

# Evolution, facteurs de changement et perspectives de la consommation de viande de porc en France

*Pascale HEBEL*

*CREDOC, 142, rue du Chevaleret, 75013 Paris*

*hebel@credoc.fr*

## **Évolution, facteurs de changement et perspectives de la consommation de viande de porc en France**

Pour les populations composées majoritairement de « travailleurs de force », la recherche d'énergie dans l'alimentation passait par l'incorporation des aliments les plus porteurs du symbole : les viandes (symboles de muscles) rouges (symboles de vie et force) des animaux de trait, le cheval et le bœuf. Ce constat est toujours vrai en 2010, puisque les ouvriers et les agriculteurs consomment plus de produits carnés que les autres catégories de population. La baisse généralisée de la consommation de produits carnés s'explique par des évolutions générationnelles. Les jeunes générations privilégient les produits transformés et prêts à consommer, les produits carnés sont aujourd'hui de plus en plus consommés sous forme d'ingrédients (dans les sandwiches, pizzas) et de produits qui se conservent comme la charcuterie. La viande bovine a connu des évolutions en termes de prix moins favorables que celle des viandes de porc et de volaille. Nous proposons à partir d'enquêtes alimentaires (notamment "Comportements et Consommation Alimentaires en France", CCAF, de 1999 à 2010) de faire un état des lieux des différents facteurs explicatifs des évolutions des consommations de produits carnés et plus particulièrement de porc (morceaux frais et produits de charcuterie-salaison).

## **Evolution, factors of change and prospects for pork consumption in France**

For populations composed mainly of manual workers, the need for energy from food used to require meat, that most symbolic of food, to be incorporated into the diet: more precisely, red (symbol of life and strength) meat (muscle symbol) from draught animals, the horse and the ox. This observation was still true in 2010, since manual workers and farmers consume more meat products than the other population categories. Decline in the consumption of meat products can be explained by generational changes. Younger generations prefer processed products and convenience food; a meat product is now increasingly eaten as an ingredient (in sandwiches and pizzas, for example) and as preserved food such as pork delicatessen. Beef has experienced less favourable price changes than pork and poultry. From food surveys (notably "Eating Habits in France", CCAF, from 1999 to 2010) we propose to review the different factors which go to explain these changes in the consumption of meat products, paying particular attention to pork (fresh cuts and cured products).