



Fiche 50

## Suivi de la consommation de porc des ménages

### Contexte et objectifs

L'IFIP réalise, pour le compte de l'interprofession porcine INAPORC, un suivi de la consommation de viande de porc et de charcuterie en France.

Exploitant les données issues du panel Kantar Worldpanel (financées par FranceAgriMer), un **Tableau de Bord mensuel présente les principales évolutions.**

L'IFIP analyse l'évolution de la consommation de produits de porc dans différents pays étrangers (**Allemagne, Espagne...**).

Un **comparatif de la distribution et de la consommation de charcuteries dans des pays d'Europe** a été effectué.

En 2012, un panorama approfondi des caractéristiques des consommateurs des produits de porc (indicateurs sociologiques, géographiques, etc.) sera réalisé.

### Principaux résultats

La consommation de porc a été morose en 2011.

**Les achats de porc frais (hors élaborés) en volume ont perdu 2 %**, pénalisés par un niveau médiocre au 1<sup>er</sup> trimestre et durant l'été.

Les tonnages de charcuterie ont progressé de 0,5%, soutenus par les **produits en libre-service.**

**La coupe a encore perdu du terrain**, ne totalisant plus que 29 % des volumes (tous circuits confondus).

Dans un contexte économique fragile, les autres espèces ont également connu des

reculs : le bœuf a perdu plus de 3 %, le veau 5 %, la volaille 2 %.

Les viandes ont vu **leur prix de détail progresser** sensiblement.

La consommation de produits carnés chez nos voisins européens a également été compliquée en 2011.

Les achats de porc frais des ménages ont perdu respectivement **2 et 4 % en Allemagne et en Espagne**, alors qu'elle a progressé de 1 % au Royaume-Uni.

L'analyse comparative de la place des produits de charcuterie dans quelques pays montre que chacun dispose de ses typicités :

- les quantités achetées par ménage et par an varient du simple au double selon les pays, **de 9 kg en Italie à près de 19 kg en Pologne.**

- le « panier moyen » des produits consommés est très variable, les différents pays présentant des profils singuliers : **forte place du jambon cuit en France, des saucisses à pâte fine en Russie...**

La variété des produits induit de fortes disparités dans les prix de détail.

- **l'importance de la grande distribution** dans la mise à disposition des produits est variable : 92 % des charcuteries y sont achetées au Royaume-Uni, seulement 23% en Russie...

Une étude sur la filière allemande a mis en lumière les particularités de la consommation et de la distribution de porc (*Cf. fiche sur les caractéristiques de l'aval de la filière porcine allemande*).

### Financiers

INAPORC, données de panel financées par FranceAgriMer

### Contact responsable de l'action

Vincent LEGENDRE  
(vincent.legendre@ifip.asso.fr)

### En savoir +

#### Intervention

Décembre 2011. Consommation et consommateurs de porc, présentation à l'AG du groupement porc de la CAVAC, Bournezeau (85)

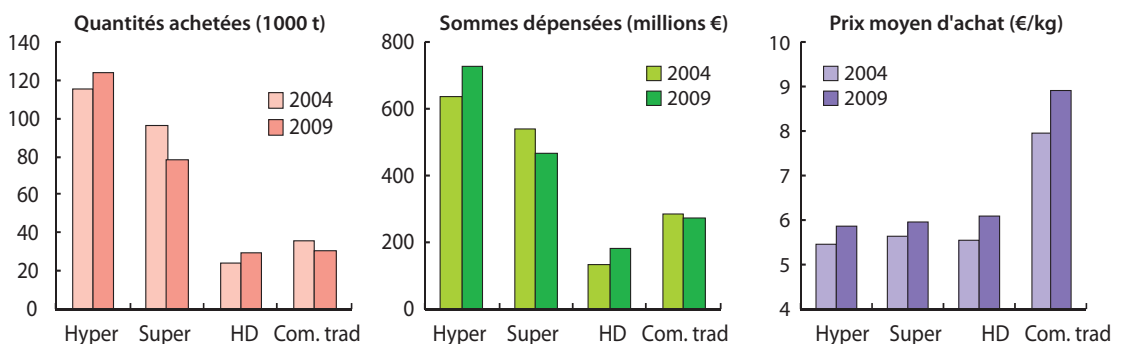
#### Publications

- Tableaux de bord consommation IFIP / INAPORC (publication régulière)  
Consommation et distribution de charcuterie dans différents pays d'Europe : quelques repères quantitatifs et qualitatifs. Note de synthèse IFIP (Août 2011)

- Analyse des caractéristiques des achats de produits de porc par les ménages selon les circuits de distribution. 2011. Journées Recherche Porcine 43, (pp 241-247).

- Analyse des caractéristiques des achats de produits de porc par les ménages selon les circuits de distribution, Techniporc 2011, Vol. 34, n°2 2011, pp. 27-32.

- Synthèse Baromètre Porc, décembre 2011 : L'Allemagne, une demande dynamique en produits de porc



Caractéristiques des achats de porc frais selon les circuits