

## Allemagne Une demande dynamique en produits du porc

**En Allemagne, les produits de porc sont très variés et occupent une place considérable dans la consommation de produits carnés, tandis que la commercialisation est dominée par le hard discount.**

La consommation de porc en Allemagne, proche de 55 kg (équivalent carcasse) par habitant, est relativement stable depuis 2000. Bénéficiant d'une longue tradition culturelle, elle se situe parmi les niveaux les plus élevés en Europe, loin devant la France (34 kg en 2010), où la consommation tend à s'éroder.

### De larges gammes de produits

Les pièces nobles de la carcasse sont globalement valorisées à 40% sous forme fraîche, à 60% transformée. L'offre allemande affiche une grande diversité, en particulier dans l'univers de la charcuterie, où il existerait plus de 1 500 produits différents. La consommation de charcuterie des Allemands est dominée par de larges gammes de produits embossés (« Würste »), qui représentent près de 70% des tonnages achetés par les ménages. Cuits, crus ou séchés, ils sont fabriqués à partir d'une mêlée

de morceaux maigres, gras et d'abats. Leur prédominance offre une flexibilité d'utilisation et de substitution entre les pièces et favorise la valorisation optimale de la carcasse par les industriels. Pour des produits charcutiers d'apparence ou d'usage similaires, les coûts sont souvent plus faibles en Allemagne qu'en France en raison du process ou de la composition. Parmi les viandes de boucherie (hors volailles), le porc frais est au premier rang outre-Rhin. Il représente plus de 60% des achats des ménages (contre moins de 30% en France, hors produits élaborés). S'y ajoute la viande hachée (14%), au sein de laquelle les produits de porc et mixtes porc/bœuf sont conséquents en Allemagne.

### Rôle crucial du hard discount

Le hard discount domine le commerce de détail allemand. Il cumule environ 30% des achats de viande fraîche des ménages et près de la moitié de ceux de

charcuterie. En revanche, les hypermarchés occupent une place nettement moindre, alors que ce format domine la distribution en France. Les commerces traditionnels conservent aussi une part du marché plus élevée en Allemagne. La domination des hard discounters y entretient une concurrence féroce entre distributeurs. Les leaders Aldi et Lidl ont un fort effet d'orientation des prix des produits de l'alimentation courante, les autres enseignes tentant de s'aligner sur eux. Les prix de détail en Allemagne étaient inférieurs de près de 30% à ceux de la France en 2010, pour le porc frais comme pour la charcuterie. Au cours de la dernière décennie, le prix moyen de détail de l'ensemble des produits carnés n'a progressé que de 15% en Allemagne contre 29% en France, pour une inflation générale des biens et services proche entre les deux pays (17-18%). Les caractéristiques de la distribution sont une explication importante à ces écarts. Le hard discount a des coûts plus faibles en distribution et sa logique de gamme restreinte à grande échelle fait pression sur les coûts industriels et logistiques en amont.

### Une approche promotionnelle différente

Pour le porc, la politique de prix de détail agressifs du hard discount concerne particulièrement les charcuteries. Comme en France, la plupart des produits peu élaborés de porc frais ne sont pas particulièrement moins chers chez les hard discounters, en moyenne annuelle, que dans les hypermarchés et supermarchés. En effet, ces derniers s'attachent à proposer une offre à prix bas de la viande fraîche, qui fait partie des

### Répartition des achats des ménages selon les circuits - en % des quantités achetées

	Charcuterie		Viande fraîche	
	Allemagne	France	Allemagne	France
Hypermarchés	17,5	41,3	24,2	44,2
Supermarchés	18,3	27,9	27,3	28,9
Hard discount	47,5	17,7	29,0	10,6
Comm. trad. <sup>1</sup>	12,6	5,7	13,6	11,0
Autres	4,1	7,4	5,8	5,2

(1) Commerces traditionnels ; Sources : AMI d'après Europanel, Kantar Worldpanel

### Prix moyen de détail en 2010

	Allem. <sup>1</sup>	France	Ecart F/A %
Porc frais	5,0	6,4	+ 27
Charcuterie	7,4	9,4	+ 27

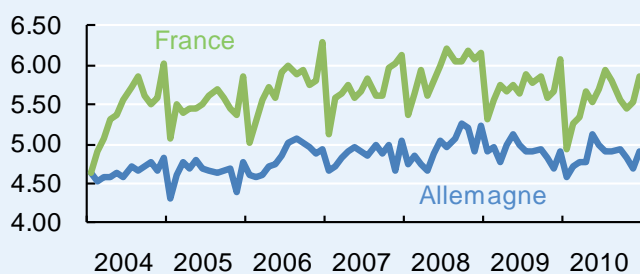
(1) Allemagne ; Source : Kantar Worldpanel, GfK

produits « fondamentaux » dans leur stratégie de fidélisation des consommateurs. Les promotions y jouent un rôle crucial dans le dynamisme de la consommation. L'évolution mensuelle des prix de détail des produits de porc frais montre toutefois des différences entre les deux pays, illustrant des pratiques différentes. Les promotions ont en Allemagne une dimension « saisonnière » moins marquée et sont mieux réparties dans l'année qu'en France, où le mois de janvier et dans une moindre mesure la période de la rentrée des classes sont traditionnellement très intenses. Les fluctuations mensuelles des prix de détail apparaissent beaucoup moins importantes en Allemagne. De plus, l'écart entre le prix moyen d'un même morceau de porc frais en promotion et en fond de rayon serait en moyenne de l'ordre de 20 à 30% en Allemagne, alors que l'écart excède parfois 100% en France.

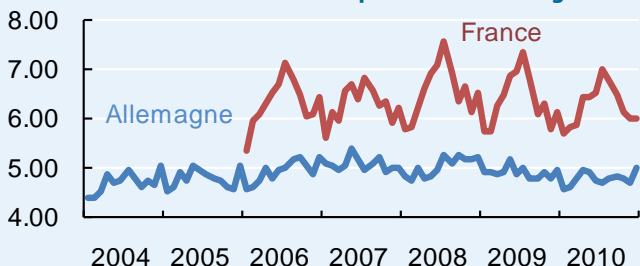
Au final, la filière porcine allemande bénéficie d'une demande intérieure dynamique, entretenue par des habitudes de consommation bien ancrées et par la forte concurrence entre distributeurs. Néanmoins, comme dans d'autres pays d'Europe de l'ouest, des incertitudes existent sur le maintien du niveau élevé de la consommation ces prochaines années.

*D'après « Allemagne, de la production au détail. Evolution des prix, caractéristiques des produits et fonctionnement de la filière » une étude de l'IFIP soutenue par FranceAgriMer - Les données du panel Kantar sont financées par FranceAgriMer*

### Côtes : variations mensuelles des prix de détail - €/kg



### Rôti : variations mensuelles des prix de détail - €/kg



Source : Kantar Worldpanel, GfK