

Achats de porc par les ménages La baisse continue en 2017 !

La situation du porc frais ne s'est pas améliorée en 2017 poursuivant la tendance de 2016 : recul important des quantités achetées par les ménages, plus modestes et familles nombreuses particulièrement impactés. Parallèlement, la baisse des achats de charcuterie s'est accentuée. Si le pourcentage de ménages acheteurs reste proche de 100%, les quantités achetées par ménage reculent.

Comme en 2015 et 2016, 2017 s'est achevée avec un recul conséquent des achats de porc par les ménages. Mesurés par le panel Kantar, ils permettent d'apprécier l'évolution de la consommation, bien que ne prenant pas en compte tous les produits contenant de la viande (absence des produits traiteur) ni la Restauration Hors Foyer. Les **charcuteries** (hors volaille et saucisses fraîches) ont perdu 1,4%, une baisse plus forte qu'en 2015 et 2016 (moins de 1%). Le dernier trimestre leur a cependant été plus favorable avec une progression, en particulier au rayon libre-service.

Les achats de **porc frais** (hors élaborés) ont chuté de 5% par rapport à 2016 et de 12% depuis 2011, baisse plus importante que celle des autres produits carnés. Entre 2016 et 2017, la viande bovine a reculé de 3%, la viande ovine de 4%. Catégorie importante parmi les élaborés de viande de boucherie, la viande hachée fraîche a progressé de 1%. Si les achats de l'ensemble volaille / lapin ont diminué (-1%), certaines catégories restent dynamiques. Les découpes de poulet ont augmenté de 2,5%, les élaborés à base de volaille de 3%.

Un recul des achats

La baisse du porc frais a concerné l'ensemble des produits bruts, en particulier les rôtis et les filets mignons (-5 à -6% en un an). Le recul des côtes a été plus mesuré, proche de 3%. Les élaborés à base de porc ont toutefois permis des compensations partielles, avec une hausse de 1,4% entre 2016 et 2017. Les saucisses fraîches ont augmenté de 1,3%, la chair à saucisse de 8%. Certaines catégories, comme les marinés ou les assortiments des-

tinés aux fondues, ont nettement progressé, mais leurs volumes restent faibles.

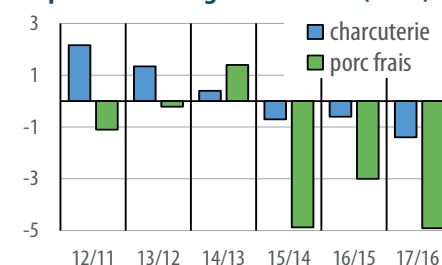
Parmi les charcuteries, la tendance la plus marquante est le recul des achats de produits « phare » de la catégorie, comme le jambon cuit ou les saucisses à pâte fine. La baisse du jambon cuit (-3,2%) a été plus forte qu'en 2016 (-2%). La hausse des achats de saucissons et surtout celle des jambons secs se sont accompagnées d'un tassement du prix moyen d'achat (-1,5% pour les jambons secs en libre-service) et d'une présence accrue de produits importés.

Moins d'acheteurs

Comme en 2016, le porc frais a été touché en 2017 par les reculs simultanés du taux de ménages acheteurs et du niveau moyen d'achat (les ménages acheteurs achètent moins). Sur l'ensemble de l'année 2017, 82,4% des ménages ont acheté du porc frais, soit une baisse proche de 2 points en 2 ans. Le niveau moyen d'achat a atteint 8,3 kg, alors qu'il était proche de 9 kg en 2015. Les achats sont moins fréquents (9 actes en moyenne par ménage acheteur en 2017). Le prix moyen d'achat du porc frais s'est établi à 7,36 €/kg, contre 7,24 €/kg en 2016.

Les charcuteries ont également subi la baisse du niveau moyen d'achat, passé sous les 30 kg par ménage acheteur en 2017. Le taux de ménages acheteurs reste proche de 100%, du fait de la diversité des produits existant incluant la charcuterie à base de volaille. Comme pour le porc frais, c'est la fréquence des actes d'achat qui s'est effritée, alors que les quantités achetées par acte sont restées stables. En revanche, les sommes dépensées par ménage acheteur progressent. Le prix moyen d'achat de l'en-

Evolution annuelle de la consommation de porc des ménages en volume (en %)



Source: IFIP d'après Kantar Worldpanel - FranceAgriMer

semble de la catégorie s'est accru de 2,2% en un an, atteignant 10,50 €/kg.

La part de marché en volume des hypermarchés et supermarchés a légèrement reculé pour le porc frais en 2017, restant toutefois proche de 69%. Les magasins les plus grands souffrent d'une désaffection des consommateurs et cherchent des solutions pour se redynamiser. La part des EDMP (enseignes à dominante marque propre, anciennement hard discount) a progressé, atteignant près de 10%, alors que celle de la vente en ligne organisée par les enseignes de la grande distribution reste faible, légèrement supérieure à 1%.

Pour la charcuterie, les parts de marché des différents circuits ont relativement peu varié relativement à 2016. La vente en ligne poursuit son essor, atteignant 4% des volumes.

En termes de profil des acheteurs, les tonnages de porc frais sont particulièrement en retrait chez les familles les plus modestes (-10,5% entre 2016 et 2017), une évolution proche de celle déjà observée en 2016. Les autres catégories les plus touchées sont les couples d'âge moyen et les familles avec au moins deux enfants, ces dernières constituant une cible de consommateurs traditionnellement importante. Les évolutions sont plus homogènes pour les produits de charcuterie.

La situation difficile des produits de porc se poursuit en janvier 2018, avec des baisses par rapport au même mois de 2017 de l'ordre de 8% pour le frais et de 5% pour la charcuterie.

Vincent Legendre
vincent.legendre@ifip.asso.fr

Caractéristiques des achats des ménages

	Porc frais (hors élaborés)		Ensemble charcuterie	
	2015	2017	2015	2017
% de ménages acheteurs	84,2	82,4	99,7	99,7
Niveau moyen d'achat (kg/an)*	8,9	8,3	30,5	29,9
Budget moyen d'achat (€/an)*	64,5	61,3	309,3	313,3
Nombre d'actes d'achat/acheteur/an	9,6	9,0	49,0	48,4
Quantités achetées/acte (kg)	0,94	0,93	0,62	0,62

* Quantités achetées / sommes dépensées par ménage acheteur
Source: IFIP d'après Kantar Worldpanel - FranceAgriMer