir	16,12	-2,8	44 919	-2,4	724 274	-5,2	59,0	0,0	50,5	-0,9
Dont viande à bouillir, braiser	11,68	-3,1	28 547	-2,6	333 460	-5,6	42,4	-0,2	32,1	-0,6
ABATS DE VEAU FRAIS	15,76	-2,0	11 235	1,6	177 069	-0,4	29,2	0,4	12,6	0,3
Dont foie	22,76	-4,1	4 679	0,5	106 482	-3,6	20,4	0,2	5,3	0,1
GROS ACHATS*	8,89	-3,2	4 093	34,7	36 366	30,4	1,2	0,4	4,6	1,2
VIANDE HACHEE DE VEAU	13,16	-0,9	1 636	5,0	21 531	4,0	8,6	0,9	100,0	//
VIANDE SURGEELEE DE VEAU	17,15	15,1	828	-5,3	14 201	9,0	2,6	0,0	100,0	//

* Supérieurs à 10 kg

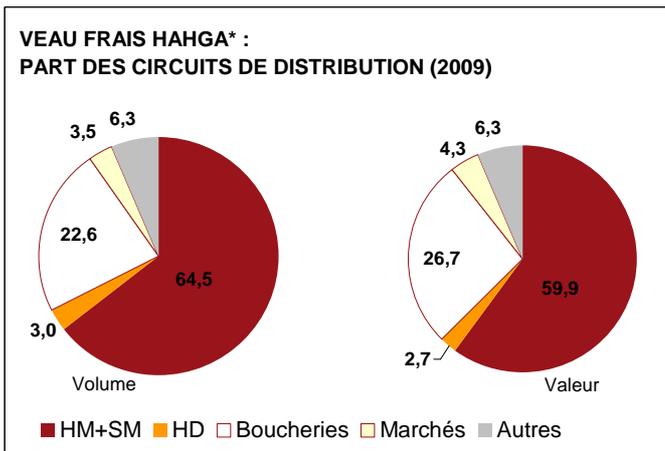
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



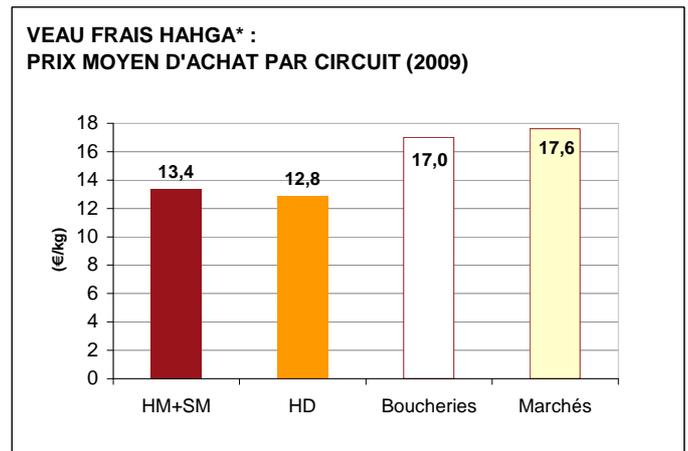
* Hors abat et hors gros achat

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

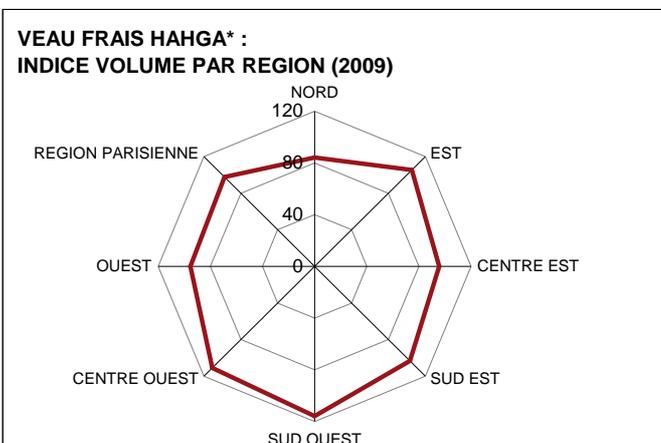
VEAU



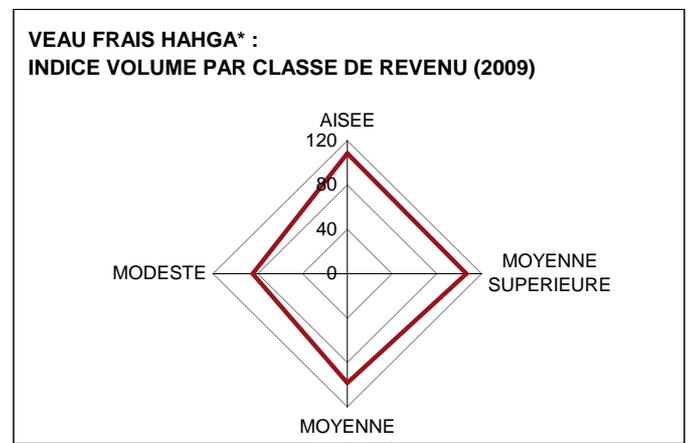
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



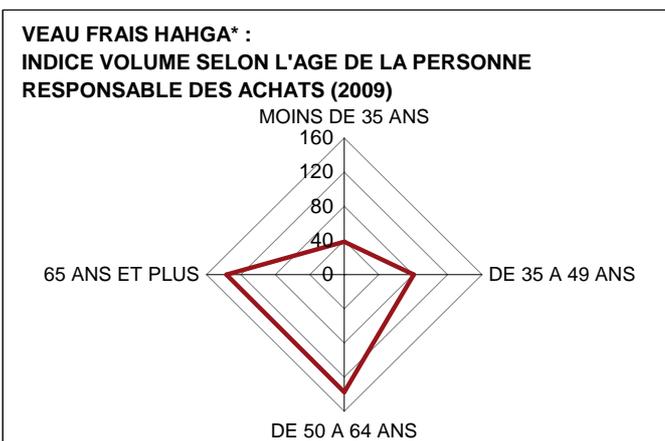
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



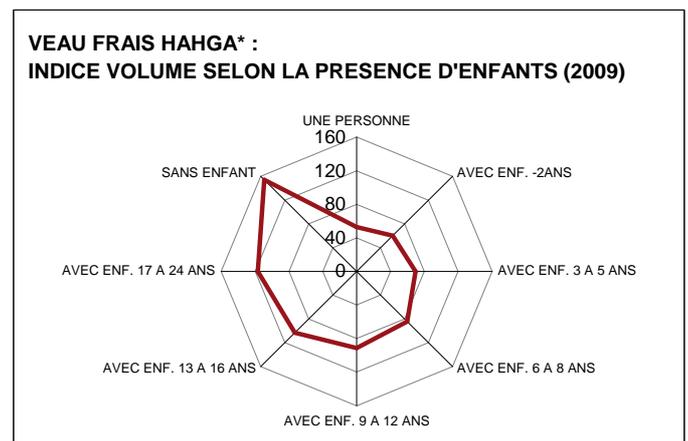
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

* hors abat et hors gros achat

VIANDE DE CHEVAL

BILAN D'APPROVISIONNEMENT (en 2009)

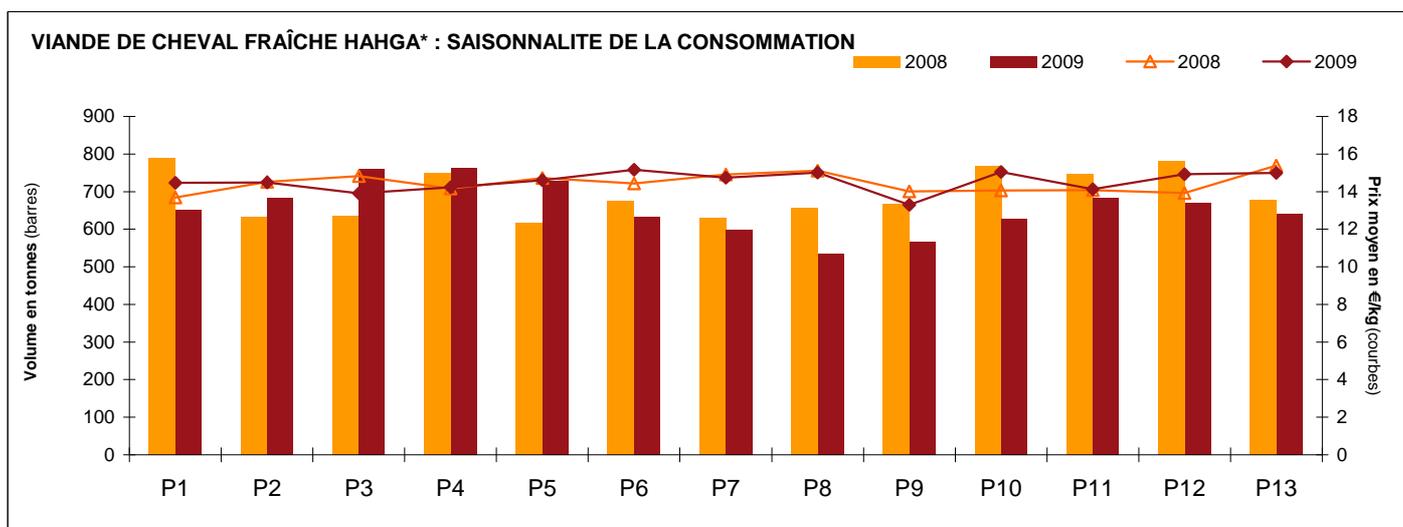
(en 1.000 tonnes équivalent carcasse)	Production	Importations	Exportations	Consommation apparente	Conso. indiv. (en kg.ec)
CHEVAL	5	23	8	20 -6,6%	0,3

FranceAgriMer

CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2009	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
VIANDE DE CHEVAL FRAÎCHE	14,19	0,9	8 976	-4,9	127 371	-4,0	16,0	-0,4	100,0	//
VIANDE DE CHEVAL FRAÎCHE HORS ABAT ET GROS ACHAT	14,53	0,8	8 531	-5,4	123 932	-4,7	14,9	-0,4	95,0	-0,5
Dont viande à griller, rôtir	14,88	0,6	8 119	-5,4	120 804	-4,9	14,5	-0,4	90,5	-0,5
Dont viande à bouillir, braiser	7,60	8,7	412	-4,7	3 128	3,5	1,1	0,1	4,6	0,0
ABATS DE CHEVAL FRAIS	7,73	19,8	445	5,2	3 439	26,1	2,3	0,0	5,0	0,5

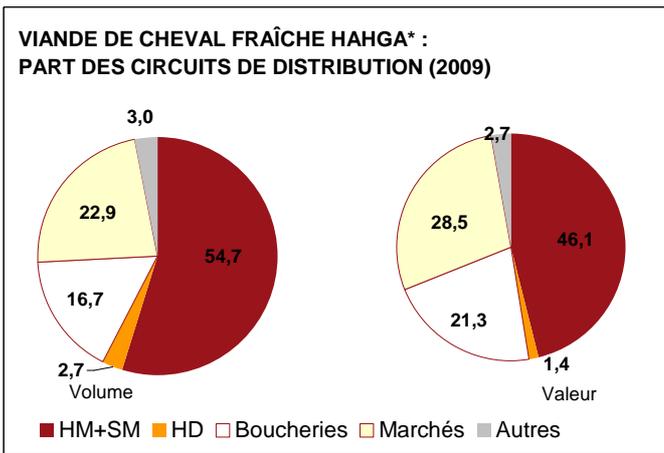
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



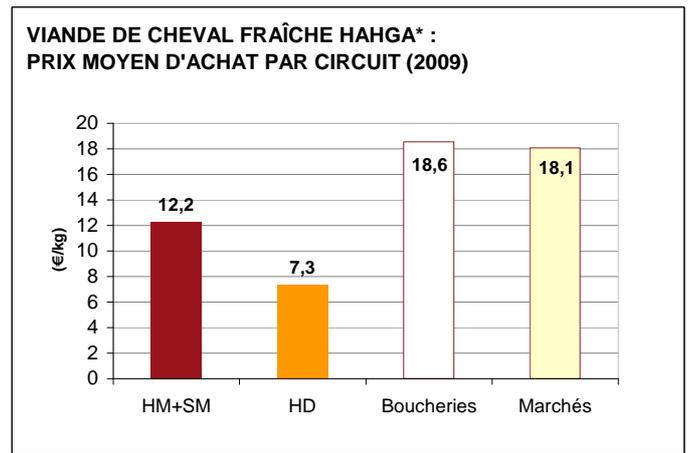
* Hors abat et hors gros achat

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

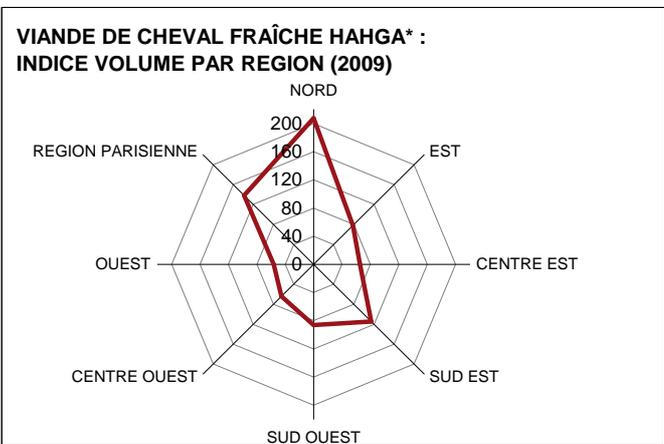
VIANDE DE CHEVAL



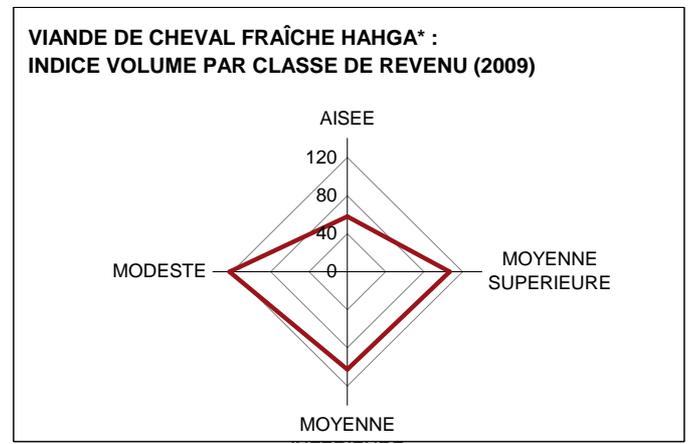
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



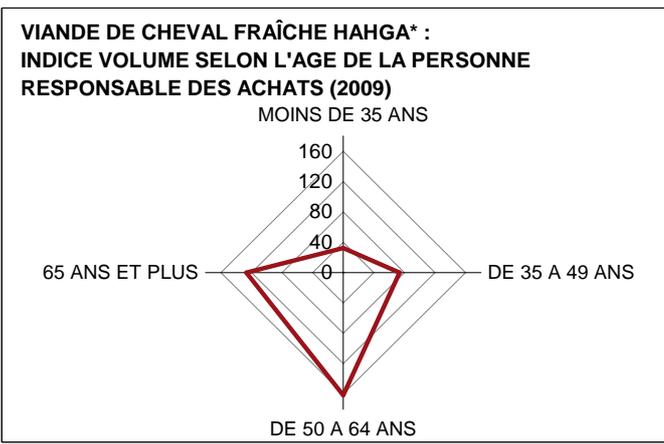
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



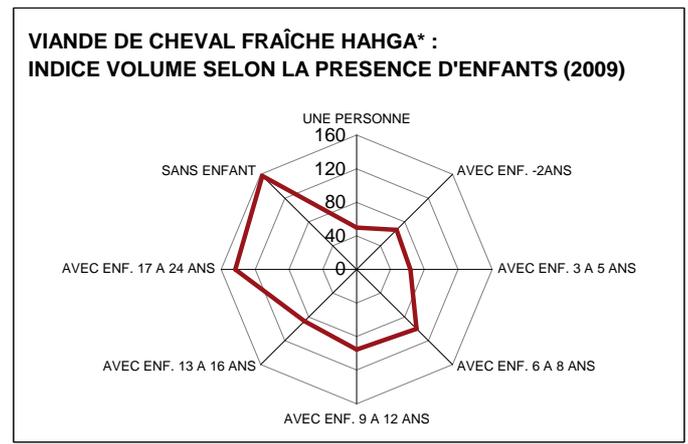
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

* hors abat et hors gros achat

VIANDE OVINE

BILAN D'APPROVISIONNEMENT (en 2009)

(en 1.000 tonnes équivalent carcasse)	Production	Importations	Exportations	Consommation apparente	Conso. indiv. (en kg.ec)
VIANDE OVINE	112	139	18	233 -4,2%	3,6

FranceAgriMer

ACHATS DES RESTAURATEURS POUR LA CONSOMMATION HORS FOYER (EN POIDS NET)

2008	Total	Restauration collective	Restauration commerciale	Circuits de vente alternatifs
VIANDE OVINE				
Quantités achetées (tonnes)	19 608	8 139	11 419	ns
Prix moyen d'achat (€/kg)	8,87	8,45	9,16	nd

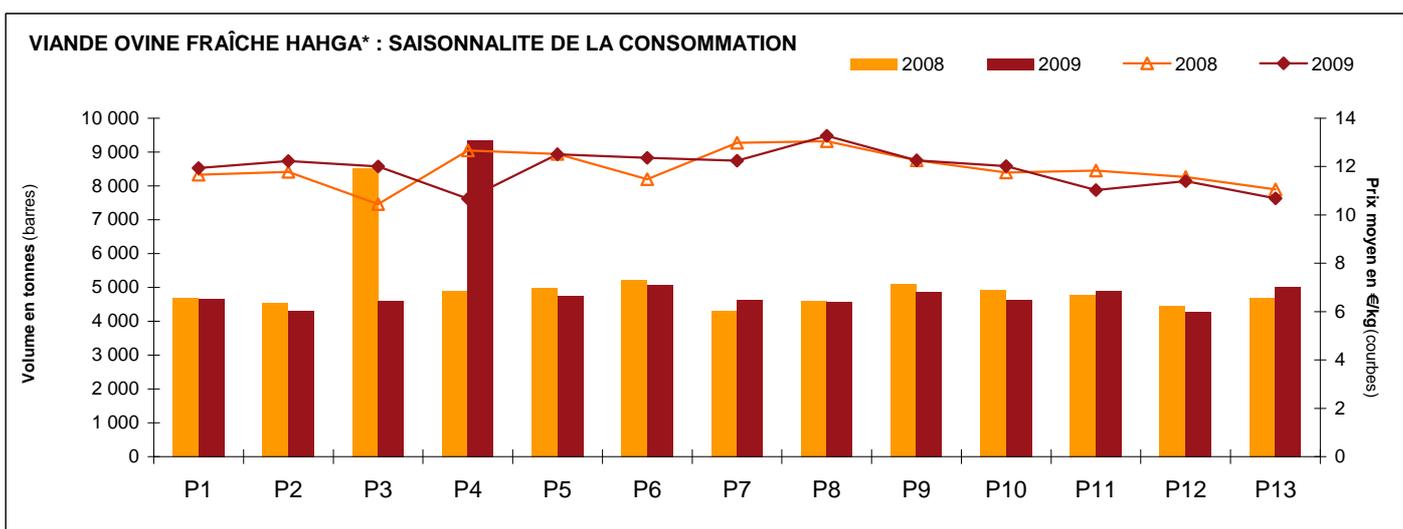
FranceAgriMer d'après Crédoc

CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2009	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	Évol. (%)	(tonnes)	Évol. (%)	(k€)	Évol. (%)	(%)	Évol. (pt)	(%)	Évol. (pt)
VIANDE OVINE FRAÎCHE	11,60	0,8	70 289	-1,6	815 294	-0,8	59,9	-0,4	100,0	//
VIANDE OVINE FRAÎCHE HORS ABAT ET GROS ACHAT	11,80	-0,3	65 637	-0,1	774 446	-0,5	58,3	-0,3	93,4	1,4
Dont viande à griller, rôtir	12,55	-0,8	55 130	0,9	691 796	0,1	56,0	-0,1	78,4	2,0
dt gigot	11,59	-1,5	25 049	0,7	290 327	-0,8	38,6	-1,3	35,6	0,8
Dont viande à bouillir, braiser	8,60	0,6	7 105	-3,2	61 136	-2,5	17,4	0,3	10,1	-0,2
ABATS D'OVINS FRAIS	9,50	1,9	2 602	-0,4	24 732	1,5	10,2	-0,5	3,7	0,0
GROS ACHATS*	7,86	23,5	2 050	-34,3	16 117	-18,8	2,1	-0,2	2,9	-1,4
VIANDE OVINE SURGEEE	8,60	1,9	2 944	1,3	25 315	3,2	5,9	0,1	100,0	//
dt gigot	6,69	4,0	2 078	-2,0	13 906	2,0	3,6	0,2	70,6	-2,4

* Supérieurs à 10 kg

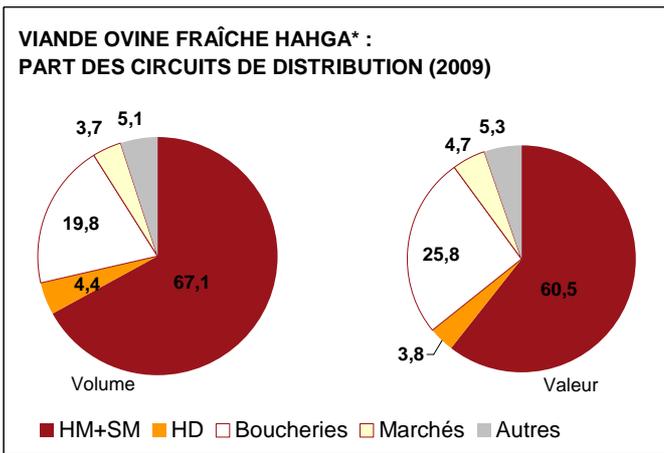
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



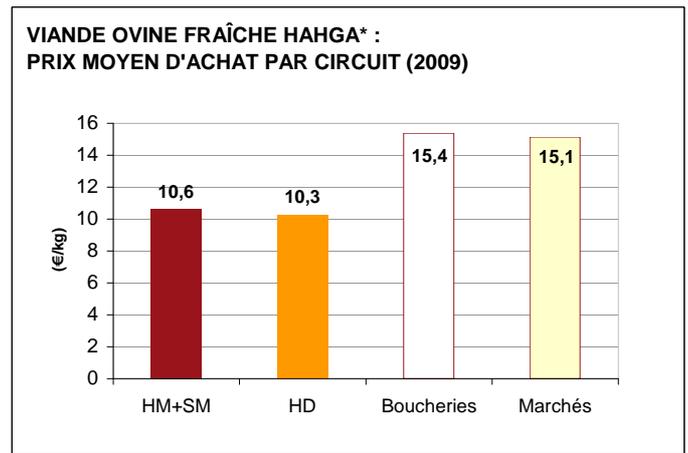
* Hors abat et hors gros achat

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

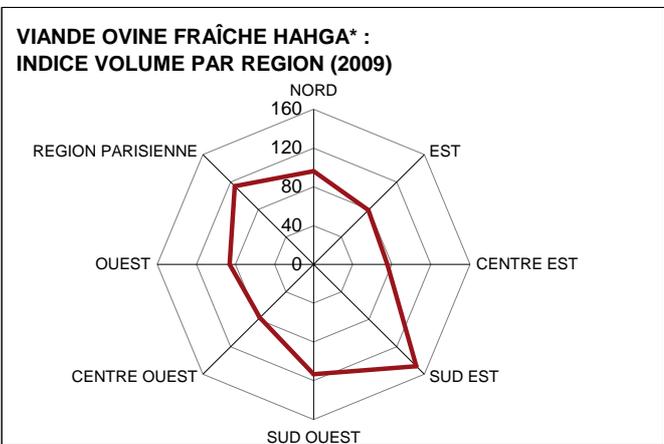
VIANDE OVINE



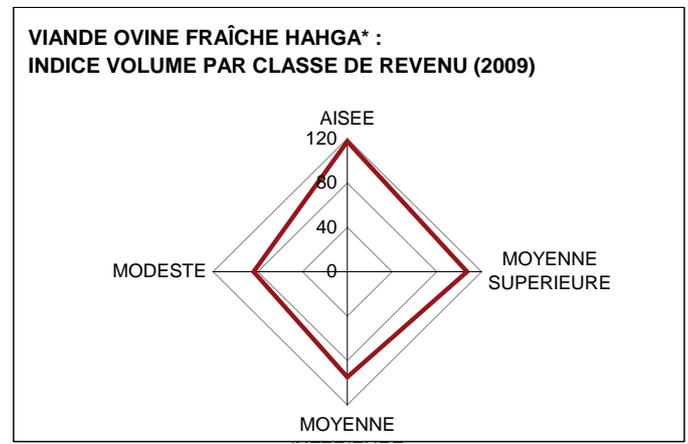
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



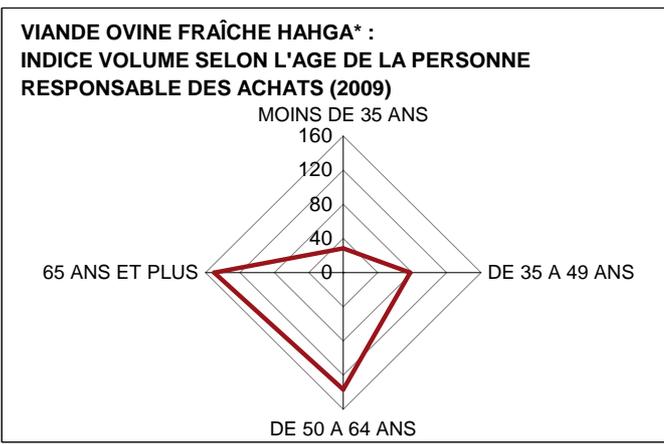
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



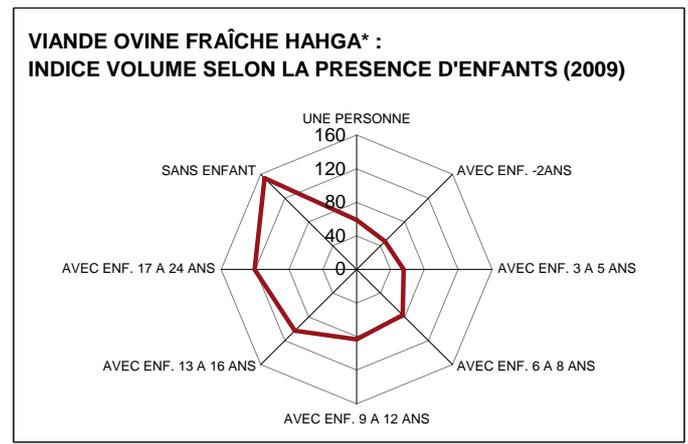
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

* hors abat et hors gros achat

Union européenne

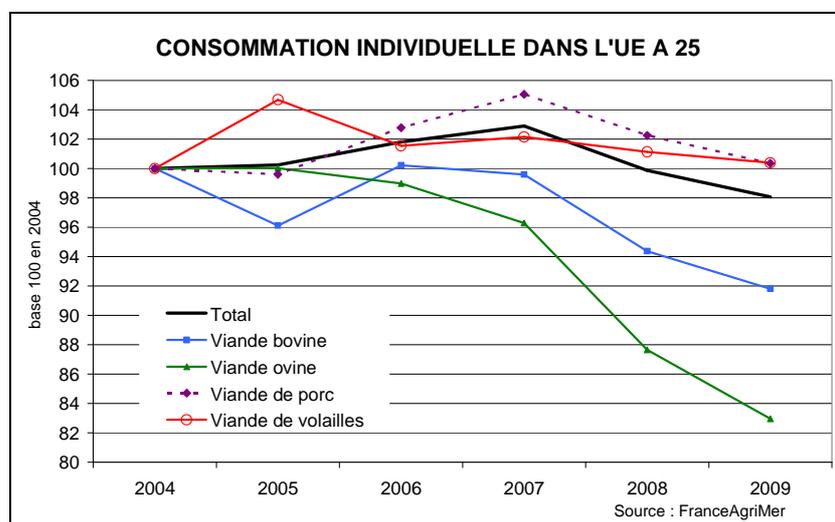
2 – LA CONSOMMATION DE VIANDES DANS L'UNION EUROPEENNE

• En **2009**, les volumes de viandes bovine, ovine, de porc et de volailles disponibles pour la consommation dans l'**Union européenne à 27** se sont élevés à **41,3 millions de tonnes équivalent carcasse** (tec), ce qui correspond à une consommation individuelle de **82,7 kgec** par habitant.

Après une baisse entre 2007 et 2008, importante en liaison avec la crise économique (- 2,1 %), la consommation de viandes dans l'UE a encore reculé de 1,6 % entre 2008 et 2009. Lors de la première année de crise, les pays de l'UE à 15 ont été plus touchés que ceux des douze nouveaux États membres, mais cette tendance s'est inversée en 2009. Au final, la diminution de la consommation des viandes sur les deux ans est homogène sur les zones de l'UE, autour de - 3,6 %.

Parmi les pays les plus peuplés, l'Espagne et la Pologne ont enregistré des reculs très importants (respectivement - 7,0 % et - 5,8 % entre 2007 et 2009) pesant ainsi lourdement sur la tendance européenne. Les baisses les plus significatives concernent le Danemark (- 21 %) et l'Irlande (- 16 %) pour la vieille Europe et la Lettonie (- 15 %) pour les nouveaux États. A l'opposé, certains pays ont connu une hausse de leur consommation totale, notamment la Bulgarie, la Slovaquie, la Slovénie, l'Estonie et la Suède. Les autres pays sont plutôt sur une tendance baissière.

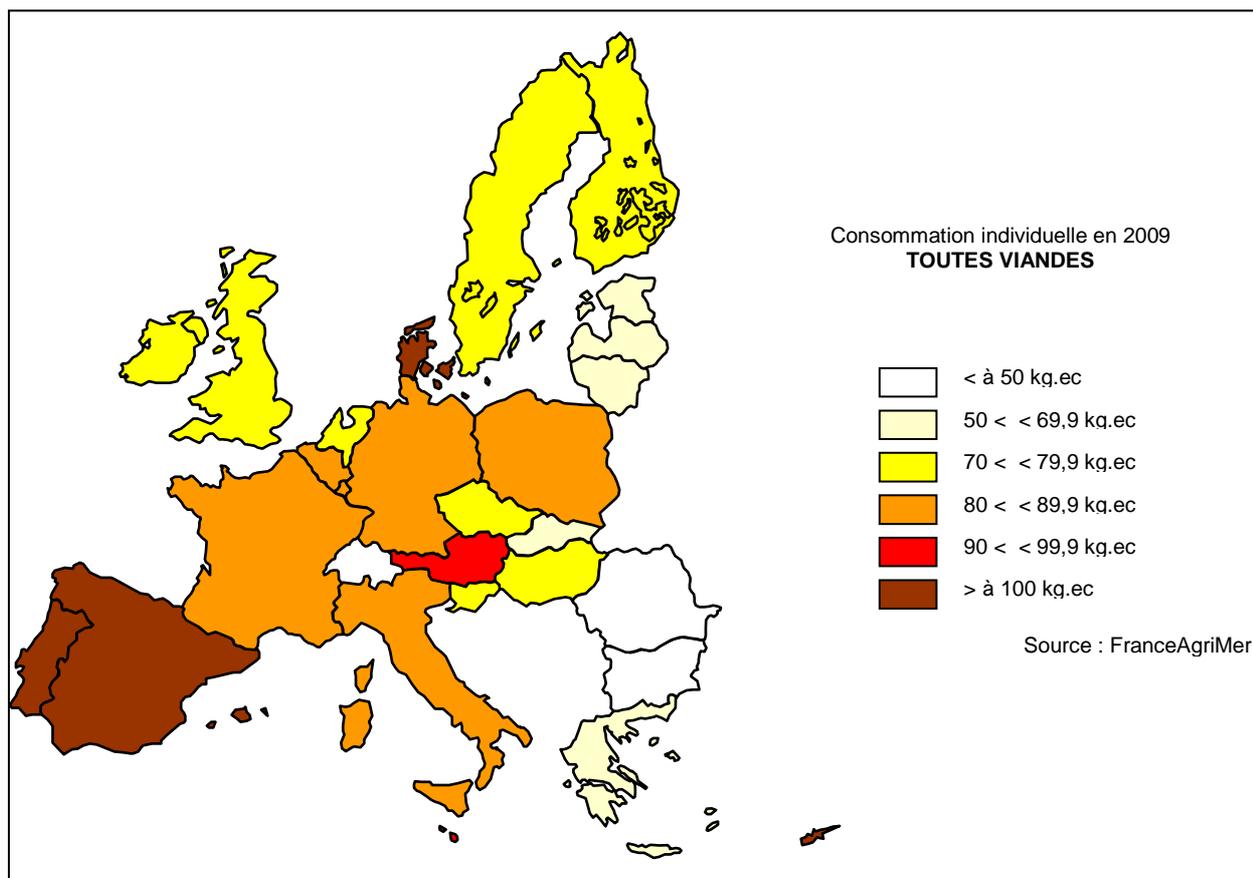
Toutes les viandes se sont repliées durant cette période, et tout particulièrement la viande ovine qui a subi le plus fort recul (- 5,2 % entre 2008 et 2009 ; - 13 % sur deux ans). La consommation de viande bovine a également chuté de façon significative (- 2,6 % entre 2008 et 2009 ; - 7 % sur deux ans). Le porc, malgré des prix bas et une offre abondante s'est aussi replié (- 1,6 % entre 2008 et 2009 ; - 3 % sur deux ans). La viande de volailles s'en est plutôt mieux sortie puisqu'elle a perdu moins de 1 % entre 2007 et 2009.



Ces deux dernières années de recul ont largement marqué la tendance de consommation de produits carnés depuis la création de l'UE à 25 en 2004. La hausse de consommation de viande bovine observée en 2006 s'est interrompue en raison de la crise économique. La viande de porc, pourtant peu chère n'a pas poursuivi sa croissance, y compris dans les NEM ; elle est parfois substituée par de la volaille, viande également bon marché. Enfin, la viande ovine qui est toujours pénalisée par son prix, subit en plus la moindre production liée la décapitalisation des cheptels britannique et irlandais suite au découplage des aides et à la mise en place de l'identification.

En moyenne, un habitant de l'UE à 27 a consommé en 2009 **82,7 kg.ec** de viandes, dont 15,7 kg.ec de bovin (19 %), 2,4 kg.ec d'ovin (3 %), 41,97 kg.ec de porc (51 %) et 22,7 kg.ec de volailles (27 %). Cette répartition n'évolue que très peu dans le temps mais la consommation individuelle a diminué nettement depuis 2007 (- 3,9 kg.ec, ce qui correspond à - 1,4 kg.ec de viande bovine, - 400 g.ec de viande ovine, - 1,8 kg.ec de porc et - 400 g.ec de volailles).

- Il existe de grandes disparités de consommation entre les différents pays de l'Union : alors qu'un Chypriote en a consommé en 2009 135 kg.ec de viandes, un Roumain moins de 43 kg.ec, soit 3 fois moins.



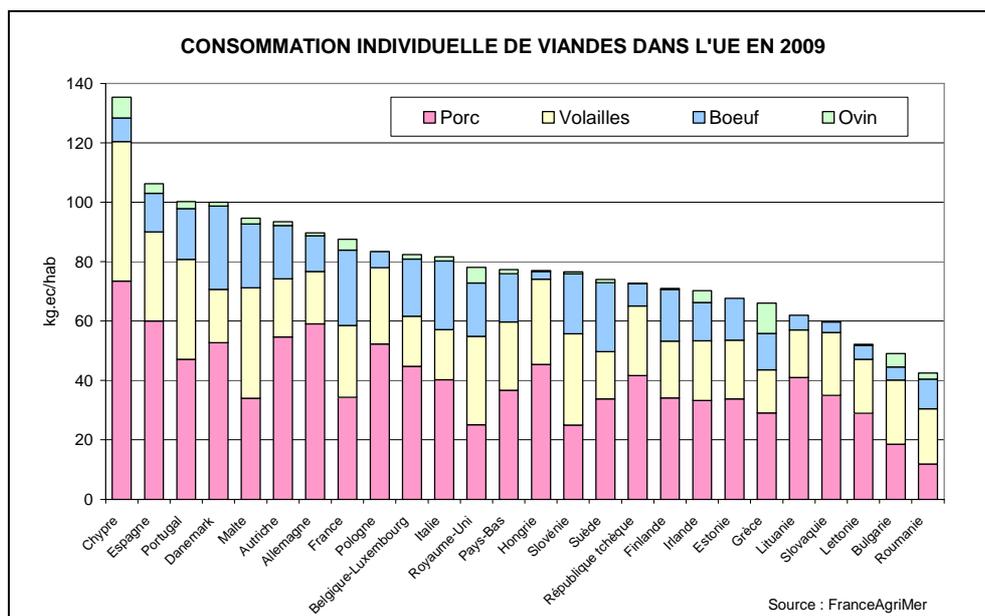
Les États membres se divisent en 3 groupes :

- Chypre ⁽⁸⁾, l'Espagne, le Portugal et le Danemark dont la consommation individuelle en 2009 a dépassé 100 kg.ec ; et dans une moindre mesure, Malte ⁽¹⁾ et l'Autriche dont la consommation avoisine 94 kg.ec.
L'Espagne, le Danemark, et dans une moindre mesure l'Autriche, ont depuis 2004 enregistré une baisse significative de leur consommation largement accentuée depuis le début de la crise économique. Seul le Portugal a enregistré sur la même période une hausse régulière de la consommation de produits carnés.

(8) Attention, les données de consommation calculées par bilan, incluent nécessairement la consommation des touristes circulant dans les pays. Pour des pays comme Chypre ou Malte où la population autochtone est peu importante au regard des touristes, les données de consommation individuelle sont nécessairement surestimées. Elles sont donc à prendre avec précautions.

- A l'opposé, la Roumanie, la Bulgarie, la Slovaquie, les pays Baltes et la Grèce présentent des consommations de viandes individuelles inférieures à 65 kg.ec. Ce faible niveau est évidemment à mettre en relation avec l'économie, en développement ou en difficultés récentes, ainsi qu'à la tradition alimentaire de ces pays.
- Les autres pays (de l'Irlande à l'Allemagne sur le graphique suivant) dont la consommation varie entre 70 et 89 kg.ec. Leur consommation s'inscrit plutôt en recul ces dernières années, plus ou moins en fonction de l'impact qu'a eu la crise économique (- 21 % depuis 2004 pour l'Irlande par exemple) ou de la capacité à se développer économiquement au sein de l'UE (+ 10 % pour la Pologne).

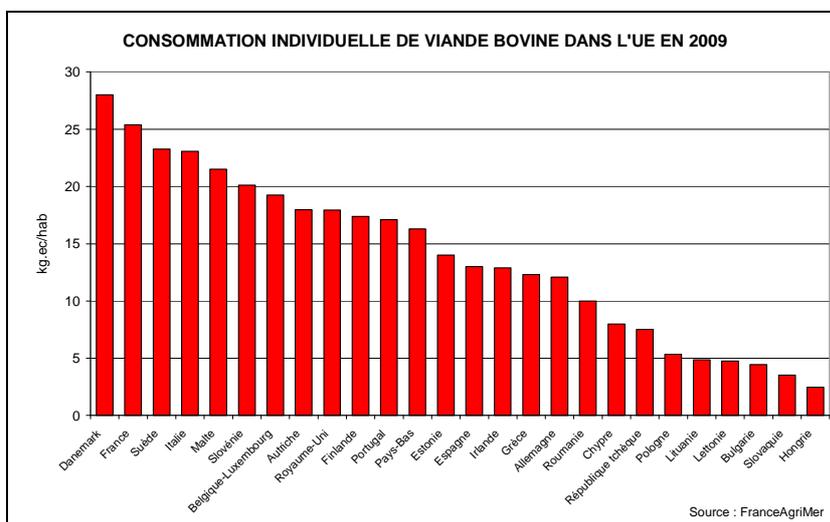
• Le graphique suivant illustre la diversité des consommations de produits carnés au sein de l'UE. En effet, selon les pays, la part de chacune des viandes est très variable. La viande porcine, qui est majoritaire, représente entre 28 % de la consommation totale de produits carnés pour un Roumain, contre plus de 66 % pour un Allemand ou un Lituanien. La volaille, dont la part moyenne européenne est supérieur à 27 %, ne constitue que 18 % des apports d'un Danois contre 44 % pour Roumain. La viande bovine est proportionnellement la plus consommée par les Suédois (31 %) et le moins par les Hongrois (3 %) pour une moyenne communautaire de 19 %. Avec 3 % en moyenne, la viande ovine constitue jusqu'à 15 % de la part carnée pour les Grecs et n'est que très peu, voire pas, consommée par certains pays.



Viande bovine

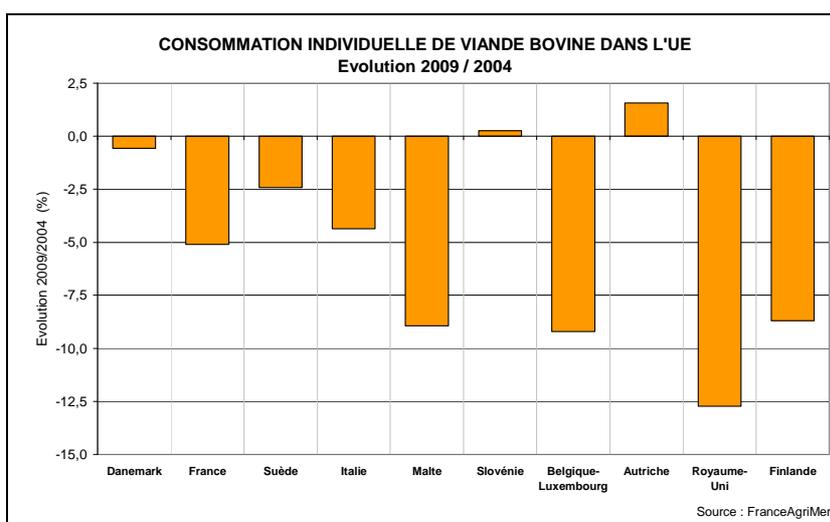
En 2009, la consommation de viande bovine de l'UE à 27 s'est élevée à **7,86 millions de tec**, soit **19,0 %** de la consommation totale de viandes.

Depuis 2007, elle a diminué de 7 % mais de façon beaucoup plus significative dans les NEM (– 13,5 %) que les pays de l'UE à 15 (- 6,3 %). En dehors de la Suède et le Danemark, tous les pays ont enregistré une baisse.



En moyenne, un habitant de l'UE à 27 a consommé en 2009 **15,7 kg.ec** de viande bovine ; mais il existe une large disparité entre les habitants de l'UE à 15 qui en consomme en moyenne 18,1 kg.ec contre seulement 6,5 kg.ec pour ceux des 12 NEM. Le Danois, avec 28,0 kg.ec, est le plus gros consommateur de viande bovine et le Hongrois le plus petit avec 2,5 kg.ec. Le Français se situe au 2^{ème} rang avec 25,4 kg.ec.

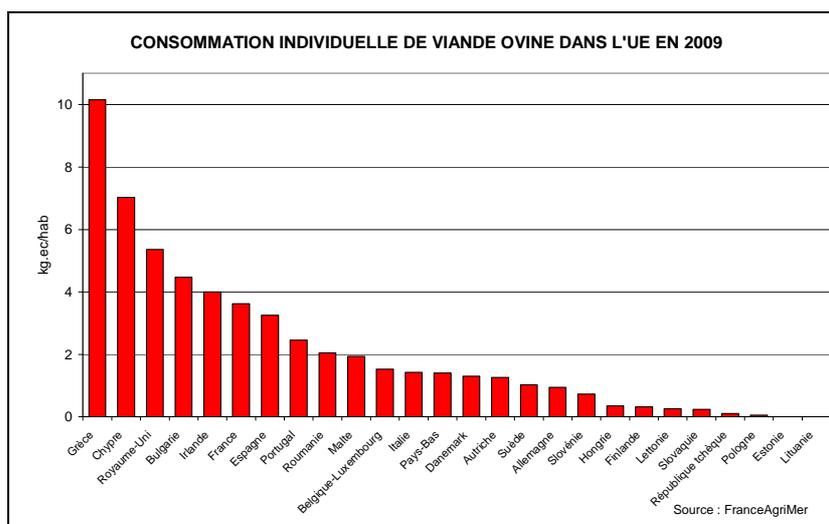
Depuis 2004, ce niveau de consommation recule partout, à l'exception de l'Autriche et la Slovénie ; la consommation individuelle a perdu en moyenne 1,4 kg.ec (UE à 25).



Viande ovine

Dans l'UE à 27, la consommation de viande de mouton et d'agneau s'est établie à **1,197 million de tec** en 2009. En recul marqué encore en 2009, elle ne représente plus que **2,9 %** de la consommation totale de viandes. La part de la viande ovine était de 3,3 % en 2004 dans l'UE à 25 et de 4,1 % il y a dix ans dans l'UE à 15.

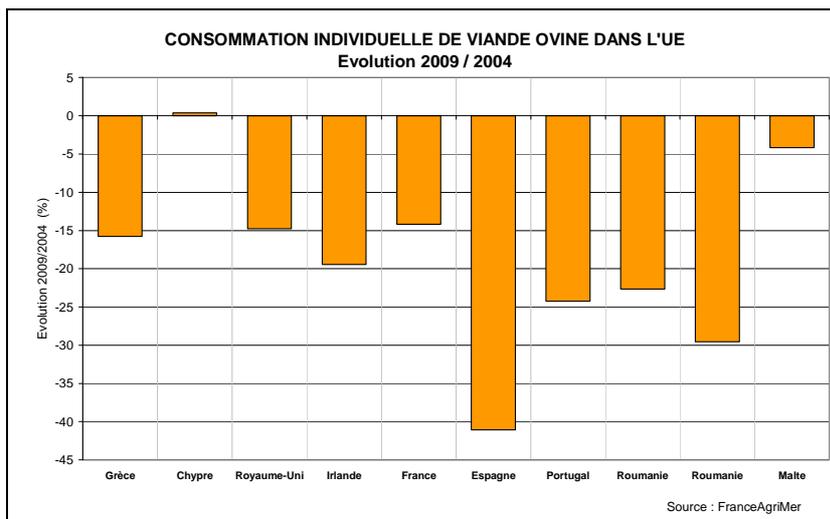
Par rapport à 2007, la consommation de viande ovine a diminué de 180.000 tec (- 13 %). Dans l'UE à 15 et dans les 2 derniers nouveaux États membres, la consommation recule dans des proportions analogues. En revanche, dans les 10 NEM, pays tout petits consommateurs, elle progresse très légèrement.



La viande ovine est caractérisée par sa très faible consommation : 10 pays sur 27 présentaient en 2009 une consommation individuelle inférieure à 1 kg.ec et 8 à moins de 500 g.ec. Un pays, la Grèce, se distingue particulièrement avec un niveau élevé (10,2 kg.ec/hab). Avec seulement 2,3 % de la population de l'UE à 27, la Grèce représente 9,5 % de la consommation totale de l'Union. Toutefois, en raison du prix élevé et de la crise économique qui a touché durement ce pays, la consommation de viande ovine a reculé de 10 % depuis 2007.

En moyenne, un habitant de l'UE à 27 a consommé **2,4 kg.ec** de mouton et d'agneau ; la consommation individuelle est de 2,8 kg.ec dans l'UE à 15 (portée par la Grèce) et de 900 g.ec dans les 12 NEM. Depuis 2004, elle est en très net repli (- 13 %).

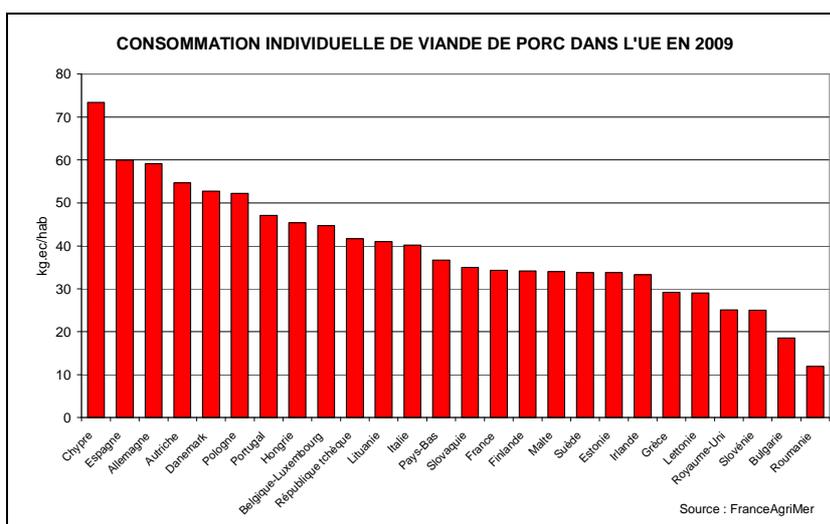
Les dix pays principaux consommateurs (en dehors de Chypre), qui ont représenté en 2009 80 % de la consommation communautaire, ont enregistré depuis 2004 des baisses très significatives, jusqu'à - 40 % pour l'Espagne et le plus souvent supérieur à - 15 %. Le prix élevé dans un contexte économique difficile et la baisse de disponibilités en sont les principales causes.



Viande de porc

En 2009, la consommation de viande de porc (y compris sous forme de charcuterie) de l'UE à 27 s'est élevée à **20,929 millions de tec**, ce qui a représenté plus de **50,6 %** de la consommation totale de produits carnés.

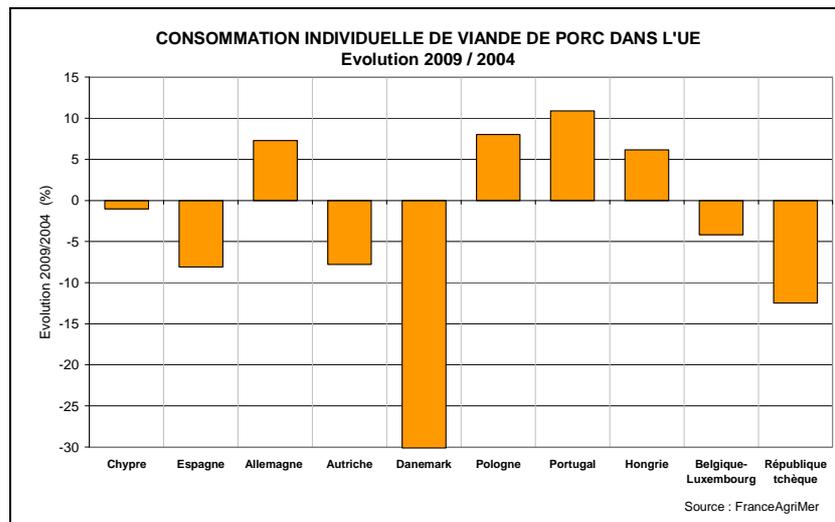
A l'exception de quelques pays (notamment la Slovaquie et la Roumanie), elle a diminué partout depuis 2007, soit un recul de près de 700.000 tec (- 3, 2%). Plus de 18 % de ce repli est imputable au Danemark dont le niveau de consommation est maintenant inférieur à ce qu'il était en 1997.



En moyenne, un habitant de l'UE à 27 a consommé en 2009 **41,9 kg.ec** de porc, quelle que soit sa forme (viande ou charcuterie). La consommation est relativement élevée dans les pays de l'UE à 25 (43,6 kg.ec) mais est très inférieure dans les deux NEM dernièrement intégrés dans l'UE (Bulgarie : 18,5 kg.ec ; Roumanie : 11,9 kg.ec).

Parmi les pays consommateurs les plus importants, le cas du Danemark est remarquable. Mais pour les autres, la consommation individuelle qui varie de 41,7 kg.ec pour le Tchèque à 73,4 kg.ec pour le Chypriote (soit d'un facteur de 1 à 1,8) a évolué depuis 2004 de façon diverse. On peut noter le Portugal, l'Allemagne, la Pologne et la Hongrie dont les consommations s'accroissent depuis 2004 et la République tchèque, l'Espagne, l'Autriche et dans une moindre mesure l'UEBL qui enregistrent une diminution de leur consommation individuelle.

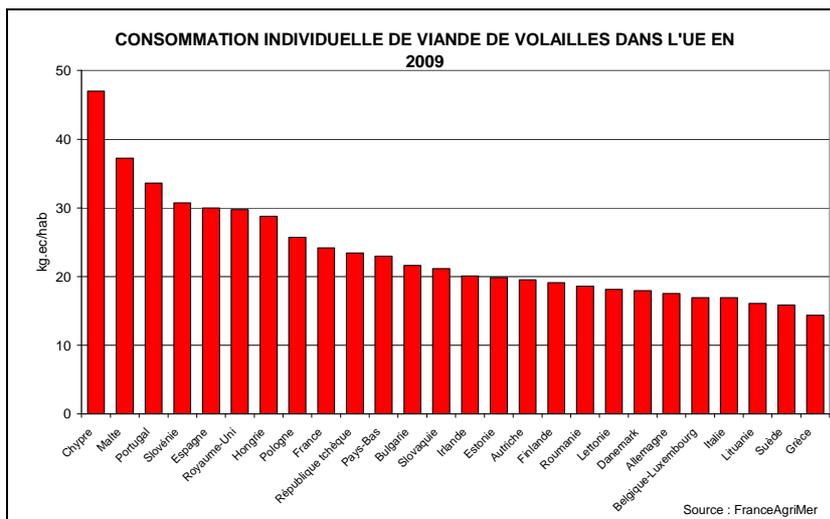
Le repli global de la consommation depuis les toutes dernières années est à mettre en relation avec la crise économique et non à une baisse de l'offre. En effet, l'Union européenne connaît depuis quelques années une offre supérieure à la demande qui pèse sur les prix à la production, ce qui est un contexte favorable à un maintien de prix bas pour le consommateur.



Viande de volailles

L'UE à 27 a consommé en 2009 **11,336 millions de tec** de volailles, ce qui correspond à une part de **27,4 %** dans le total des produits carnés.

La viande de volailles a été la moins pénalisée de toutes les viandes depuis 2007 puis que sa consommation ne recule que de 0,9 % (- 108.000 tec), seulement du fait des NEM dont la consommation perd 4,3 % en deux ans. Celle de l'UE à 15 est stable.



En moyenne, en 2009, un habitant de l'UE à 27 a consommé **22,7 kg.ec** de volailles ; mais, fait marquant, la consommation individuelle est supérieure de 1 kg.ec dans les NEM (23,5 kg.ec) que dans l'UE à 15 (22,5 kg.ec). Ceci s'explique pour partie par le fait que la viande de volailles est l'une des moins chère à produire et est, dans certains pays, encore largement issue de la basse-cour.

Depuis 2004, le niveau de consommation a reculé de 400 g.ec (- 1,7 %) dans l'UE à 15, tandis qu'il a progressé fortement dans les NEM passant de 22,3 kg.ec (NEM 10) à 23,5 kg.ec (NEM 12), et ce malgré d'importants épisodes de grippe aviaire en 2006 (+ 3,1 %).

Au sein des pays les plus consommateurs de volailles, Les évolutions depuis 2004 sont plutôt orientées à la hausse, à l'exception du Royaume-Uni, de l'Espagne et de la République tchèque.

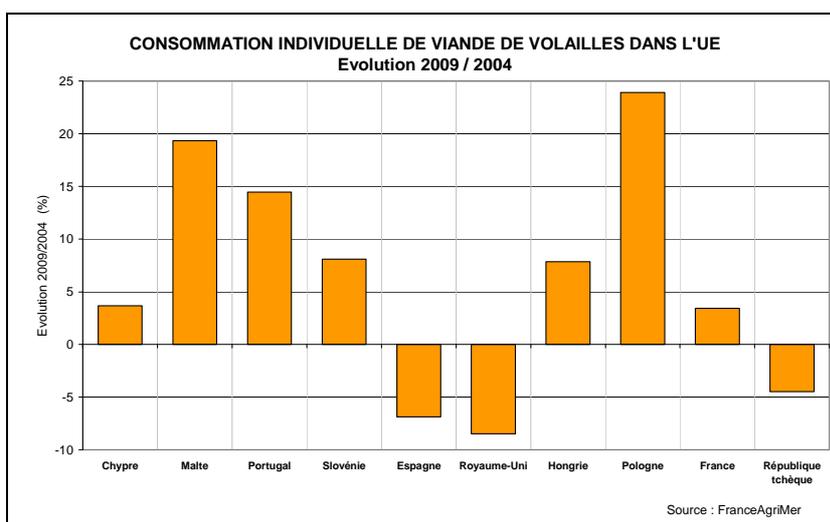


Tableau 12

**CONSOMMATION DANS L'UNION EUROPEENE
VIANDES BOVINE, OVINE, DE PORC ET DE VOLAILLES**

1000 tec

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% 09/08
Allemagne	7 251	7 019	6 853	6 795	6 978	6 989	7 091	7 309	7 509	7 421	7 355	-0,9
Autriche	773	799	764	757	775	796	805	799	821	785	781	-0,5
Belgique-Luxembourg	939	883	948	1 030	1 015	966	986	939	987	949	924	-2,6
Danemark	590	571	575	567	649	671	674	679	696	563	551	-2,0
Espagne	4 723	4 613	4 740	4 999	5 046	5 017	4 997	5 091	5 238	4 979	4 869	-2,2
Finlande	341	339	335	340	352	357	361	359	375	382	378	-1,0
France	5 585	5 535	5 608	5 691	5 624	5 567	5 586	5 555	5 708	5 693	5 631	-1,1
Grèce	881	893	894	853	903	843	852	864	779	755	743	-1,6
Irlande	372	369	363	345	363	357	375	376	372	334	313	-6,5
Italie	4 694	4 713	4 653	4 748	4 787	4 749	4 753	4 810	4 962	4 923	4 902	-0,4
Pays-Bas	1 291	1 318	1 362	1 367	1 375	1 371	1 335	1 321	1 344	1 282	1 276	-0,5
Portugal	951	971	961	990	947	982	1 005	1 035	1 082	1 081	1 066	-1,4
Royaume-Uni	4 498	4 555	4 687	4 954	4 661	5 028	4 722	5 168	5 068	4 867	4 807	-1,2
Suède	618	625	620	674	677	653	640	654	664	685	685	0,0
UE 15 *	33 506	33 201	33 364	34 109	34 153	34 346	34 182	34 960	35 604	34 697	34 279	-1,2
Chypre						98	106	99	105	107	108	1,0
Estonie						84	93	85	87	92	91	-1,2
Hongrie						738	834	861	822	768	772	0,5
Lettonie						129	130	135	139	126	118	-6,6
Lituanie						212	218	215	217	227	208	-8,4
Malte						36	37	38	39	39	39	0,4
Pologne						2 885	3 210	3 317	3 373	3 292	3 179	-3,4
République tchèque						819	836	800	788	784	761	-2,9
Slovaquie						352	360	324	297	329	324	-1,3
Slovénie						154	156	158	148	148	156	4,9
NEM 10 *						5 509	5 980	6 032	6 015	5 912	5 756	-2,6
UE 25 *						39 856	40 162	40 991	41 618	40 609	40 035	-1,4
Bulgarie									331	407	373	-8,4
Roumanie									954	975	915	-6,2
NEM 12 *									7 300	7 295	7 043	-3,4
UE 27 *									42 903	41 992	41 323	-1,6

* Somme des consommations nationales

Source : FranceAgriMer, d'après Commission européenne

**CONSOMMATION DANS L'UNION EUROPEENE
VIANDE BOVINE**

1000 tec

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% 09/08
Allemagne	1 243	1 148	818	988	1 031	1 020	994	1 046	1 035	1 008	992	-1,6
Autriche	156	159	149	151	153	144	148	151	152	151	150	-0,5
Belgique-Luxembourg	205	205	214	242	238	230	219	224	225	217	216	-0,8
Danemark	138	119	120	141	148	152	141	149	153	156	154	-0,9
Espagne	625	605	523	646	639	655	662	657	665	612	596	-2,6
Finlande	98	98	93	93	96	99	98	99	97	95	93	-2,1
France	1 631	1 561	1 554	1 701	1 670	1 665	1 679	1 644	1 664	1 641	1 633	-0,5
Grèce	202	196	197	189	189	182	170	186	173	148	138	-6,5
Irlande	64	62	66	69	74	78	78	76	77	63	57	-8,3
Italie	1 467	1 418	1 315	1 408	1 416	1 396	1 427	1 471	1 458	1 381	1 385	0,3
Pays-Bas	296	261	303	309	310	316	312	311	314	281	269	-4,4
Portugal	168	173	158	173	180	195	193	195	197	199	182	-8,9
Royaume-Uni	1 018	1 025	1 113	1 204	911	1 228	982	1 272	1 256	1 141	1 104	-3,3
Suède	184	191	182	207	213	214	206	209	206	211	215	2,1
UE 15 *	7 495	7 221	6 805	7 522	7 267	7 575	7 309	7 689	7 672	7 304	7 183	-1,7
Chypre						6	7	6	7	7	6	-9,3
Estonie						18	16	18	19	19	19	-2,3
Hongrie						33	32	36	33	27	25	-9,4
Lettonie						18	17	14	16	14	11	-25,0
Lituanie						37	30	24	26	22	16	-27,4
Malte						9	9	9	9	9	9	-4,2
Pologne						243	248	247	253	242	204	-15,7
République tchèque						81	80	84	78	79	79	-0,7
Slovaquie						31	32	26	27	25	19	-22,8
Slovénie						40	39	40	41	42	41	-3,1
NEM 10 *						518	509	505	508	487	428	-12,2
UE 25 *						8 093	7 818	8 193	8 180	7 791	7 611	-2,3
Bulgarie									38	51	34	-33,2
Roumanie									237	225	215	-4,4
NEM 12 *									783	762	677	-11,3
UE 27 *									8 455	8 067	7 860	-2,6

* Somme des consommations nationales Source : FranceAgriMer, d'après Commission européenne

Tableau 14

**CONSOMMATION DANS L'UNION EUROPEENE
VIANDE OVINE**

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% 09/08
												1000 tec
Allemagne	93	95	93	86	83	84	91	84	84	80	78	-2,5
Autriche	10	9	10	10	10	10	10	10	10	11	11	0,4
Belgique-Luxembourg	18	23	19	19	21	24	24	16	18	17	17	-1,9
Danemark	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	2,6
Espagne	236	245	242	242	244	234	232	235	233	170	149	-12,3
Finlande	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	-7,0
France	270	280	259	273	265	263	261	262	251	244	233	-4,2
Grèce	145	146	148	148	146	133	132	132	126	115	114	-0,4
Irlande	29	30	27	20	22	20	21	20	20	20	18	-11,0
Italie	94	92	92	87	87	86	89	91	88	85	86	0,6
Pays-Bas	22	23	24	23	22	21	22	22	22	22	23	4,1
Portugal	34	37	36	37	34	34	33	33	32	29	26	-10,7
Royaume-Uni	395	395	342	361	358	375	376	378	371	350	330	-5,9
Suède	7	8	9	9	9	8	9	10	9	9	10	2,2
UE 15 *	1 362	1 392	1 309	1 322	1 308	1 301	1 309	1 301	1 271	1 161	1 103	-5,0
Chypre						5	5	5	5	5	6	4,5
Estonie						0	0	0	0	0	0	-
Hongrie						3	3	3	3	3	3	3,4
Lettonie						1	1	1	1	1	1	-7,6
Lituanie						0	0	0	0	0	0	-
Malte						1	1	1	1	1	1	-11,1
Pologne						2	1	2	2	2	2	5,5
République tchèque						1	1	1	1	1	1	-12,3
Slovaquie						2	1	1	1	1	1	0,0
Slovénie						2	2	2	2	1	1	-0,1
NEM 10 *						16	15	16	16	16	16	0,9
UE 25 *						1 317	1 324	1 317	1 287	1 178	1 119	-5,0
Bulgarie									35	35	34	-2,9
Roumanie									55	50	44	-12,0
NEM 12 *									106	101	94	-6,8
UE 27 *									1 377	1 263	1 197	-5,2

* Somme des consommations nationales

Source : FranceAgriMer, d'après Commission européenne

**CONSOMMATION DANS L'UNION EUROPEENE
VIANDE DE PORC**

1000 tec

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% 09/08
Allemagne	4 672	4 457	4 446	4 456	4 545	4 547	4 615	4 834	4 997	4 911	4 847	-1,3
Autriche	467	492	458	455	468	483	477	480	494	463	457	-1,4
Belgique-Luxembourg	475	487	491	534	538	506	504	504	523	506	501	-1,0
Danemark	349	343	337	312	400	408	414	415	419	296	291	-1,8
Espagne	2 602	2 597	2 618	2 729	2 776	2 764	2 715	2 842	2 971	2 833	2 749	-3,0
Finlande	178	170	166	166	171	172	175	175	179	183	182	-0,7
France	2 222	2 191	2 222	2 233	2 240	2 184	2 161	2 196	2 244	2 232	2 208	-1,0
Grèce	339	344	341	300	313	308	319	329	330	332	328	-1,2
Irlande	155	150	153	150	156	151	141	147	150	152	148	-2,3
Italie	2 081	2 108	2 188	2 203	2 259	2 210	2 243	2 386	2 439	2 446	2 415	-1,3
Pays-Bas	654	692	680	680	687	676	642	628	639	609	605	-0,8
Portugal	444	452	447	454	446	445	461	494	510	505	501	-0,8
Royaume-Uni	1 381	1 415	1 502	1 515	1 504	1 483	1 362	1 510	1 548	1 537	1 543	0,4
Suède	326	315	308	322	323	312	301	306	314	313	313	-0,1
UE 15 *	16 345	16 212	16 357	16 508	16 825	16 648	16 530	17 245	17 756	17 319	17 087	-1,3
Chypre						54	56	57	57	57	59	2,7
Estonie						41	46	41	42	47	45	-4,1
Hongrie						433	504	513	496	451	455	1,0
Lettonie						66	67	70	75	68	66	-3,7
Lituanie						128	141	144	147	141	137	-2,9
Malte						13	13	14	14	14	14	0,2
Pologne						1 848	1 896	1 960	2 030	2 038	1 993	-2,2
République tchèque						487	486	458	464	459	436	-4,9
Slovaquie						199	202	178	163	189	189	0,2
Slovénie						56	56	58	49	50	51	1,1
NEM 10 *						3 324	3 467	3 491	3 537	3 515	3 445	-2,0
UE 25 *						19 972	19 997	20 736	21 293	20 834	20 532	-1,4
Bulgarie									107	152	141	-7,2
Roumanie									227	285	256	-10,3
NEM 12 *									3 871	3 952	3 842	-2,8
UE 27 *									21 627	21 271	20 929	-1,6

* Somme des consommations nationales

Source : FranceAgriMer, d'après Commission européenne

Tableau 16

**CONSOMMATION DANS L'UNION EUROPEENE
VIANDE DE VOLAILLES**

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% 09/08
												1000 tec
Allemagne	1 243	1 318	1 496	1 266	1 320	1 338	1 391	1 346	1 393	1 422	1 438	1,2
Autriche	139	139	148	142	145	160	171	159	165	160	163	2,1
Belgique-Luxembourg	241	168	224	235	219	206	239	195	222	208	190	-8,7
Danemark	96	102	111	108	94	104	112	108	117	104	99	-4,4
Espagne	1 260	1 166	1 357	1 382	1 388	1 364	1 388	1 357	1 368	1 364	1 375	0,8
Finlande	64	69	75	79	83	84	85	83	96	102	102	-0,5
France	1 462	1 503	1 573	1 484	1 449	1 456	1 485	1 453	1 549	1 577	1 556	-1,3
Grèce	195	207	207	215	256	221	230	218	152	160	162	1,5
Irlande	124	127	117	106	112	107	135	133	125	100	89	-10,7
Italie	1 052	1 095	1 058	1 050	1 025	1 057	994	862	977	1 010	1 017	0,7
Pays-Bas	319	342	355	354	356	358	359	359	368	369	379	2,7
Portugal	305	309	320	326	287	308	318	314	343	348	357	2,7
Royaume-Uni	1 704	1 720	1 730	1 873	1 888	1 941	2 003	2 008	1 893	1 839	1 831	-0,4
Suède	100	111	121	136	131	119	124	130	135	151	147	-2,8
UE 15 *	8 304	8 376	8 892	8 757	8 753	8 823	9 034	8 725	8 904	8 913	8 906	-0,1
Chypre						33	37	31	36	37	37	-0,1
Estonie						24	31	27	27	25	27	5,1
Hongrie						270	295	309	290	287	289	0,6
Lettonie						45	46	50	48	43	41	-5,1
Lituanie						47	47	46	44	63	54	-14,2
Malte						12	14	14	15	15	15	4,2
Pologne						793	1 066	1 108	1 089	1 011	981	-2,9
République tchèque						250	269	257	244	245	245	0,3
Slovaquie						120	124	119	105	113	115	1,0
Slovénie						57	59	58	56	55	63	14,6
NEM 10 *						1 652	1 988	2 020	1 954	1 894	1 866	-1,5
UE 25 *						10 474	11 023	10 745	10 858	10 807	10 772	-0,3
Bulgarie									151	170	164	-3,1
Roumanie									435	415	400	-3,8
NEM 12 *									2 540	2 479	2 430	-2,0
UE 27 *									11 444	11 392	11 336	-0,5

* Somme des consommations nationales

Source : FranceAgriMer, d'après Commission européenne

**CONSOMMATION INDIVIDUELLE DANS L'UNION EUROPEENE
VIANDES BOVINE, OVINE, DE PORC ET DE VOLAILLES**

kg.ec/habitant

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	%09/08
Allemagne	88,4	85,4	83,3	82,4	84,5	84,7	86,0	88,7	91,2	90,3	89,7	-0,6
Autriche	96,8	99,8	95,3	93,9	95,6	97,8	98,1	96,8	99,1	94,3	93,4	-0,9
Belgique-Luxembourg	88,2	82,7	88,6	95,8	94,0	89,0	90,4	85,5	89,2	85,1	82,4	-3,1
Danemark	111,0	107,1	107,5	105,6	120,6	124,3	124,5	125,1	127,8	102,7	100,0	-2,6
Espagne	118,7	115,2	117,1	122,0	121,1	118,5	116,1	116,3	117,8	110,0	106,2	-3,4
Finlande	66,1	65,6	64,6	65,4	67,5	68,5	68,9	68,2	71,0	72,0	71,0	-1,5
France	92,8	91,4	92,0	92,7	91,0	89,4	89,2	87,9	89,7	89,0	87,5	-1,7
Grèce	81,2	81,9	81,7	77,8	82,0	76,4	76,8	77,7	69,8	67,3	66,0	-2,0
Irlande	99,7	97,6	94,7	88,4	91,6	88,6	91,2	89,4	86,4	75,9	70,3	-7,5
Italie	82,5	82,8	81,7	83,3	83,5	82,0	81,3	81,9	83,9	82,6	81,6	-1,1
Pays-Bas	81,9	83,1	85,2	84,9	84,9	84,3	81,9	80,9	82,1	78,1	77,4	-1,0
Portugal	93,7	95,2	93,7	95,8	91,0	93,7	95,4	98,0	102,0	101,8	100,3	-1,5
Royaume-Uni	76,8	77,5	79,4	83,7	78,4	84,2	78,6	85,5	83,3	79,6	78,1	-1,8
Suède	69,7	70,5	69,8	75,6	75,7	72,8	71,0	72,3	72,8	74,6	74,0	-0,8
UE 15	89,1	88,0	88,1	89,6	89,2	89,2	88,2	89,7	90,8	88,0	86,5	-1,7
Chypre						134,7	140,9	129,8	135,3	135,3	135,4	0,1
Estonie						61,9	69,2	63,5	64,9	68,4	67,6	-1,1
Hongrie						73,0	82,6	85,4	81,6	76,5	77,0	0,6
Lettonie						55,7	56,5	58,8	61,0	55,6	52,1	-6,2
Lituanie						61,6	63,5	63,1	64,2	67,3	61,9	-8,0
Malte						90,8	91,7	94,1	96,0	95,0	94,7	-0,4
Pologne						75,5	84,1	86,9	88,5	86,4	83,4	-3,5
République tchèque						80,2	81,8	78,0	76,6	75,5	72,7	-3,7
Slovaquie						65,4	66,8	60,1	55,0	60,8	59,9	-1,5
Slovénie						77,4	78,0	78,7	73,5	73,9	76,6	3,7
NEM 10						74,3	80,7	81,4	81,2	79,8	77,5	-2,8
UE 25						86,8	87,0	88,4	89,3	86,7	85,1	-1,8
Bulgarie									43,1	53,3	49,1	-8,0
Roumanie									44,3	45,3	42,5	-6,1
NEM 12									70,6	70,6	68,2	-3,5
UE 27									86,6	84,4	82,7	-2,0

Source : FranceAgriMer, d'après Commission européenne

Tableau 18

**CONSOMMATION INDIVIDUELLE DANS L'UNION EUROPEENE
VIANDE BOVINE**

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	kg.ec/habitant %09/08
Allemagne	15,1	14,0	9,9	12,0	12,5	12,4	12,0	12,7	12,6	12,3	12,1	-1,4
Autriche	19,6	19,8	18,5	18,7	18,8	17,7	18,0	18,2	18,4	18,1	18,0	-0,9
Belgique-Luxembourg	19,3	19,2	20,0	22,5	22,0	21,2	20,1	20,4	20,3	19,5	19,2	-1,3
Danemark	26,0	22,3	22,4	26,3	27,5	28,2	26,1	27,5	28,1	28,4	28,0	-1,6
Espagne	15,7	15,1	12,9	15,8	15,3	15,5	15,4	15,0	15,0	13,5	13,0	-3,8
Finlande	18,9	19,0	17,9	17,9	18,4	19,0	18,8	18,8	18,4	17,8	17,4	-2,6
France	27,1	25,8	25,5	27,7	27,0	26,7	26,8	26,0	26,2	25,6	25,4	-1,1
Grèce	18,6	18,0	18,1	17,2	17,2	16,5	15,3	16,7	15,4	13,2	12,3	-6,9
Irlande	17,1	16,4	17,2	17,7	18,7	19,4	19,1	18,1	17,8	14,2	12,9	-9,3
Italie	25,8	24,9	23,1	24,7	24,7	24,1	24,4	25,0	24,7	23,2	23,1	-0,5
Pays-Bas	18,8	16,5	19,0	19,2	19,1	19,4	19,1	19,0	19,2	17,1	16,3	-4,9
Portugal	16,6	17,0	15,4	16,7	17,3	18,6	18,3	18,4	18,6	18,8	17,1	-9,0
Royaume-Uni	17,4	17,4	18,9	20,3	15,3	20,6	16,4	21,1	20,7	18,7	18,0	-3,8
Suède	20,8	21,6	20,5	23,2	23,8	23,8	22,8	23,1	22,6	23,0	23,3	1,3
UE 15	19,9	19,1	18,0	19,8	19,0	19,7	18,9	19,7	19,6	18,5	18,1	-2,1
Chypre						8,2	9,3	7,8	9,0	8,9	8,0	-10,1
Estonie						13,7	11,9	13,4	14,2	14,3	14,0	-2,3
Hongrie						3,3	3,2	3,6	3,3	2,7	2,5	-9,3
Lettonie						7,6	7,2	6,1	6,9	6,3	4,7	-24,7
Lituanie						10,9	8,6	7,2	7,7	6,7	4,9	-27,0
Malte						23,6	22,9	23,0	22,7	22,6	21,5	-5,0
Pologne						6,4	6,5	6,5	6,6	6,3	5,3	-15,8
République tchèque						8,0	7,8	8,1	7,6	7,6	7,5	-1,6
Slovaquie						5,8	5,9	4,8	5,0	4,6	3,5	-22,9
Slovénie						20,1	19,6	20,2	20,2	21,0	20,1	-4,1
NEM 10						7,0	6,9	6,8	6,9	6,6	5,8	-12,3
UE 25						17,6	16,9	17,7	17,6	16,6	16,2	-2,7
Bulgarie									4,9	6,6	4,4	-32,9
Roumanie									11,0	10,4	10,0	-4,2
NEM 12									7,6	7,4	6,5	-11,3
UE 27									17,1	16,2	15,7	-2,9

Source : FranceAgriMer, d'après Commission européenne

**CONSOMMATION INDIVIDUELLE DANS L'UNION EUROPEENE
VIANDE OVINE**

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	kg.ec/habitant %09/08
Allemagne	1,1	1,2	1,1	1,0	1,0	1,0	1,1	1,0	1,0	1,0	0,9	-2,2
Autriche	1,3	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,1	1,3	1,3	-0,1
Belgique-Luxembourg	1,7	2,2	1,8	1,7	1,9	2,2	2,2	1,4	1,6	1,6	1,5	-2,4
Danemark	1,3	1,3	1,3	1,1	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,9
Espagne	5,9	6,1	6,0	5,9	5,8	5,5	5,4	5,4	5,2	3,8	3,3	-13,3
Finlande	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	-7,5
France	4,5	4,6	4,3	4,4	4,3	4,2	4,2	4,1	3,9	3,8	3,6	-4,8
Grèce	13,3	13,3	13,6	13,5	13,3	12,1	11,9	11,9	11,3	10,2	10,2	-0,8
Irlande	7,8	7,9	7,1	5,1	5,4	5,0	5,1	4,8	4,7	4,5	4,0	-12,0
Italie	1,7	1,6	1,6	1,5	1,5	1,5	1,5	1,6	1,5	1,4	1,4	-0,1
Pays-Bas	1,4	1,5	1,5	1,5	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	3,5
Portugal	3,4	3,6	3,5	3,6	3,3	3,2	3,1	3,1	3,0	2,8	2,5	-10,8
Royaume-Uni	6,7	6,7	5,8	6,1	6,0	6,3	6,3	6,3	6,1	5,7	5,4	-6,4
Suède	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	0,9	1,0	1,1	1,0	1,0	1,0	1,3
UE 15	3,6	3,7	3,5	3,5	3,4	3,4	3,4	3,3	3,2	2,9	2,8	-5,5
Chypre *						7,0	7,0	7,0	7,0	6,8	7,0	3,5
Estonie						0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Hongrie						0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	3,5
Lettonie						0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	-7,3
Lituanie						0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Malte						2,5	2,5	2,5	2,5	2,2	1,9	-11,8
Pologne						0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	5,5
République tchèque						0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	-13,0
Slovaquie						0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	-0,2
Slovénie						1,0	1,0	0,8	0,8	0,7	0,7	-1,2
NEM 10						0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,8
UE 25						2,9	2,9	2,8	2,8	2,5	2,4	-5,4
Bulgarie									4,6	4,6	4,5	-2,4
Roumanie									2,6	2,3	2,0	-11,9
NEM 12									1,0	1,0	0,9	-6,8
UE 27									2,8	2,5	2,4	-5,5

* Données estimées d'après les informations du Republic of Cyprus, statistical service

Source : FranceAgriMer, d'après Commission européenne

Tableau 20

**CONSOMMATION INDIVIDUELLE DANS L'UNION EUROPEENE
VIANDE DE PORC**

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	kg.ec/habitant %09/08
Allemagne	57,0	54,2	54,0	54,0	55,1	55,1	55,9	58,6	60,7	59,7	59,1	-1,1
Autriche	58,5	61,5	57,1	56,4	57,7	59,3	58,1	58,1	59,6	55,7	54,7	-1,8
Belgique-Luxembourg	44,6	45,6	45,9	49,7	49,8	46,7	46,2	45,9	47,2	45,4	44,7	-1,4
Danemark	65,7	64,4	63,0	58,1	74,3	75,5	76,5	76,4	76,9	54,1	52,8	-2,5
Espagne	65,4	64,8	64,7	66,6	66,6	65,3	63,1	64,9	66,8	62,6	60,0	-4,1
Finlande	34,4	32,9	32,0	31,9	32,8	33,0	33,4	33,3	34,0	34,5	34,1	-1,1
France	36,9	36,2	36,5	36,4	36,2	35,1	34,5	34,7	35,3	34,9	34,3	-1,6
Grèce	31,2	31,6	31,2	27,4	28,4	27,9	28,8	29,6	29,5	29,6	29,2	-1,6
Irlande	41,5	39,7	39,9	38,5	39,3	37,6	34,3	34,8	34,9	34,4	33,3	-3,3
Italie	36,6	37,0	38,4	38,7	39,4	38,2	38,4	40,6	41,2	41,0	40,2	-2,0
Pays-Bas	41,5	43,6	42,5	42,2	42,4	41,6	39,4	38,5	39,1	37,2	36,7	-1,3
Portugal	43,7	44,3	43,6	44,0	42,9	42,5	43,8	46,7	48,1	47,5	47,1	-0,8
Royaume-Uni	23,6	24,1	25,5	25,6	25,3	24,8	22,7	25,0	25,5	25,1	25,1	-0,2
Suède	36,8	35,5	34,7	36,2	36,1	34,7	33,4	33,9	34,4	34,1	33,8	-0,9
UE 15	43,5	43,0	43,2	43,4	44,0	43,2	42,7	44,2	45,3	43,9	43,1	-1,8
Chypre						74,2	74,6	74,5	73,1	72,2	73,4	1,7
Estonie						30,6	34,2	30,2	31,0	35,2	33,8	-4,0
Hongrie						42,8	49,9	50,9	49,3	44,9	45,4	1,2
Lettonie						28,4	29,0	30,6	32,7	30,0	29,0	-3,3
Lituanie						37,2	41,3	42,3	43,4	42,0	41,0	-2,4
Malte						33,5	32,8	33,3	33,8	34,2	34,0	-0,7
Pologne						48,4	49,7	51,4	53,3	53,5	52,3	-2,3
République tchèque						47,6	47,5	44,7	45,1	44,2	41,7	-5,7
Slovaquie						37,0	37,5	33,0	30,2	35,0	35,0	0,0
Slovénie						27,8	28,1	28,8	24,6	25,0	25,0	0,0
NEM 10						44,8	46,8	47,1	47,7	47,4	46,4	-2,1
UE 25						43,5	43,3	44,7	45,7	44,5	43,6	-1,9
Bulgarie									13,9	19,9	18,5	-6,8
Roumanie									10,5	13,2	11,9	-10,1
NEM 12									37,5	38,3	37,2	-2,8
UE 27									43,7	42,7	41,9	-2,0

Source : FranceAgriMer, d'après Commission européenne

**CONSOMMATION INDIVIDUELLE DANS L'UNION EUROPEENE
VIANDE DE VOLAILLES**

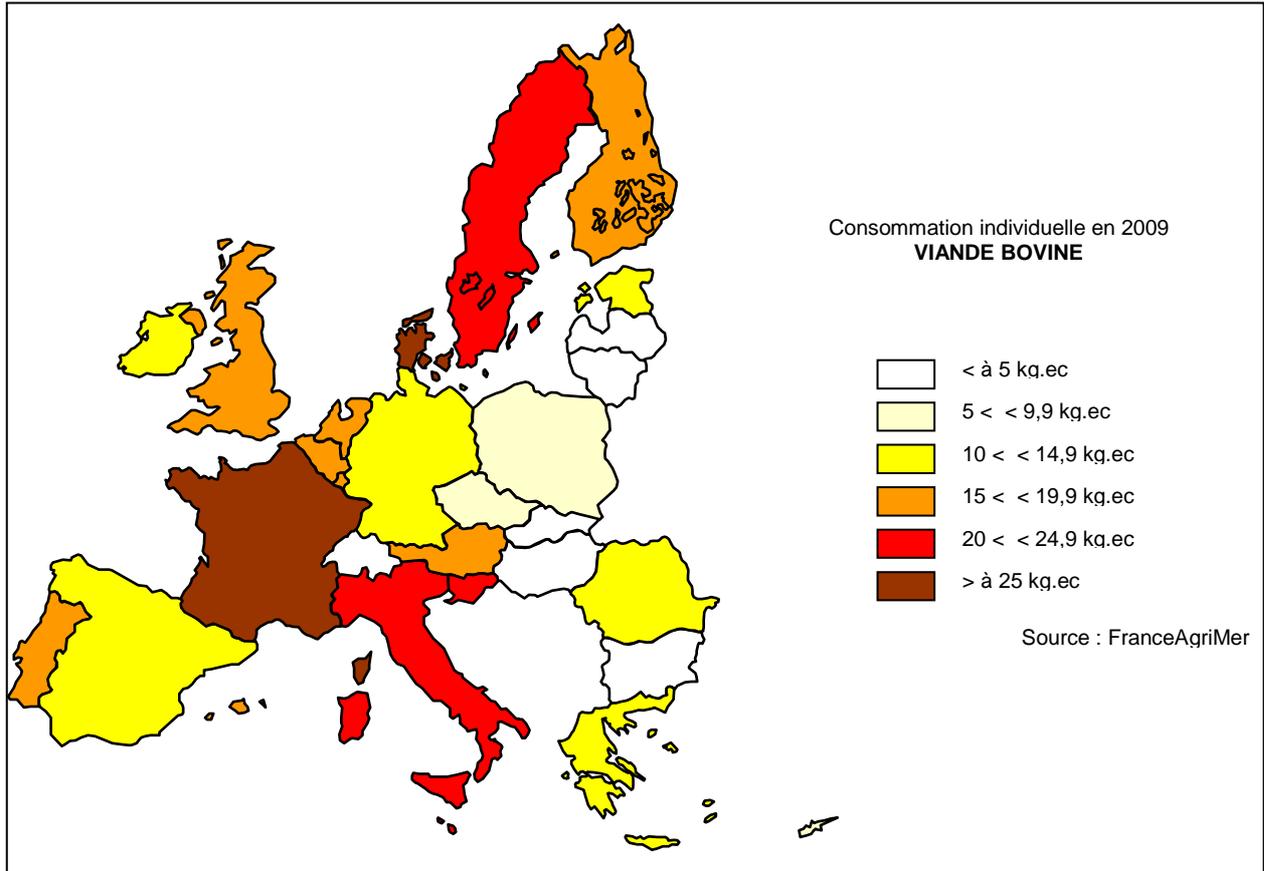
kg.ec/habitant

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	%09/08
Allemagne	15,2	16,0	18,2	15,4	16,0	16,2	16,9	16,3	16,9	17,3	17,5	1,4
Autriche	17,4	17,4	18,5	17,7	17,8	19,6	20,8	19,3	20,0	19,2	19,5	1,7
Belgique-Luxembourg	22,6	15,7	20,9	21,9	20,2	19,0	21,9	17,8	20,0	18,7	16,9	-9,2
Danemark	18,1	19,1	20,8	20,1	17,5	19,3	20,6	19,9	21,5	18,9	18,0	-5,0
Espagne	31,7	29,1	33,5	33,7	33,3	32,2	32,3	31,0	30,8	30,1	30,0	-0,4
Finlande	12,4	13,3	14,5	15,3	15,9	16,1	16,3	15,8	18,3	19,3	19,1	-0,9
France	24,3	24,8	25,8	24,2	23,4	23,4	23,7	23,0	24,3	24,6	24,2	-1,8
Grèce	18,0	19,0	18,9	19,6	23,2	20,0	20,8	19,6	13,6	14,2	14,4	1,0
Irlande	33,2	33,6	30,5	27,1	28,1	26,7	32,8	31,6	29,0	22,7	20,1	-11,7
Italie	18,5	19,2	18,6	18,4	17,9	18,3	17,0	14,7	16,5	16,9	16,9	0,0
Pays-Bas *	20,2	21,6	22,2	22,0	22,0	22,0	22,0	22,0	22,5	22,5	23,0	2,2
Portugal	30,1	30,3	31,2	31,6	27,6	29,4	30,2	29,7	32,4	32,8	33,6	2,6
Royaume-Uni	29,1	29,3	29,3	31,6	31,8	32,5	33,3	33,2	31,1	30,1	29,8	-1,0
Suède	11,3	12,5	13,6	15,3	14,7	13,3	13,8	14,3	14,8	16,5	15,9	-3,6
UE 15	22,1	22,2	23,5	23,0	22,9	22,9	23,3	22,4	22,7	22,6	22,5	-0,6
Chypre						45,3	49,9	40,5	46,3	47,5	47,0	-1,0
Estonie						17,6	23,1	20,0	19,8	18,9	19,9	5,1
Hongrie						26,7	29,2	30,7	28,8	28,6	28,8	0,7
Lettonie						19,5	20,0	21,9	21,2	19,0	18,1	-4,7
Lituanie						13,6	13,6	13,7	13,1	18,7	16,1	-13,8
Malte						31,2	33,6	35,3	37,0	36,0	37,2	3,4
Pologne						20,8	27,9	29,0	28,6	26,5	25,7	-3,0
République tchèque						24,5	26,4	25,1	23,7	23,6	23,4	-0,6
Slovaquie						22,4	23,1	22,1	19,5	21,0	21,2	0,8
Slovénie						28,5	29,3	29,0	27,9	27,1	30,8	13,4
NEM 10						22,3	26,8	27,3	26,4	25,5	25,1	-1,6
UE 25						22,8	23,9	23,2	23,3	23,1	22,9	-0,7
Bulgarie									19,7	22,2	21,6	-2,7
Roumanie									20,2	19,3	18,6	-3,6
NEM 12									24,6	24,0	23,5	-2,0
UE 27									23,1	22,9	22,7	-0,9

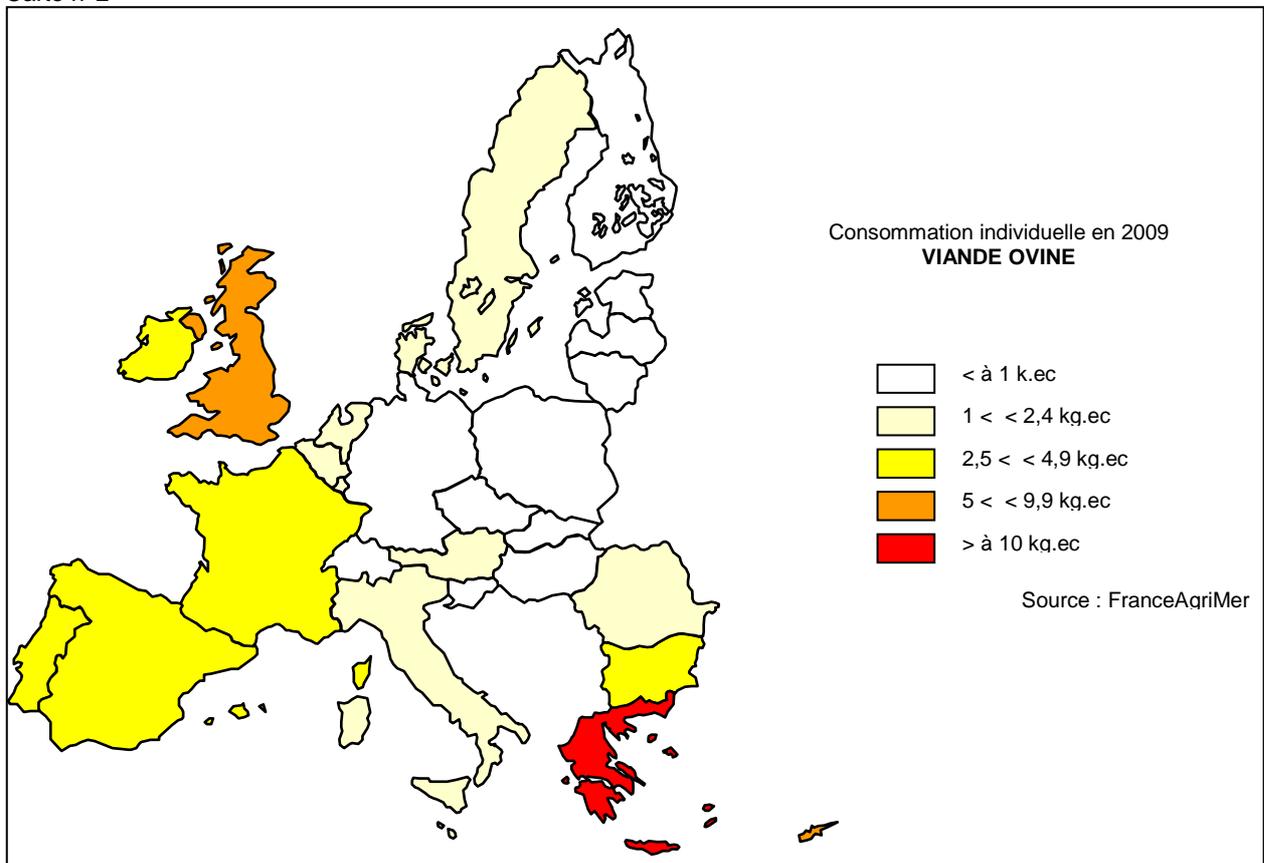
* : la consommation individuelle est estimée à partir de 2006 en raison de difficultés statistiques liées à l'importance des volumes échangés par ce pays au regard de la production nationale.

Source : FranceAgriMer, d'après Commission européenne

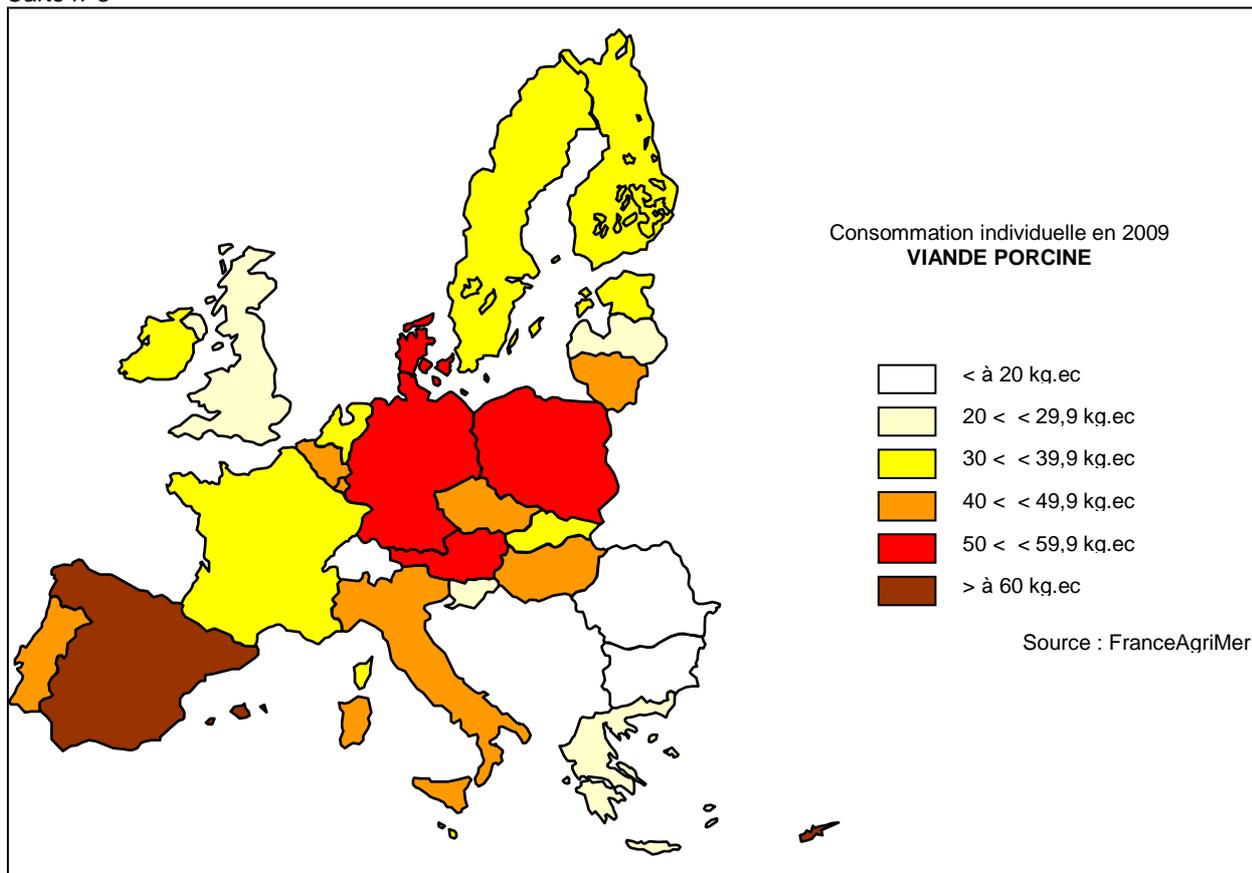
Carte n°1



Carte n°2



Carte n°3



Carte n°4

