

Produits de porc en Restauration Hors-Foyer Des opportunités de développement

Les produits de porc totalisent environ le quart des volumes de produits carnés achetés par la restauration. Apprécies pour leurs prix compétitifs et leur facilité d'utilisation, ils souffrent cependant d'une image nutritionnelle perfectible et se heurtent à des interdits religieux.

Le secteur de la Restauration Hors Foyer (RHF) connaît une progression importante depuis les années 60. Mal connu, il est difficile à cerner du fait de nombreux types d'opérateurs, de taille et de fonctionnement variés. En 2009, le Crédoc a mené une étude pour FranceAgriMer, par enquêtes auprès d'opérateurs de la RHF. Elle éclaire la situation quantitative et qualitative des produits carnés consommés dans ce secteur.

VARIÉTÉ DES CIRCUITS

La part des repas pris hors du domicile est passée de 5% en 1960 à plus de 15% en 2005. L'évolution du comportement des Français (diminution du temps consacré au repas, essor du « snacking »...) les conduit à fréquenter de plus en plus les circuits de restauration, en particulier en milieu urbain. En 2008, la RHF a représenté environ 9 milliards de prestations (dont près de 7 milliards de repas, hors petits déjeuners), pour un chiffre d'affaires supérieur à 70 milliards d'euros.

Le secteur recouvre les restaurations collective et commerciale et les circuits dits alternatifs. La première (43% des repas mais seulement le quart de l'activité en valeur) est principalement constituée de la restauration au travail, dans l'enseignement, en milieu hospitalier et social, gérée en direct par des collectivités ou déléguée à des sociétés de restauration. La restauration commerciale, qui englobe 46% des repas et deux-tiers du chiffre d'affaires, regroupe les prestations servies

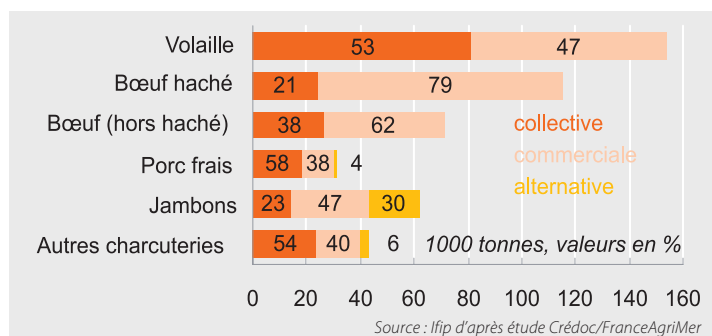
à table (hôtels, restaurants, brasseries...), la restauration rapide et les transports. Enfin, les circuits alternatifs comprennent la restauration en commerces de détail et stations-service, les opérateurs ambulants et la distribution automatique.

PRODUITS PORCINS : UN QUART DES ACHATS

D'après l'étude du Crédoc, les restaurateurs ont acheté 576 000 tonnes de produits carnés en 2008, dont 31 000 tonnes de porc frais et 109 000 de charcuterie. Cumulés, les produits de porc représentent le quart des approvisionnements carnés du secteur, contre plus du tiers pour le bœuf. Du fait de la difficulté d'enquêter dans ce secteur hétérogène et en partie atomisé, les chiffres sous-évaluent sans doute la réalité. Des estimations réalisées par ailleurs situent en effet la consommation annuelle de produits porcins en RHF au-delà de 200 000 tonnes. La distinction a été faite entre porc frais, jambons (ensemble jambon et épaule cuits, et jambon sec) et autres charcuteries. Près de la moitié des achats de porc de la RHF sont composés de jambons.

Le porc frais part majoritairement en restauration collective (58%), devant la restauration commerciale (38%). Les charcuteries (hors jambon) ont un profil similaire. Or, si on considère les produits carnés dans leur ensemble, c'est la restauration commerciale qui en achète le plus (52%), notamment du fait de la forte présence de la viande bovine. Les prix d'achat du porc frais et de la charcuterie sont supérieurs en restauration commerciale (respectivement 5,96 et 6,30 €/kg), plus valorisante que la collective (5,23 et 4,73 €/kg). Pour l'ensemble de la RHF, le prix des produits de porc, proche de 5,50 €/kg, est inférieur à la moyen-

Répartition des tonnages de viandes en RHF par circuit



ne des produits carnés (6,25 €/kg). Les jambons occupent une place particulière. Du fait de leur forte utilisation dans la fabrication de produits transformés (sandwiches, quiches, pizzas...), ils sont fortement présents dans les circuits alternatifs (30%).

DES ATOUTS ET CONTRAINTES

Dans la plupart des segments de restauration, les opérateurs expriment des attentes fortes sur le prix et la facilité d'utilisation des produits carnés (manipulation simple et rapide). Les produits de porc bénéficient d'un prix compétitif, notamment en restauration collective où le coût matière maximal d'un repas est souvent très faible (autour de 2 euros). En restauration commerciale servie à table, la variété d'accommodation envisageable et la typicité des produits de porc (rattachement au terroir de certaines charcuteries) donnent aux restaurateurs des opportunités de se différencier par rapport aux concurrents. La présence du jambon dans les produits de la restauration rapide est traditionnellement appréciée des français (comme l'emblématique sandwich jambon-beurre). En revanche, le porc est montré du doigt sur les aspects nutritionnels, notamment en restauration collective, qui plus est dans un contexte de réduction de la

RHF : achats de produits carnés

Année 2008	1000 t	% ¹	€/kg ²
Vdes de boucherie	287	50	6,71
Bœuf hors haché	72	13	9,56
Bœuf haché	116	20	4,45
Porc frais	31	6	5,52
Veau	21	4	9,89
Viande ovine	20	3	8,87
Produits élaborés	23	4	6,47
Volailles et lapins	154	27	6,14
Prod. charcuterie	109	19	5,57
dont jambons ³	62	11	6,42
dt autres charc. ⁴	43	7	4,67
Plats cuisinés	24	4	3,99
Total	576	100	6,25

(1) Des volumes ; (2) Prix moyens d'achat HT, hors circuits alternatifs ; (3) Ensemble des jambons/épaules cuits et jambons cru/sec ; (4) De porc.
Source : Ifip d'après étude Crédoc/France AgriMer

consommation de viande. Le porc pourrait subir la concurrence croissante de la volaille, accentuée par les interdits religieux qui peuvent induire chez les restaurateurs des arbitrages défavorables.

La RHF ne représente encore qu'un repas sur 6 en France, contre un sur 3 au Royaume-Uni. Sans prétendre atteindre ce niveau, le potentiel de développement semble néanmoins important, en particulier pour la restauration rapide et peu onéreuse... Il existe des opportunités pour le porc, à condition de s'adapter aux attentes des multiples opérateurs de la restauration.

Structure de la RHF

Année 2008	Nbre de prestations	Chiffre d'affaires
Total	9 Mds	72 Mds €
dt collective	43%	25%
dt commerciale	46%	65%
dt circ. altern.	10%	10%

Source : IFIP d'après Gira Conseil, Gira Foodservice