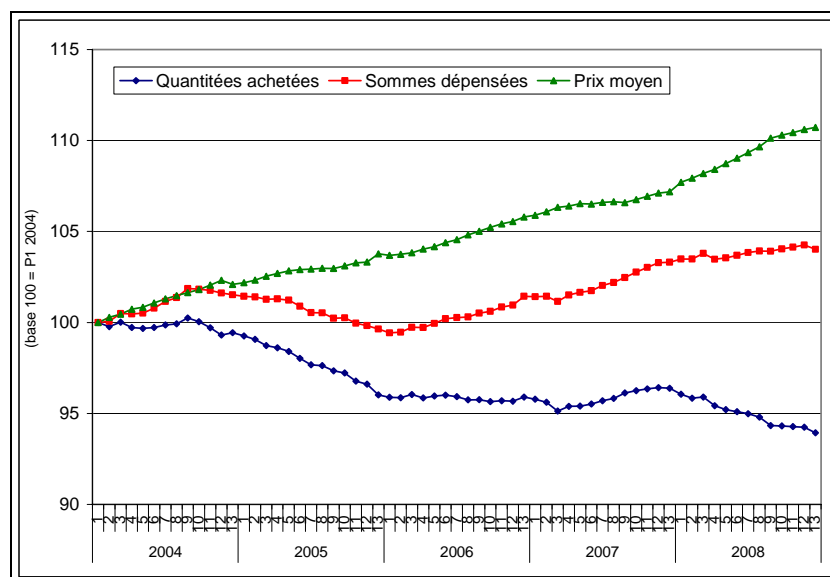


LA CONSOMMATION DES PRODUITS CARNES PAR LES MENAGES FRANÇAIS EN 2008

Ce document présente un bilan synthétique de la consommation à domicile de viandes par les ménages français métropolitains en 2008, année marquée notamment par le début de la crise économique et financière mondiale.

• Evolutions des achats de viandes de boucherie, de volailles, de jambon et de charcuterie :

ACHATS DES MENAGES DES PRODUITS CARNES (lissage sur 13 périodes de 4 semaines)



FranceAgriMer, d'après TNS

Le graphique ci-dessus illustre les tendances observées depuis 5 ans : le volume de l'ensemble des achats de produits carnés par les ménages français, après une embellie en 2007, continue de diminuer (- 2,5 %) tandis que les prix moyens ne cessent d'augmenter, très significativement en 2008 (+ 3,3 %). Les sommes dépensées par les ménages, malgré la baisse des volumes, s'accroissent donc encore en 2008 (+ 0,7 %) en raison de la hausse des prix. Elles progressent désormais de façon relativement régulière depuis le début de l'année 2006.

	Quantités achetées	Sommes dépensées	Prix moyen
2004 / 2003	-0,8%	1,7%	2,5%
2005 / 2004	-3,4%	-1,9%	1,6%
2006 / 2005	-0,1%	1,8%	1,9%
2007 / 2006	0,5%	1,8%	1,3%
2008 / 2007	-2,5%	0,7%	3,3%

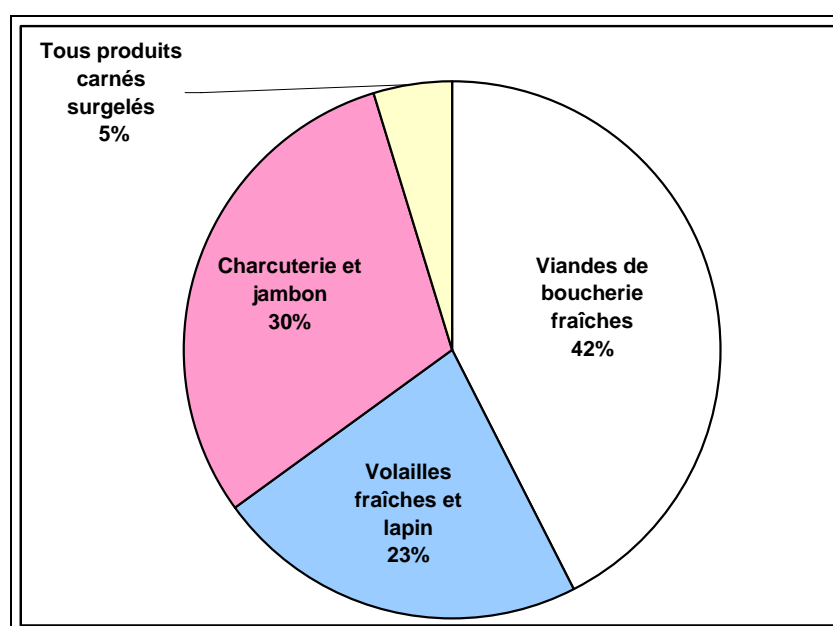
FranceAgriMer, d'après TNS

• **Structure des achats de viandes de boucherie, de volailles, de jambon et de charcuterie :**

La structure des achats de produits carnés en 2008 s'est peu modifiée par rapport l'année précédente : 42 % des volumes achetés concernent les viandes de boucherie fraîches, 30 % la charcuterie et le jambon, 23 % les volailles et le lapin frais ; enfin, les produits surgelés représentent 5 % des volumes.

En 5 ans, par rapport à la structure de 2003, la part des viandes de boucherie fraîches, produits relativement chers, s'est dégradée (- 4 points) au profit de la charcuterie et du jambon (+ 2 points) et des produits surgelés (+ 1 point), dont près de 70 % est constitué de viande hachée de bœuf. La part globale des volailles et lapin frais est restée particulièrement stable au fil des ans, contrairement à certaines idées reçues. L'accroissement de la consommation totale de volailles en France (+ 1 % en 2008 calculée par bilan) est, en effet, surtout liée à la consommation hors domicile, en hausse, plutôt qu'à celle des ménages.

REPARTITION DES VOLUMES D'ACHATS DE PRODUITS CARNES EN 2008



FranceAgriMer, d'après TNS

A l'intérieur de chaque grande famille, la proportion des différents types de produits est plutôt stable en 2008 par rapport à la structure de 2003. Les achats de produits élaborés sont néanmoins plus nombreux (+ 2 points pour les élaborés de boucherie et + 4 points pour ceux de volailles) aux dépens du bœuf et du veau (- 1 point) et de la dinde (- 4 points).

Viandes de boucherie fraîches, y compris élaborés (hors gros achats et abats)		Volailles et lapin frais	
Bœuf	36 %	Poulet	43 %
Porc	26 %	Elaborés	24 %
Elaborés	20 %	Dinde	16 %
Veau	9 %	Canard	7 %
Viande ovine	8 %	Lapin	7 %
Cheval	2 %	Pintade	3 %

FranceAgriMer, d'après TNS

• **Les évolutions par grand type de produit :**

Les tendances globales du marché des produits carnés en 2008 (- 2,5 % en volume et + 3,3 % en prix) masquent d'importantes disparités entre les grandes familles de produits. Elles sont reprises dans le tableau suivant :

	Volume évol. 08/07	Prix moyen €/kg	Prix moyen évol. 08/07
Viandes de boucherie fraîches	- 3,7	9,77	+ 2,9
Bœuf	- 5,0	11,66	+ 3,2
Veau	- 4,9	14,78	+ 4,0
Viande ovine	- 7,6	11,84	+ 3,7
Porc	- 0,7	6,58	+ 4,4
Cheval	- 4,1	13,22	+ 5,3
Elaborés	- 2,6	8,23	+ 1,5
Volailles et lapin frais	- 3,6	7,19	+ 7,6
Poulet	- 2,2	5,94	+ 8,1
Dinde	- 5,3	7,59	+ 11,4
Canard	- 4,8	10,22	+ 5,6
Pintade	- 10,5	7,93	+ 8,4
Elaborés de volailles	- 3,4	8,20	+ 8,2
Lapin	- 7,6	8,37	+ 4,5
Charcuterie	+ 0,1	9,48	+ 1,5
Jambon	+ 0,9	11,22	+ 0,8
Toutes viandes surgelées	- 2,6	6,11	+ 2,2

FranceAgriMer, d'après TNS

Seuls les achats de **jambon** se sont accrus en 2008 par rapport à 2007, de 0,9 %. Cette hausse est probablement due à des prix moyens plutôt stables (+ 0,8 %) dans un contexte économique difficile, et aussi grâce au fait que la portion unitaire de jambon est d'un grammage faible, et donc moins onéreuse pour le consommateur, malgré un prix au kilo élevé.

Parmi les **viandes de boucherie**, le porc, qui demeure la viande la moins chère malgré une hausse importante de son prix moyen (+ 4,4 %), est celle dont les achats ont le mieux résisté en 2008. *A contrario*, la viande ovine, qui est chère au kilo et à l'achat unitaire (une pièce de gigot est lourde) a enregistré la plus forte baisse des volumes achetés (- 7,6 %). Les achats de produits élaborés, dont le prix moyen d'achat a moins augmenté que les autres viandes, ont proportionnellement moins diminué. Ainsi, il semble que les ménages se soient orientés de plus en plus et tout au long de l'année vers les produits carnés meilleurs marchés, et moins élaboré ou transformé à l'exception du jambon.

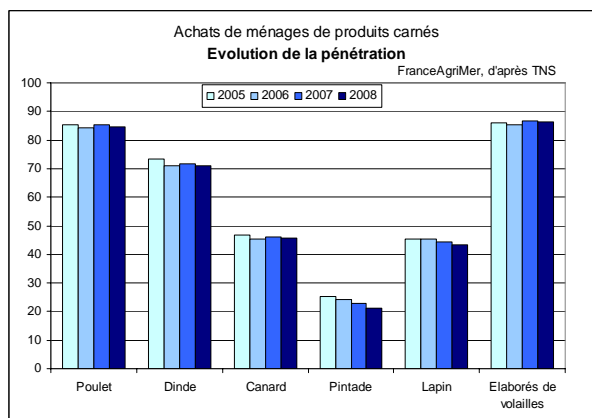
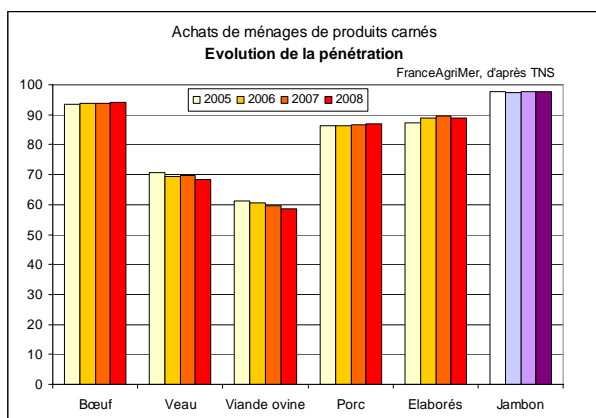
Le marché des **volailles** a été marqué par une augmentation très importante des prix (+ 7,6 %) en répercussion de la hausse du prix de l'aliment. Néanmoins, comme le poulet - près de la moitié des achats - reste une viande bon marché, les quantités achetées ont diminué mais dans une relativement moindre proportion. Le lapin et surtout la pintade sont des produits de plus en plus délaissés.

• **Les évolutions des comportements d'achat :**

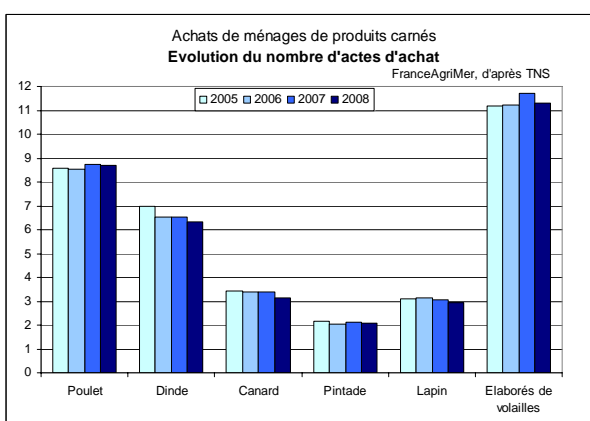
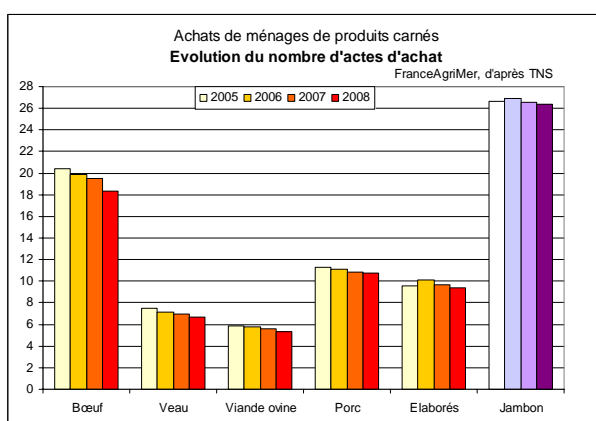
En 2008, dans le contexte économique difficile où les prix des denrées alimentaires et autres ont largement progressé ¹, les ménages ont modifié leurs comportements d'achats, en particulier en réorientant leurs achats vers des produits carnés moins chers à la portion. Ils ont également globalement moins consommé.

Les graphiques suivants illustrent les modifications de comportement. Des graphiques en annexe présentent les évolutions périodiques.

- la pénétration mesure le taux de ménages acheteurs dans le panel. Les ménages se détournent encore davantage des produits chers ou qu'ils considèrent comme tels (veau, viande ovine, pintade, lapin) pour privilégier les produits meilleurs marché (porc, jambon).

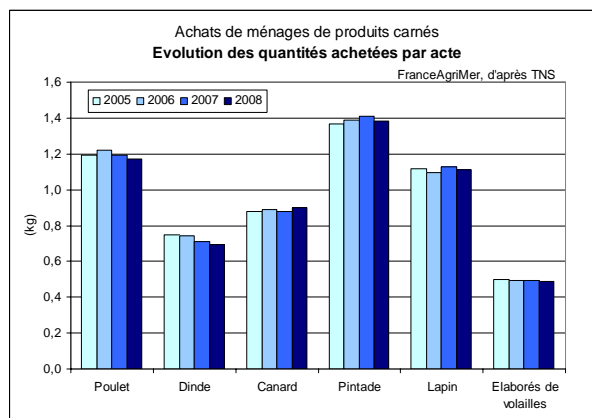
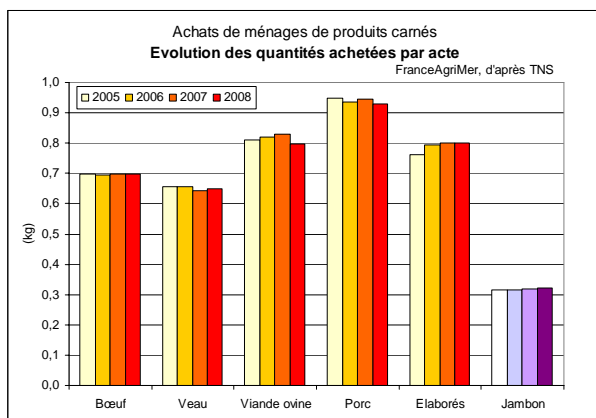


- les données du panel pour 2008 montre une diminution du nombre d'actes d'achat par ménage acheteur pour l'ensemble des produits carnés, à l'exclusion du poulet dont le chiffre est stable.

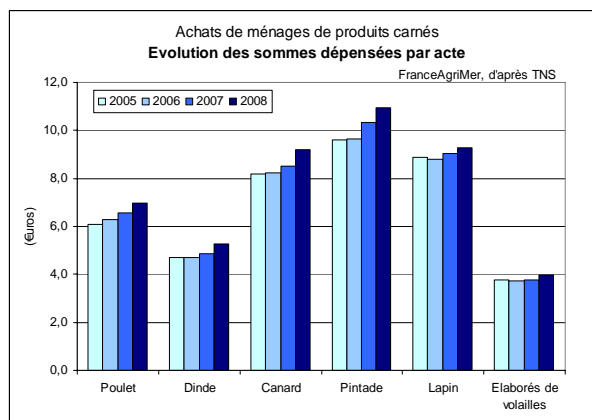
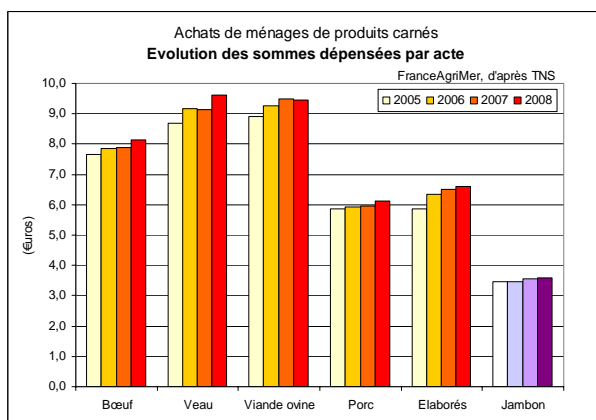


¹ Indice des prix à la consommation de l'ensemble des ménages pour les produits alimentaires et boissons non alcoolisées : + 3,2 % entre 2007 et 2008.

- les quantités achetées par acte présentent des évolutions plus contrastées, mais plutôt orientées à la baisse.



Malgré ces évolutions plutôt défavorables au développement de la consommation des produits carnés, les sommes consacrées par les ménages par acte d'achat ont augmenté en 2008, en raison de la hausse des prix, à l'exception de la viande ovine.



-oOo-

