

# Consommation de porc en France



## Fiche 07

### Financeurs :

INAPORC, Données de panel financées par FranceAgriMer

### Contact :

valerie.diot@ifip.asso.fr

### Valorisation

- Impact du digital dans les tendances des consommateurs, Journée Natural Concept, novembre 2019.
- La consommation française de porc encore en berne en 2018, Réussir Porc Tech-porc, janvier-février 2019,
- Fiche R&D du bilan 2018, éditions IFIP, avril 2019,

## Contexte et objectifs

L'IFIP réalise, depuis plusieurs années, un suivi de la consommation sur les catégories porc frais et charcuterie en France. L'analyse est effectuée à partir de données issues du panel consommateurs Kantar. Il s'agit d'un suivi conjoncturel des achats des ménages sur les circuits du A Domicile (généralistes et spécialisés). Par ailleurs et dans le contexte de la mise en place du volet promotion de la loi Egalim et des nouvelles règles du jeu qui régissent les rapports entre transformateurs et distributeurs, l'étude porte également sur le suivi d'indicateurs de la pression promotionnelle sur les marchés de GMS du A Domicile. Celui-ci s'effectue à partir d'une base de données de produits retraçant les promotions en prospectus et e-commerce compilées par la société A3 Distrib du groupe Nielsen. Enfin, au regard du transfert de consommation continu des marchés du A Domicile au profit du Hors Domicile et de l'augmentation de la part des solutions produits élaborées à dimension service (plats cuisinés, sandwiches, salades, etc.), les déterminants à l'origine des comportements des consommateurs et la structuration des acteurs de la distribution et leur incidence pour la filière sont étudiés.

## Résultats

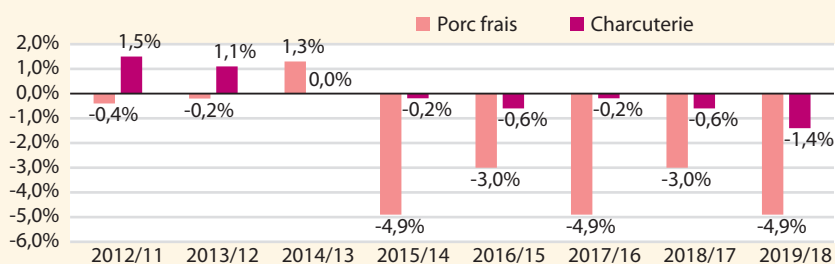
2019 est marquée en porc frais comme en charcuterie par un retour de l'inflation dans un contexte des cours du porc frais à un niveau record, exacerbant l'érosion des volumes d'achat. Le prix d'achat du global porc frais a enregistré une hausse de +3,3% par rapport à 2018 pour un recul marqué des volumes d'achat à -4,7%. Le porc frais non élaboré soit 55% du tonnage du total porc frais, particulièrement sensible au prix, finit 2019 à -5,8% en volume d'achat pour une hausse de prix de +3,9% sans parvenir à se valoriser en dépenses avec -2,2%. Cette baisse de consommation trouve sa source dans une limitation des quantités achetées

par acheteur (-4,6%) alors que le nombre d'acheteurs fléchit plus faiblement (-1,2%). Pour ce qui est des élaborés, la saucisserie, poids lourds de la catégorie, après un mieux en 2018, marque le pas en 2019 à -2,3% en volume d'achat pour une hausse de prix modérée de +2%. En revanche, si la charcuterie recule en volumes d'achat à -1,7% avec une hausse de prix de +2,8% en 2019, elle parvient cependant à se valoriser à +0,9%. Derrière ce constat, la réalité est un peu plus nuancée. En effet, les dépenses des ménages en charcuterie s'effectuent essentiellement au profit des MDD à +3% (39% des dépenses du total charcuterie) contrairement aux marques nationales à -0,4%. Au sein de la charcuterie, les jambons cuits, jambons secs et pâtés représentent 71% des pertes en volume alors que les lardons, poitrine, bacon, les saucissons cuits et saucissons secs résistent et absorbent plus de 90% des gains. Par ailleurs, après un an d'existence d'encadrement des promotions dans le cadre de la Loi Egalim, la part des ventes sous promotion en charcuterie libre-service est à la baisse et enregistre au cumul à fin novembre 2019, un recul de 1,2% passant de 14,2 à 12,9%. Afin de renforcer la connaissance de la filière en termes de consommation, une étude visant à quanti-

fier la consommation de porc tous circuits et notamment sous sa forme ingrédient au sein des produits transformés, a été initiée.

## Perspectives

Dans un contexte de fragmentation de la consommation, l'un des enjeux est de fiabiliser et consolider les données de consommation sur la filière, de mieux appréhender les tendances en matière sociétale afin d'accompagner les orientations de différenciation et de segmentation de l'élevage des porcs. Des travaux d'approfondissement sur les différentes sources de données seront conduits en 2020. Par ailleurs, alors que l'encadrement des promotions a été porté par les Etats Généraux de l'Alimentation, un suivi des impacts en porc frais et charcuterie sera mis en place.



Source : IFIP d'après Kantar Worldpanel - FranceAgriMer

Evolution annuelle en % des volumes d'achat des ménages A Domicile