

Consommation et usage des produits de porc en France : analyse au travers des données de l'enquête CCAF

Vincent LEGENDRE

IFIP – Institut du porc, 34 boulevard de la gare, 31500 Toulouse, France

vincent.legendre@ifip.asso.fr

Consommation et usage des produits de porc en France : analyse au travers des données de l'enquête CCAF

La consommation de viande peut être observée par différentes sources de données. L'enquête CCAF (Comportement et Consommation Alimentaire des Français), conduite par le CREDOC, fournit un éclairage original au stade de la consommation réelle, mesurée « dans l'assiette ». L'enquête permet notamment de distinguer les usages des produits carnés (consommés tels quels ou utilisés comme ingrédients dans des préparations) et leurs lieux de consommation. La consommation de produits carnés a reculé chez les adultes entre 2010 et 2013, passant de 153 à 145 g/j, tandis qu'elle est restée stable chez les enfants, autour de 115 g/j. Chez les adultes, la nette baisse de la viande consommée sous forme brute n'a pas été compensée par la hausse des produits carnés utilisés comme ingrédients dans des préparations (sandwiches, salades, pizzas, etc). Près de 20% du porc est consommé sous forme d'ingrédients. Cette tendance est particulièrement liée aux pratiques des jeunes générations de consommateurs. Les produits de porc présentent deux profils très différents. Le porc frais est presque exclusivement consommé sous forme brute, comme plat principal, tandis la charcuterie se diversifie nettement vers de nouveaux usages. La consommation à domicile reste très majoritaire (environ 80% des quantités consommées de viande et de charcuterie), mais les situations de consommation hors du domicile se multiplient.

Pork products consumption and use in France : analysis with data from CCAF survey

Meat consumption can be studied with different data sources. The CCAF survey (Comportement et Consommation Alimentaire des Français – Behaviour and Food Consumption in France), carried out by the CREDOC provides original data, at the real consumption stage, measured "in the plate". The survey makes it possible to distinguish between the different uses of meat products (consumed as they are or included as an ingredient in further processed products such as salads, sandwiches, pizzas, etc.) and the places where they are consumed. Meat consumption of adults globally decreased between 2010 and 2013, from 153 to 145 gr. per day, while it remained stable for children. The different meat products are more and more used as ingredients (they represent almost 20% of the pork consumed). This trend is particularly linked to young consumers' eating behaviour. Pork products have two distinct profiles. Fresh pork is almost completely consumed as it is, as a main dish, while the use of pork processed products (ham, sausages...) is becoming more and more diverse. Meat products are mainly consumed at home (almost 80% of the amounts of pork consumed), but the variety of places for eating out is continuing to grow.

INTRODUCTION

Conduite tous les trois ans par le CREDOC (Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de vie), l'enquête CCAF (Comportements et Consommation Alimentaire en France) permet une approche de la consommation réelle des produits alimentaires, observée au stade de l'assiette du consommateur. Pour mieux comprendre les caractéristiques de la consommation et des consommateurs de produits alimentaires issus du porc, ces informations sont très complémentaires de l'analyse par bilan qui estime des quantités disponibles pour la consommation toutes utilisations confondues ou par panel de consommateurs qui observe des achats de porc frais et de charcuterie réalisés par les ménages dans les circuits. L'enquête CCAF se focalise sur la forme sous laquelle est consommé le produit, indépendamment de qui l'a élaboré (plat industriel ou « fait-maison »).

L'article a pour objectif d'analyser différentes caractéristiques de la consommation et des consommateurs de produits alimentaires issus du porc : typologie des produits consommés, place du porc parmi l'ensemble des viandes, profil des consommateurs, situation et lieux de consommation, etc. Les données de l'enquête CCAF apportent des précisions sur des points mal connus, comme la place de la viande de porc dans les produits élaborés autres que charcuterie (salades, plats préparés, pizzas...) ou la place de la Restauration Hors foyer (RHF).

1. MATERIEL ET METHODES

L'enquête CCAF vise à recueillir, au travers d'un carnet de consommation, les informations sur les prises alimentaires d'un individu sur une période de 7 jours. Les enquêtes sont conduites de manière à couvrir une année complète, pour tenir compte de la saisonnalité. Chaque occasion de consommation est comptabilisée, qu'elle soit à domicile ou à l'extérieur (au restaurant, chez des amis, etc.). Les quantités consommées sont estimées, grâce à un cahier photographique présentant différentes tailles de portions. Depuis le volet 2010, des analyses sur la composition des produits élaborés permettent d'estimer la part des principaux ingrédients qui les composent : pourcentage de viande dans un plat préparé, un sandwich, etc. La nomenclature distingue deux catégories de produits :

- **Les produits consommés « bruts »**, frais ou de charcuterie : consommés tels quels (steaks hachés, jambon blanc, côte de porc, etc.) ou inclus dans des plats préparés où la viande est l'ingrédient principal (part supérieure à 50% ; bœuf bourguignon, blanquette...), que ces plats soient achetés tels quels ou faits-maison. Ces deux catégories sont regroupées, par opposition à la viande utilisée comme ingrédients.
- **La viande utilisée comme « ingrédient »**, incluse dans des préparations dans une proportion inférieure à 50% : sandwiches, quiches, sauce bolognaise, etc. Dépendant de la déclaration des individus interrogés, le classement des produits entre « consommé brut » et « ingrédient » peut être ambigu dans le cas de préparations faites maison. Par exemple, des « lardons consommés avec des pâtes » seront comptabilisés comme un produit brut, alors qu'ils seront classés comme ingrédients dans des « pâtes à la carbonara ». Dans le cas des préparations industrielles, des relevés de listes d'ingrédients permettent d'estimer la place de la viande.

L'évolution de la consommation des produits carnés peut ainsi être observée dans sa globalité ou par type d'utilisation. En 2013, l'enquête a porté sur 2 039 personnes (1 091 adultes et 948 enfants âgés de 3 à 17 ans), représentatives de la population française. L'unité de base de l'enquête est l'individu, alors que les données des panels de consommateurs sont souvent ramenées à l'échelle d'un ménage. Les consommations sont exprimées en grammes par jour. L'article se base essentiellement sur les données de l'enquête de 2013, traitées par le CREDOC et par l'IFIP. Des comparaisons sont faites avec l'enquête de 2010.

2. RESULTATS

2.1. Evolution et structure de la consommation de viande

Entre 2010 et 2013, la consommation de produits carnés des adultes a reculé de 153 à 145 g/jour. Chez les enfants (3-17 ans), elle est restée stable, proche de 115 g/jour. Entre 2007 et 2010, pour les deux catégories d'âge, la consommation totale de produits carnés avait peu évolué. En 2013, adultes comme enfants réalisent en moyenne entre 10 et 11 actes de consommation de viande par semaine.

La consommation de produits carnés des français est marquée par la place de plus en plus forte des produits élaborés, dans lesquels la viande n'est qu'un ingrédient, au détriment des produits bruts (Tableau 1). La tendance à la substitution s'observe chez les adultes comme chez les enfants.

Tableau 1 – Evolution de la consommation de produits carnés chez les adultes (grammes / jour)
(source : IFIP d'après CREDOC)

	2010	2013	Evolution, g
Produits bruts	133,9	121,5	-12,4
Charcuterie	35,9	31,0	-4,9
Volaille	36,4	34,9	-1,5
Viande de boucherie	57,5	52,5	-5,0
Viande bovine	37,6	35,6	-2,0
Porc	12,7	10,8	-1,9
Agneau	3,4	3,3	-0,1
Autres	3,7	2,7	-1,0
Produits tripiers	4,1	3,1	-1,0
Ingrédients	18,9	23,7	+4,8

Pour les adultes, la consommation de viande sous forme brute ou incluse dans des plats préparés a baissé de 12 g/jour entre 2010 et 2013. Cette baisse confirme les analyses issues de données de panel (FranceAgriMer, 2015). Dans le même temps, la consommation de viande comme ingrédient a progressé de 5 g/jour. Elle représente 20% de la consommation de produits carnés, à 90% sous forme de charcuterie et de bœuf haché.

Accompagnant les changements de modes de consommation (Ageste Conjoncture, 2014), l'essor des produits élaborés au détriment de la viande brute contribue nettement au recul de la consommation totale de produits carnés. Pour une même masse de produit fini, la quantité de viande est en effet beaucoup plus faible.

2.2. Place des produits de porc

Toutes utilisations confondues, les quantités de porc frais et de charcuterie consommées par jour ont reculé chez les

adultes alors qu'elles ont progressé chez les enfants (Tableau 2).

Tableau 2 – Evolution de la consommation de porc entre 2010 et 2013 (en g/jour) - Toutes utilisations (brut et ingrédients) (source : IFIP d'après CREDOC)

	Adultes		Enfants	
	2010	2013	2010	2013
Porc frais	12,7	11,0	7,3	8,0
Charcuterie	43,0	40,2	29,8	30,1

Hors ingrédients, le porc frais totalise 21% des volumes de porc consommés par les adultes, essentiellement sous forme brute

(Figure 1). Les charcuteries représentent 61%, dont 17% pour le jambon cuit, 17% pour les saucisses à pâte fine / andouille(tte) / boudins, 10% pour le jambon sec et les saucissons secs. La structure de la consommation de porc des enfants est proche de celles des adultes, avec toutefois une place un peu plus importante des saucisses (fraîches et à pâte fine). Parmi les utilisations du porc, les produits consommés comme ingrédients atteignent une place conséquente, proche de celle du porc frais, avec environ 18% des volumes. Ce sont essentiellement du jambon cuit (sandwiches, croque-monsieur...), des lardons (quiches, salades...) et des saucisses à pâte fine (hot dogs...). Plus du tiers du jambon cuit est consommé comme ingrédient.

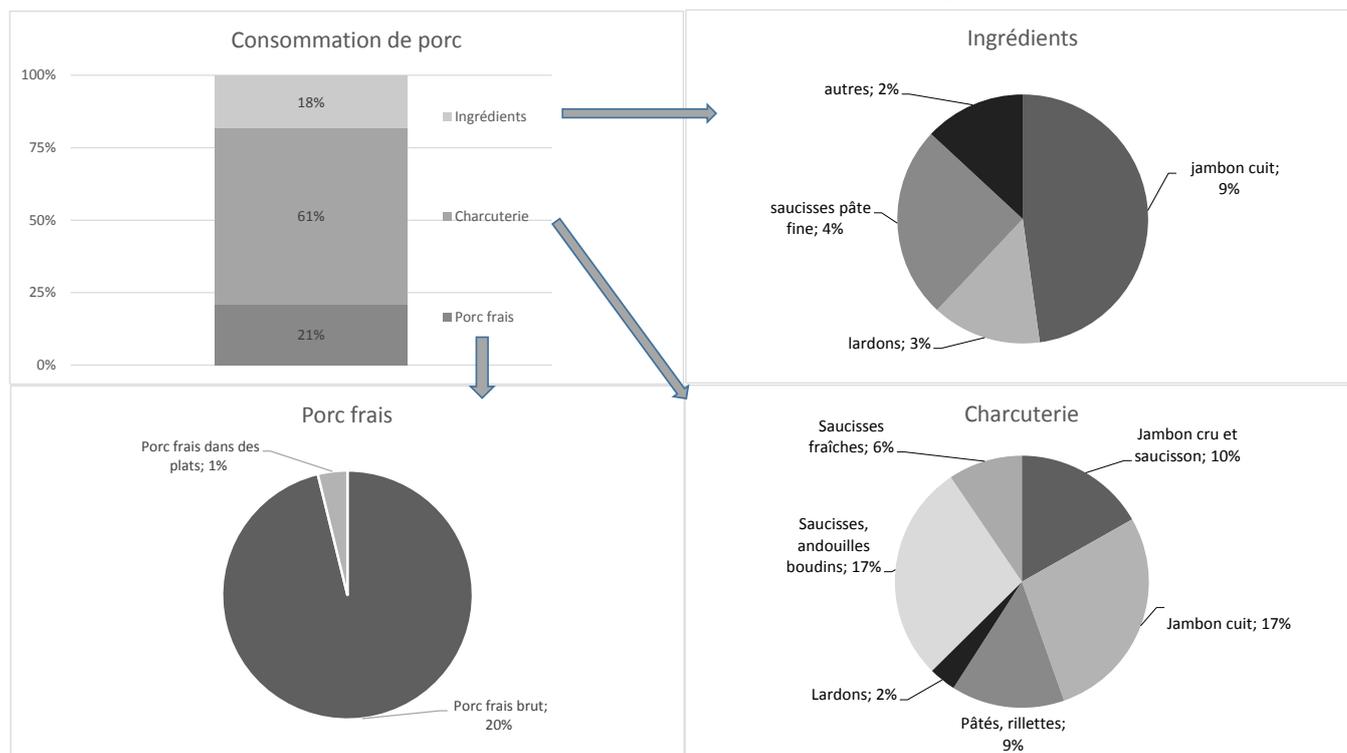


Figure 1 – Structure de la consommation de porc des adultes en 2013 par produits et usages (% des quantités consommées) (source : IFIP d'après CREDOC)

L'enquête CCAF confirme la place importante du jambon cuit dans la consommation des français. Elle montre aussi qu'il est largement utilisé comme ingrédient.

Le taux de pénétration de la charcuterie à la consommation est très élevé (Tableau 3), ce que montrent également les données du panel Kantar (Legendre, 2014).

Sur une semaine, 95% des individus en consomment (78% des adultes et 76% des enfants pour le seul jambon cuit). Le pourcentage de consommateurs de porc frais sur une semaine est de 45% seulement contre plus de 80% pour la viande bovine (place importante des steaks hachés).

La fréquence moyenne de consommation de porc frais est faible, inférieure à une fois par semaine, pour une portion par un adulte représentant environ 110 g (Tableau 4). A titre de comparaison, un adulte consomme 2,1 fois du bœuf et 1,8 fois de la volaille dans la semaine. Ces deux espèces sont fortement favorisées par des produits très populaires comme les steaks hachés et les différents élaborés de poulet.

Tableau 3 – Proportions (%) de consommateurs achetant des produits carnés sur une semaine en 2013 - toutes utilisations (brut et ingrédients) (source : IFIP d'après CREDOC)

	Adultes	Enfants
Charcuterie	95	95
Jambon cru / saucisson	31	41
Jambon cuit	78	76
Lardons	37	34
Saucisses pâte fine	48	45
Saucisses fraîches	24	20
Volaille	80	84
Viande de boucherie	96	96
Viande bovine	82	89
Porc	45	42

La fréquence de consommation de charcuterie (toutes formes confondues) chez les adultes est proche de cinq actes par semaine, dont deux actes pour le seul jambon cuit.

Tableau 4 – Fréquence de consommation et taille moyenne des portions de produits carnés chez les adultes en 2013 (source : IFIP d'après CREDOC)

	Fréquence, actes / semaine	Portion, g
Porc frais	0,7	110,7
Bœuf	2,1	121,5
Volaille	1,8	140,1
Charcuterie	4,7	61,2
Dont jambon cuit	1,8	51,5

2.3. Lieux et instants de consommation

Sur une semaine moyenne, la grande majorité des volumes de produits carnés sont consommés au domicile, en particulier plus de 80% des viandes et des charcuteries « brutes » (hors ingrédients) (Figure 2). Environ 8% des viandes sont consommées lors de repas chez des amis. La place des produits carnés consommés comme ingrédients est plus diversifiée, illustrant l'impact de l'évolution des lieux de consommation sur la forme des produits consommés. Entre 7 et 8% de la viande consommée comme ingrédient provient des actes en fast-food, en restaurant traditionnel ou sur le lieu de travail. Les quantités consommées de manière nomade (rue, transports...) représentent 4%.

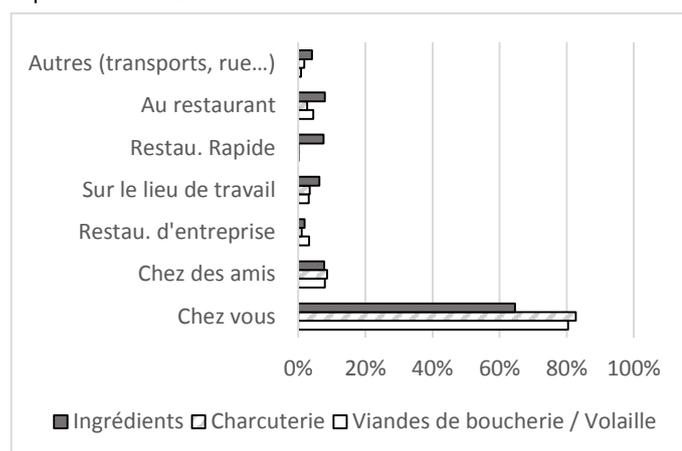


Figure 2 – Lieux de consommation des produits par les adultes en 2013 : répartition des quantités consommées (source : IFIP d'après CREDOC)

Depuis 2010, le recul de la consommation de produits carnés, notamment des viandes de boucherie, s'explique essentiellement par la baisse de la consommation au domicile, alors que les usages hors foyer se diversifient.

Le profil quotidien de la consommation de viandes de boucherie est très marqué par l'importance du déjeuner, où près de deux tiers des volumes sont consommés (Tableau 5).

En revanche, la consommation de charcuterie et de produits contenant de la viande est beaucoup mieux répartie entre déjeuner et dîner. Par ailleurs, 3% de la charcuterie est consommée à l'apéritif.

Les produits carnés sont globalement plus consommés le week-end qu'en semaine (Tableau 6). Pour les viandes de boucherie et de volaille, la consommation journalière du week-end est près de 10% supérieure à celle d'un autre jour moyen.

Dans cet ensemble, le profil du porc frais est plus équilibré, son usage est plus basique et moins différencié. La différence entre semaine et week-end est faible, alors qu'elle est beaucoup plus marquée pour d'autres espèces (viande bovine et ovine).

Tableau 5 – Instant de consommation des produits carnés par les adultes en 2013 : répartition (%) des quantités consommées (source : IFIP d'après CREDOC)

	Viandes de boucherie / volaille	Charcuterie	Ingrédients
Petit-déjeuner	-	1,2	0,1
Déjeuner	63,4	44,4	50,2
Dîner	36,0	50,3	48,1
Apéritif	0,2	2,8	0,7
Encas	0,3	1,3	1,0

Tableau 6 – Consommation de viande par jour de semaine / de week end (g/j) (source : IFIP d'après CREDOC)

	VdB* / volaille	Dont porc	Charcuterie	Ingrédients
Jour de semaine	88,0	10,8	30,6	22,6
Jour de week-end	98,5	11,3	33,2	27,1
Moyenne journalière	90,5	10,8	31,0	23,7

* Viandes de Boucherie

La baisse de consommation de viande à domicile et en semaine est accentuée par des tendances comme le flexitarisme (végétarisme partiel), conduisant par exemple un individu à ne consommer de la viande qu'au restaurant ou chez des amis, pas chez lui (FranceAgriMer, 2015). La connotation festive de certaines viandes (morceaux à cuisiner) et les contraintes budgétaires orientent également les instants de consommation.

2.4. Profil des consommateurs

La consommation de viande diffère selon l'âge des individus (Figure 3). Elle chute nettement après 65 ans. C'est moins le cas pour les produits de porc, plus présents que la viande bovine ou la volaille dans la tranche la plus âgée.

Pour le porc frais, les individus les moins consommateurs sont les 25 - 45 ans, dont la consommation est inférieure de 12 à 15% à la moyenne. Les individus de 45 à 65 ans sont les principaux consommateurs de porc frais. La charcuterie est également plus consommée par les individus de plus de 45 ans, mais masque des situations diverses, du fait de la variété des produits de la catégorie. A noter que les jeunes adultes (18-25 ans) consomment 10% de plus de porc frais qu'un individu moyen. Le porc est bien ancré dans un cadre de consommation familial – selon les données du panel Kantar Worldpanel, la consommation de porc frais chez les familles est supérieure à la moyenne (Legendre, 2014). La viande bovine et la volaille « brutes » apparaissent moins privilégiées par les jeunes adultes. Ceci est compensé par leur forte présence dans les ingrédients, plébiscités par cette tranche d'âge, à l'inverse du porc frais.

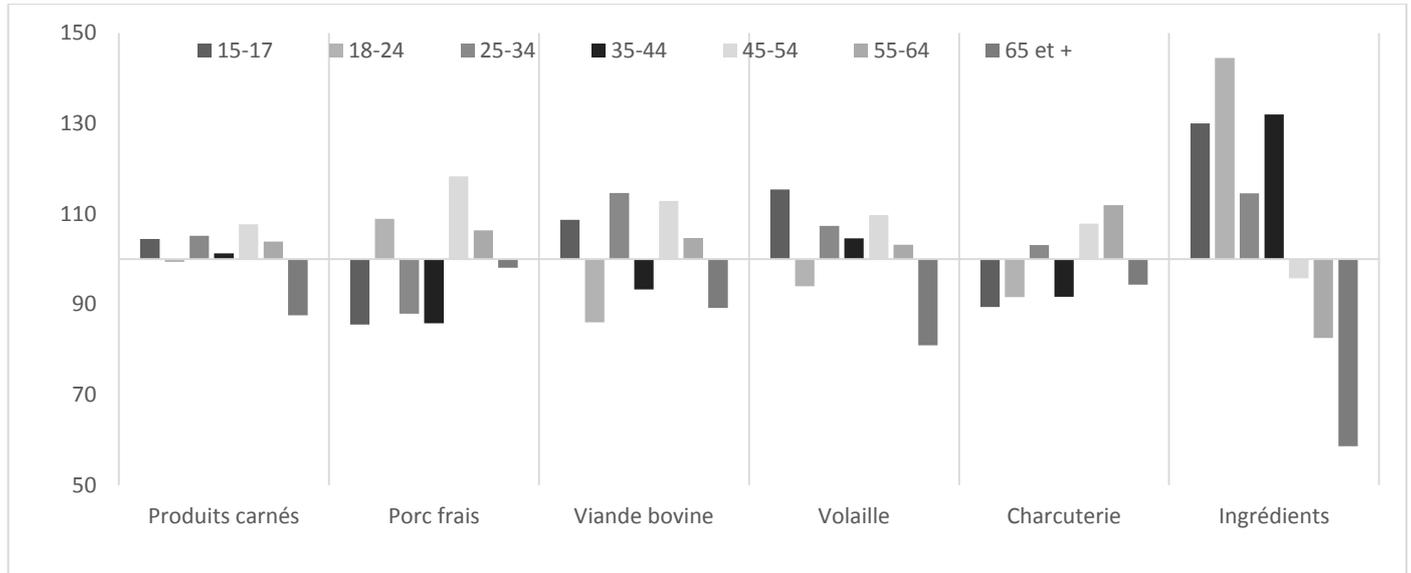


Figure 3 – Consommation de viande (volume) par classe d'âge – indice base 100 par rapport à un consommateur moyen (source : IFIP d'après CREDOC)

Un gradient très net apparaît selon l'âge des consommateurs sur les produits carnés inclus comme ingrédients dans des préparations. Les jeunes individus consomment nettement plus de viande sous cette forme que la moyenne (près de 50% de plus pour les moins de 25 ans), les seniors beaucoup moins.

Les transferts de consommation des morceaux bruts vers les produits élaborés sont particulièrement liés au comportement des individus de moins de 45 ans. Chez les jeunes adultes, la part des « ingrédients » dans la consommation globale de produits carnés est proche de 25%, contre seulement 10% chez les individus les plus âgés.

L'enquête CCAF ne montre pas clairement de lien entre consommation et tranche de revenus des individus. La forte amplitude des prix des produits présents dans les catégories rend l'analyse complexe, à l'image du bœuf (morceaux à griller, à bouillir, viande hachée...) ou de la charcuterie.

La consommation de porc frais apparaît toutefois nettement plus élevée chez les individus aux revenus les plus faibles.

Sur l'ensemble des tranches d'âge, la quantité de produits carnés consommée est plus élevée chez les hommes que chez les femmes (par exemple 180 g/j contre 120 g/j en 2013 chez les 35-45 ans). Cette tendance s'observe pour l'ensemble des catégories de produits.

En termes de catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage, ce sont les employés et surtout les ouvriers qui consomment le plus de produits de porc frais (respectivement 11,4 g/j et 14,1 g/j en 2013). A l'opposé, les chefs d'entreprises et les cadres n'en consomment que 8 à 9 g/j.

En revanche, la consommation de charcuterie apparaît beaucoup plus équilibrée. La variété des produits présents dans cet ensemble (niveaux de qualité, gammes, marques, etc.) permet de couvrir de nombreux besoins.

CONCLUSION

L'enquête CCAF apporte un éclairage original sur la consommation de produits carnés. En particulier, considérer les ingrédients séparément permet d'analyser l'évolution des usages, indépendamment de l'espèce utilisée.

Le mode d'enquête, réalisé sur une courte période (7 jours) ne permet cependant pas de prendre en compte la variabilité de la consommation d'un individu d'une semaine sur l'autre. L'étude confirme la place du porc frais comme une viande de consommation courante, présente tant en semaine que le week-end. L'espèce est très majoritairement consommée sous forme brute, peu utilisée dans des plats cuisinés ou comme ingrédient. Le porc subit une baisse de consommation importante chez les jeunes, notamment au bénéfice du bœuf haché et des élaborés de volaille (Legendre *et al.*, 2014). En revanche, les usages de la charcuterie sont plus variés, couvrant l'évolution des modes de consommation. L'utilisation du jambon cuit s'est nettement orientée vers des produits élaborés (sandwiches, pizzas...). La viande de porc consommée comme ingrédient atteint en 2013 une part proche de celle du porc frais « brut ».

La place croissante de la consommation de viande dans des produits élaborés, liée à l'évolution des modes de vie et d'alimentation, est particulièrement forte chez les individus les plus jeunes. L'attrait des produits « fait-maison », faisant la part belle aux produits d'assemblage, est une tendance importante (Mathé et Hébel, 2015).

Environ 80% des volumes de porc frais et de charcuterie sont consommés à domicile, mais les lieux de consommation sont de plus en plus variés, accompagnant la diversification des usages. S'adapter à l'évolution des situations et des modes de consommation est un enjeu essentiel pour les viandes en général et pour la filière porcine en particulier.

REMERCIEMENTS

Cet article est issu d'un travail financé par INAPORC.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Agreste Conjoncture, 2014. En 2014, les ménages ont acheté globalement moins de viande, mais plus de viande à « moindre temps de préparation ». Synthèse n° 2014/256, 7 p.
- FranceAgriMer, 2015. Consommation des produits carnés en 2014. Rapport « données et bilans », août 2015, 150 p.
- Legendre V., 2014. "Montre moi ton panier, je te dirai qui tu es". Techporc, n°20, 10-12.
- Legendre V., Le Strat P., Delobel F., 2014. Valorisation de la longe de porc : état des lieux, caractéristiques des consommateurs et réflexion sur des concepts innovants. IFIP collection, études économiques, 66 p. + annexes.
- Mathé T., et Hébel P., 2015. Le plaisir du cuisiné maison : pour le goût et la qualité. Consommation et mode de vie, N° 275, mai 2015, 4 p.