

FranceAgriMer

> Les synthèses de FranceAgriMer

septembre 2010 • numéro **1**

ÉLEVAGE / VIANDES



LA CONSOMMATION FRANÇAISE DE VIANDES Évolutions depuis 40 ans et dernières tendances



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil-sous-Bois cedex
Tél. : +33 1 73 30 30 00 / Fax : +33 1 73 30 30 30

www.franceagrimer.fr



La consommation française de viandes connaît depuis quelques années des évolutions marquées. Les plus brutales sont liées à des phénomènes conjoncturels, comme les crises sanitaires et économiques, mais les nouvelles habitudes alimentaires et les changements de mode de vie impactent également la consommation de façon plus structurelle.

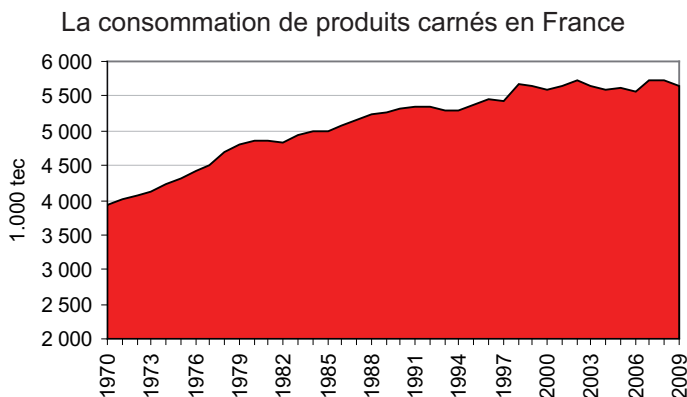
Il est donc important, pour les filières de l'élevage, d'analyser les évolutions de la consommation carnée des Français aux différentes échelles de temps pour comprendre la structure et la dynamique de la demande et pour éclairer leurs décisions sur la formulation de l'offre à moyen terme.

C'est pour renforcer l'expertise de l'ensemble des opérateurs des filières animales sur ces questions que FranceAgriMer, comme les offices qui l'ont précédé, recueille, traite et diffuse des informations économiques sur la consommation des viandes.

LES ÉVOLUTIONS DE LA CONSOMMATION FRANÇAISE DE VIANDE DEPUIS 40 ANS

> Les quantités consommées

Au cours des quarante dernières années, la consommation française de produits carnés ⁽¹⁾ a connu deux phases bien distinctes.



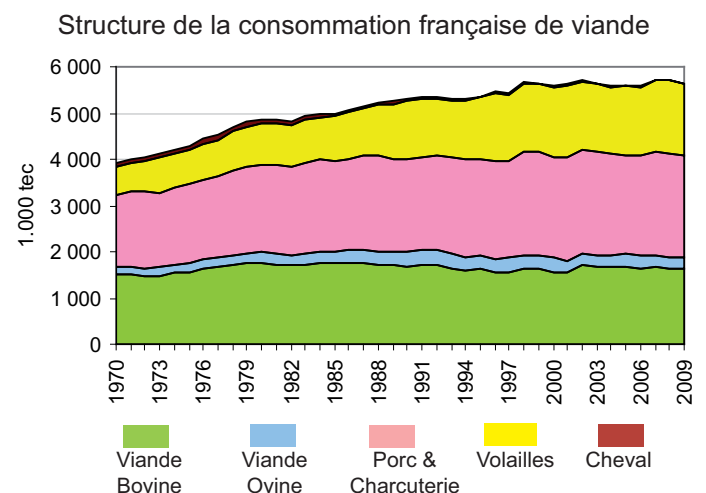
Source : FranceAgriMer

De 1970 jusqu'à la fin des années 90, elle a enregistré une hausse régulière passant de 3,93 millions de tec ⁽²⁾ en 1970 à 5,66 millions de tec en 1998, ce qui correspond à une progression annuelle de 1,6 %. Cette augmentation, supérieure à la croissance démographique durant cette période (+ 0,7 % / an), révèle un accroissement de la consommation individuelle de viande en 1970, un Français en consommait 77,6 kg.ec ⁽²⁾, et 94,5 kg.ec en 1998 (+ 17 kg.ec).

Depuis, la consommation totale française s'est stabilisée au niveau de 1998 ; ainsi, compte-tenu de la croissance démographique, la consommation individuelle a perdu 6,7 kg.ec sur 12 ans pour atteindre 87,8 kg.ec en 2009.

> La nature des viandes consommées

Depuis 1970, la structure de la consommation française de viande s'est largement modifiée. Ces changements ont bénéficié aux viandes blanches, et tout particulièrement aux volailles.



Source : FranceAgriMer

En effet, alors que la part de viande bovine (bœuf et veau) dans la consommation française était de 39 % en 1970, elle n'est plus que de 29 % en 2009, soit 25,4 kg.ec, ce qui correspond à une diminution de 4,7 kg.ec. La part de viande ovine (4 %) est identique en 2009 par rapport à ce qu'elle était en 1970 ; mais après avoir augmenté autour des années 90 (à environ 6 %), elle a ensuite diminué inexorablement. En 2009, un Français a consommé 3,6 kg.ec de viande ovine.

De même, la viande de cheval ne cesse de diminuer au cours du temps : elle ne représentait plus que 0,3 kg.ec en 2009, soit moins de 1 % de la consommation totale de viande.

(1) bovin y compris veau, ovin, cheval, porc et volaille / (2) tec : tonnes équivalent carcasse ; kg.ec : kilo équivalent carcasse

À l'inverse, les viandes blanches se sont développées. La viande de porc et la charcuterie, qui représentent 39 % de la consommation carnée, ont gagné 3,6 kg.ec entre 1970 et 2009 pour atteindre 34,3 kg.ec et ce, en dépit des critiques répétées sur les caractéristiques nutritionnelles des charcuteries durant cette période. La consommation de viande de volailles a, quant à elle, explosé depuis 40 ans passant de 16 % à 28 % de la consommation totale de viande. Un Français a mangé en 2009 24,2 kg.ec de volailles contre seulement près de la moitié en 1970 (12,2 kg.ec).

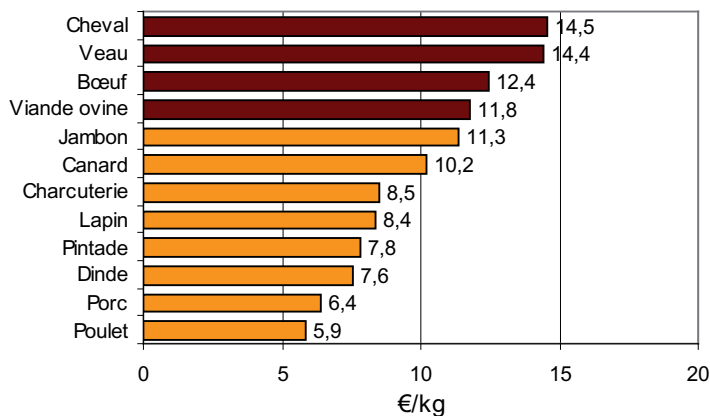
Ces évolutions sont évidemment à mettre en relation avec, d'une part, la modification de l'offre disponible et d'autre part, les prix relatifs des viandes les unes par rapport aux autres.

Durant ces années, la production nationale de viandes rouges a diminué, particulièrement pour le cheval et l'agneau. Cette baisse n'a pas toujours été compensée par des importations, conduisant ainsi, par un recul des disponibilités, à un repli de leur consommation.

Parallèlement, les élevages de porcs et de volailles (en particulier de poulet et de dinde) se sont développés et ont adapté leur production aux demandes françaises et étrangères.

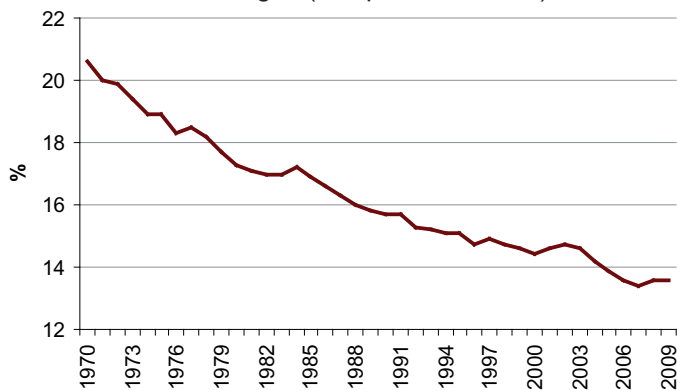
Les niveaux de prix d'achat des différentes viandes ont également joué en faveur des viandes blanches, les moins onéreuses dans un contexte économique où les Français ont dépensé de moins en moins pour leur alimentation. En 1970, la part du budget d'un ménage consacrée aux achats alimentaires (hors boisson alcoolisée) était proche de 21 % ; elle n'est plus que de 13,6 % en 2009, en légère hausse depuis 2007 en raison de la hausse du prix des matières premières et de la crise économique.

Le prix d'achat moyen des viandes fraîches par les ménages en 2009 (hors produits élaborés, abats et gros achats)



Source : Kantar Worldpanel

Part consacrée à l'alimentation dans le budget des ménages (comptes nationaux)



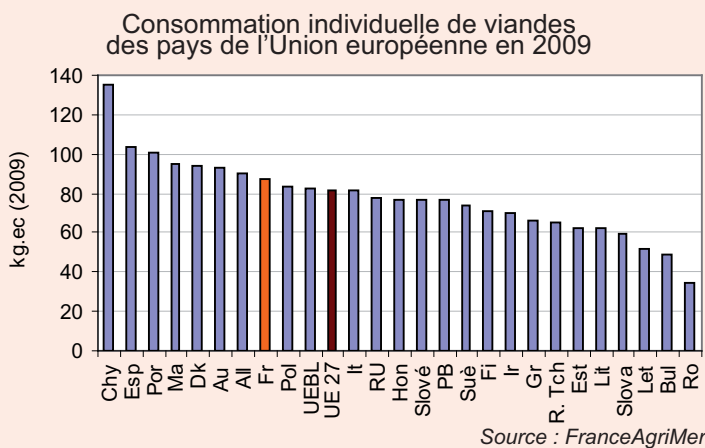
Source : insee

Au-delà des espèces, depuis 40 ans, la forme des viandes consommées a évolué vers des produits de plus en plus élaborés. L'acheteur final, au sein d'un ménage comme dans un établissement de restauration, recherche de plus en plus des produits pratiques, tant pour leur utilisation que pour leur conservation. Il cherche également à compenser la perte du savoir-faire culinaire et à gagner du temps dans la préparation des repas. Ainsi, au cours des dernières années, des innovations, plus nombreuses dans les filières des viandes blanches, ont favorisé la consommation des produits carnés standardisables.



LA CONSOMMATION INDIVIDUELLE DE VIANDE DES EUROPÉENS

La consommation de viande varie assez nettement entre les pays de l'Union européenne. En 2009, alors que la moyenne des 27 pays est de 81,9 kg.ec, la consommation individuelle de viande varie de 34,4 kg.ec pour les Roumains à 135,4 kg.ec pour les Chypriotes, soit d'un facteur de 1 à 4. Les Français se situent au 8^e rang des plus gros consommateurs.



Toutefois, la France se distingue par sa consommation de viande bovine : 25,4 kg.ec contre une moyenne communautaire de 15,0 kg.ec, ce qui la place au premier rang, nettement devant la Suède et l'Italie (respectivement 23,3 kg.ec et 23,1 kg.ec).

La consommation de viande ovine est très concentrée sur les pays méditerranéens et les îles britanniques : la Grèce arrive en tête avec 10,2 kg.ec suivie de Chypre et du Royaume-Uni. La France est à la 6^e place des pays consommateurs. À l'inverse, 8 pays ne consomment pas (ou quasiment pas) d'ovins.

La consommation moyenne individuelle de viande porcine est de 41,9 kg.ec dans l'UE, mais cette moyenne masque de grandes disparités entre les pays : 6 pays, dont Chypre, l'Espagne et l'Allemagne, ont une consommation supérieure à 50 kg.ec par an ; le niveau des 6 nations les moins consommatrices ne dépasse pas 30 kg.ec. La France se situe au 16^e rang.

Enfin, la volaille est également appréciée de façon très variable selon les pays : de 14,4 kg.ec en Grèce à 47,0 kg.ec à Chypre pour une moyenne communautaire de 22,7 kg.ec en 2009. Le consommateur français est à la 9^e place européenne.

Remarque : à Chypre et dans une moindre mesure à Malte, la consommation élevée de viande est sans doute surestimée en raison de la consommation des touristes, comptabilisée comme autochtone.

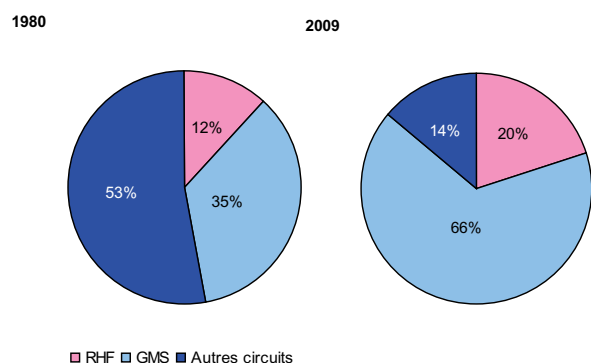
> Les lieux de consommation et d'achats

Depuis 1970, les consommateurs ont changé leurs habitudes alimentaires simultanément aux modifications de leurs modes de vie.

Dans un premier temps, jusqu'au début des années 2000, la proportion des repas pris **en dehors du domicile** s'est accrue régulièrement ; ainsi la part relative de viande consommée hors foyer est passée d'environ 12 % en 1980 (première évaluation disponible) à près de 25 % au milieu des années 2000. À cette période, l'expansion du nombre de repas pris sur le lieu de travail et la meilleure structuration des chaînes de restauration, notamment les fast-food et les chaînes de restaurants commerciaux, ont conduit au développement de la restauration hors foyer (RHF). Ensuite, avec la mise en place des 35 heures et la réduction du temps de travail, conjuguée à une diminution du pouvoir d'achat, le nombre de repas pris en dehors du foyer s'est réduit. Selon les enquêtes CCAF du Crédoc, 22 % des déjeuners et 5 % des dîners étaient effectués hors du domicile en 2007 contre 24 % et 8 % en 2003. Cette tendance s'est encore accentuée depuis. La part de la viande consommée en dehors du foyer est évaluée autour de 20 % en 2009.

Par ailleurs, les ménages ont, depuis 40 ans, largement modifié leurs **lieux d'achats** des produits alimentaires, privilégiant, avec le développement du parc, les grandes et moyennes surfaces (GMS). Ils ont également au fil du temps pris confiance dans l'offre carnée de ces magasins. En 1980, la viande était préférentiellement achetée en circuits spécialisés (boucherie, volailler, marché, vente directe...), à hauteur de 60 % et seulement à 40 % dans les GMS. En 2009, l'attrait des ces magasins est tel que 82 % des achats de produits carnés y sont effectués et seulement 18 % dans les autres circuits.

Évolution des circuits d'achats des produits carnés



Source : FranceAgriMer

LES RÉCENTES ÉVOLUTIONS VONT-ELLES DURER ?

> Les effets de la crise économique

Lors des toutes dernières années, et tout particulièrement en 2008, la consommation alimentaire a été marquée par la crise économique. Les ménages, en raison d'un pouvoir d'achat en baisse, ont été contraints d'arbitrer leurs dépenses. Celles obligatoires (loyer, assurance, impôts...) et les dépenses liées aux loisirs et aux nouvelles technologies ont souvent été privilégiées au détriment du poste alimentaire.

La viande, qui constitue la part la plus importante du budget des familles consacrée à l'alimentation (3,5 % en 2009 selon la comptabilité nationale de l'Insee), a logiquement fait l'objet d'arbitrages par les foyers. La hausse des prix à la consommation sur les produits carnés entre 2007 et 2008, la plus importante depuis le passage à l'euro, a été fortement ressentie par les consommateurs. Pour la volaille, cette hausse a commencé dès le second semestre 2007, lorsque les industriels ont été en capacité de répercuter la hausse des cours des matières premières constituant l'aliment du bétail.

Indice des prix à la consommation
Moyenne annuelle (base 100 en 1998)

	2005	2006	2007	2008	2009
Indice général	112,4	114,3	115,9	119,2	119,3
Ttes viandes	117,7	120,2	122,8	128,2	130
Bœuf	121,2	126,3	129,7	134,6	136,7
Veau	121,6	128	132,1	139,6	140,5
Mouton, chev.	129,5	133,2	137,1	143,1	144,6
Porc, charcut.	114,4	115,4	116,7	119,7	121,4
Volailles	118,3	119,5	125	138,6	140

Source : Insee

Face à ce contexte de hausse des prix des produits carnés et d'une baisse de leur pouvoir d'achat, les ménages ont modifié leurs comportements d'achat : ils ont joué sur plusieurs leviers :

- la **diminution des volumes achetés** – voire dans certains cas l'arrêt
- le **changement qualitatif** des produits achetés

Les consommateurs ont privilégié des produits équivalents moins onéreux, par exemple en changeant de gamme (d'une marque nationale vers une marque distributeur ou vers une marque économique). Ces modifications ont été régulièrement accompagnées par un changement d'enseigne de magasin, en particulier vers des hard-discounters ou vers leurs équivalents en GMS qui ont su réagir en proposant des gammes de produits identiques à ceux des hard-discounters. Les ménages ont également transféré leurs achats vers des produits substituables dans l'occasion de consommation mais moins chers à la portion (par exemple un œuf ou une tranche de jambon à la place d'un bifteck).

- le **fait-maison**

Les consommateurs, à la fois soucieux de dépenser moins d'argent et pris par l'engouement général du fait-maison, ont globalement moins acheté de produits élaborés chers et les ont cuisinés eux-mêmes à partir des ingrédients de base. Le développement des achats d'œufs, de farine, de lait longue conservation et des lardons durant cette période est l'illustration. Cette évolution récente s'inscrit à contre-courant des tendances plus longues des 40 dernières années, orientées vers des produits toujours plus élaborés. Il est probable qu'on assiste à une bipolarisation de la consommation : des produits pratiques et élaborés en semaine demandant peu de temps de préparation et des produits de base et des plats faits maison le week-end pour le plaisir de cuisiner et de partager.

Ces leviers ne sont pas spécifiques aux viandes. Ils sont beaucoup plus généraux aux comportements d'achat des produits de grande consommation, ce qui semble présager d'une modification plus structurelle que conjoncturelle.



En ce qui concerne plus précisément les viandes, les ménages ont effectivement utilisé ces trois leviers pour contrôler leurs dépenses.

Le panel Kantar Worldpanel enregistre une diminution globale des quantités achetées de produits carnés par les ménages de - 2,5 % entre 2007 et 2008 ; et la légère amélioration de 2009 (+ 0,6 %) ne permet pas de retrouver les volumes équivalents à ceux de 2007. Selon la nature des produits et le type de viande, les quantités achetées sont en recul comme pour le bœuf, qui est perçu comme une viande chère, ou en progression pour les produits ayant un prix à la portion faible, comme le jambon.

Les quantités achetées ont diminué sous l'effet conjugué d'une baisse du nombre d'actes d'achat moyen par ménage, des quantités achetées par acte et du nombre de ménages acheteurs (pénétration). Ces comportements d'achat visant à limiter la consommation de viande sont bien évidemment variables d'une espèce à l'autre : par exemple, les ménages ont acheté

moins souvent du veau en 2009 mais sont toujours aussi nombreux ; pour le bœuf, les quantités achetées unitairement sont plutôt stables mais le nombre de ménages acheteurs a diminué.

Les produits carnés les moins onéreux sont, en revanche, achetés plus souvent (jambon, poulet) et par plus de ménages.

Enfin, les achats de produits ingrédients, tels que les lardons ou la chair à saucisse, sont en hausse régulière depuis 2007.

> Les préoccupations nutritionnelles et écologiques

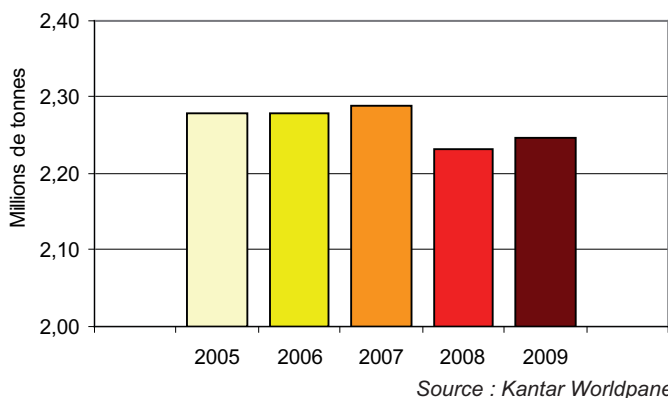
Parallèlement aux effets de la crise économique, depuis plusieurs années, le consommateur français est sensibilisé à la qualité nutritionnelle de son alimentation. Des discours privilégiant les viandes blanches, moins grasses, des portions carnées quotidiennes moins grosses, voire des journées sans viande, contribuent à la réduction de la consommation de viande.

Ces effets ont été renforcés par l'encouragement des nutritionnistes et des différents plans nationaux visant à l'amélioration de la santé publique par une alimentation équilibrée (le PNNS – programme national nutrition santé – lancé en 2001 et les recommandations de 2007 du GEMRCN – groupe d'étude des marchés de restauration collective et de nutrition). L'incitation à consommer plus de produits aquatiques et la simplification des repas, qui sont souvent constitués seulement d'une entrée et d'un plat ou d'un plat et d'un dessert, sont des phénomènes amplifiant la baisse de consommation des produits carnés.

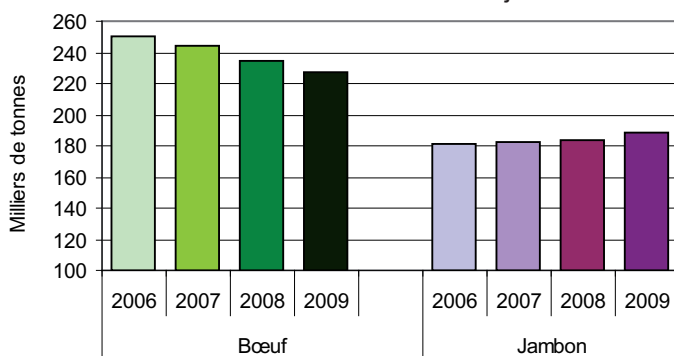
En outre, depuis peu, les discours décrivant l'élevage comme une activité non durable, polluante, consommant des céréales alors que certaines populations ne peuvent s'en nourrir... finissent par marquer les esprits.

Ces aspects économiques, nutritionnels et environnementaux, bien que de nature différente, concourent tous vers une diminution de la consommation individuelle de produits carnés. Il est peu vraisemblable qu'une amélioration de la situation économique renverse les modifications de comportements observées depuis 3-4 ans. La consommation française individuelle pourrait encore se tasser à l'avenir ; mais si le pouvoir d'achat augmentait, des arbitrages en faveur des viandes rouges, en particulier le bœuf, très apprécié, pourraient se produire à nouveau. La croissance de la consommation au niveau national ne devrait donc se faire que grâce à la croissance démographique.

Évolution des achats de produits carnés



Évolution des achats de bœuf et de jambon



LA RÉPERCUSSION DE LA HAUSSE RÉCENTE DES MATIÈRES PREMIÈRES SUR LE PRIX DE LA VIANDE ET SA CONSOMMATION

Depuis l'été 2010, les cours mondiaux des céréales ont connu une véritable flambée (plus de 60 % entre le 1^{er} juillet et le 1^{er} septembre 2010). Cela tient principalement à la sévère sécheresse qui a touché les pays exportateurs de la mer noire, la Russie en premier lieu.

Ce type de forte hausse, déjà rencontré en 2007, entraîne une hausse des coûts d'alimentation du bétail, essentiellement fabriqués avec des céréales. Il en résulte une hausse globale de coûts de production de la filière élevage.

En 2007, la hausse des coûts avait été plus ou moins rapidement et totalement répercutée au prix de détail de la viande selon les filières.

Les espèces les plus sensibles à la hausse des prix des céréales sont les porcs et les volailles, mais également une partie des élevages bovins qui engraisent leurs animaux.

	Part des coûts des aliments dans les coûts de production	Part des céréales dans les aliments (en volume)	Accroissement induit des coûts de production par une hausse de 50 % du prix des céréales
Volaille	50 à 60%	63%	6 à 10%
Porc	60%	55%	5 à 8%
Bovin	15 à 50%	25 à 30%	2 à 6%

L'aliment représente entre 50 % et 60 % du coût de production pour les monogastriques et de 15 % à 50 % pour les bovins.

Dans l'aliment, la part en volume des céréales avoisine les 60 % pour les volailles et porcs ; elle est d'un peu plus d'un quart pour les bovins.

La hausse du prix des céréales a donc un impact direct sur les coûts de production de la viande. Cependant, cet impact n'est ni homogène ni complètement mécanique : d'une part, certains éleveurs fabriquent leur propre aliment à partir des céréales de leur exploitation et n'achètent pas ou peu d'aliments industriels. D'autre part, les fabricants d'aliments peuvent travailler en partie à partir de produits achetés avant la hausse. Ils peuvent aussi, pour une part, modifier la formulation de l'aliment pour réduire son coût. Enfin, l'impact sera variable selon la durée d'élevage : de 18 mois pour un bovin et de 6 mois pour un porc.

Aujourd'hui, les éleveurs et les abatteurs s'interrogent sur la capacité de la filière à répercuter cette hausse du coût de production jusqu'aux consommateurs puisque dans la fixation du prix à court terme, l'équilibre offre-demande du marché joue un rôle déterminant.

Par ailleurs, cette évolution intervient dans un contexte 2010 peu favorable à la consommation de produits carnés. Une hausse des prix à la consommation de quelques centimes par kilo de viande pourrait faire baisser les ventes. Les consommateurs, pourraient réagir en réduisant les quantités achetées et en se tournant davantage encore vers les produits meilleur marché.



PRÉCISIONS MÉTHODOLOGIQUES

La consommation est une variable qui ne peut pas être mesurée en tant que telle ; elle ne peut être appréhendée que par déduction ou extrapolation. Dans ce document, les notions suivantes sont utilisées :

- La consommation **calculée par bilan** : il s'agit d'une approche globale au niveau du territoire qui évalue la consommation à partir des disponibilités auxquelles sont déduites les exportations (consommation = abattages + importations – exportations). Les éventuelles variations de stocks sont également comptabilisées.

Traditionnellement, la consommation par bilan est mesurée en **tonnes équivalent carcasse** (tec), ce qui permet de tenir compte de façon commune et cohérente des différentes formes sous lesquelles se présentent les viandes (carcasse, muscles, produits transformés). Ces volumes incluent donc les os.

- Les **achats des ménages** : il s'agit d'une extrapolation des quantités achetées par un échantillon de ménages ordinaires représentatif de la population métropolitaine mesurées par la société Kantar Worldpanel. Ces achats sont considérés, par souci de simplification, égaux à la consommation à domicile et sont évalués en **tonnes de produits finis**, c'est-à-dire avec ou sans os, avec ou sans panure, bardage... selon le degré de transformation des produits achetés.

Les achats de la Corse et des DOM ne sont pas comptabilisés et certains foyers (les communautés par exemple) ne sont pas intégrés ou mal représentés.

- Les **achats de la restauration hors foyer** : il s'agit d'une extrapolation des quantités achetées en 2008 à partir d'une enquête réalisée auprès d'établissements de restauration (collective et commerciale) répartis sur le territoire métropolitain. Cette étude a été conduite par le Crédoc. Les quantités achetées sont évaluées en tonnes de produits finis.

Les synthèses de FranceAgriMer / La consommation française de viandes / édition 2010 /
FranceAgriMer / 12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil-sous-Bois cedex / tél. : +33 1 73 30 30 00
www.franceagrimer.fr

Directeur de la publication : Fabien Bova / Rédaction : unité Produits animaux, pêche et aquaculture
Conception et réalisation : FranceAgriMer, direction de la Communication et de l'information, studio PAO
Impression : atelier d'impression de l'Arborial / Fin de rédaction : 15 septembre 2010
Sources principales : FranceAgriMer – établissement national des produits de l'agriculture et de la mer
Crédits photos : droits réservés

© tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de FranceAgriMer.