



# La crise a amplifié la baisse de consommation de viande

**Impact de la crise économique sur la consommation de viande et évolutions des comportements alimentaires**

**Mots-clés :** Consommation, Economie, Produits élaborés

**Auteur :** Bruno Carlhian<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Agence de Presse Socopag, 9 rue du Buisson Vert, 27130 Verneuil-sur-Avre

\* E-mail de l'auteur correspondant : [bcarlhian@gmail.com](mailto:bcarlhian@gmail.com)

Cet article constitue une présentation d'une analyse de l'unité Produits animaux, pêche et aquaculture de FranceAgriMer publiée en juin dernier dans le cadre des Synthèses de FranceAgriMer (Elevage Viandes n°21).

---

## Résumé :

Dans une étude consacrée à l'impact de la crise économique sur la consommation de viande et aux évolutions des comportements alimentaires, l'unité Produits animaux, pêche et aquaculture de FranceAgriMer a analysé l'évolution des quantités de produits carnés achetées par les ménages français, avant et pendant la crise économique de 2008, en s'appuyant sur les données de suivi de consommation du panel consommateur Kantar Worldpanel. Il en ressort que la baisse de la consommation de viande s'est accélérée depuis la crise, notamment dans les espèces dont les prix ont le plus augmenté. L'examen des achats par familles de produits carnés montre également une évolution favorable aux viandes les moins chères au détriment des plus chères et une préférence donnée aux produits élaborés et à la charcuterie au détriment de la viande de boucherie. Si la baisse du pouvoir d'achat explique en partie ces évolutions, l'étude pointe d'autres facteurs, comme l'évolution des attentes et des comportements des consommateurs à l'égard de leur alimentation.

---

## Abstract: Economic crisis exacerbated meat consumption decline in the French market

This is a summary of a study originally published in June 2015 by the unit "Animal products, fishing and aquaculture" of FranceAgriMer, a French public establishment for agriculture and fishing products. FranceAgriMer's experts analyzed the volumes of meat products purchased by French households before and during the 2008 economic crisis, using the purchasing database of the Kantar world panel. The study revealed that the fall in meat buying accelerated during the crisis period, especially concerning the species whose prices raised the most. The analysis of the different ranges of products also showed a consumption trend more favorable for the less expensive species at the expense of more expensive ones, with a preference for elaborated products and deli meats. If the decline in buying power explains part of these trends, the study draws attention on other factors like consumer's new behavior and expectations of consumers regarding food.

---

## INTRODUCTION

Dans une étude intitulée « La dépense alimentaire des ménages français »<sup>1</sup>, réalisée en 2014 à partir des données de l'Insee, l'unité Analyses transversales de FranceAgriMer avait montré que la baisse de consommation de viande – *i.e.* l'ensemble des viandes de boucherie (viandes de bœuf, de porc, de veau, ovine et chevaline), des produits tripiers, des charcuteries, des volailles, du lapin et du gibier - et celle de poissons et fruits de mer s'était accentuée avec la crise tandis que la consommation de lait, fromages et œufs avait été peu affectée. Ce constat soulevait la question d'un éventuel arbitrage économique des consommateurs, la crise

ayant touché le revenu de nombreux ménages français et affecté leurs dépenses. Ainsi, alors que la dépense de consommation individuelle en volume avait progressé de 1,5% entre 2000 et 2007 selon l'Insee, elle a légèrement reculé entre 2008 et 2013 (-0,1% par an). L'objectif de la nouvelle étude présentée ici est de poursuivre cette analyse à une échelle plus fine, sur la base des données issues du panel consommateur Kantar Worldpanel, qui permettent de connaître les produits achetés, les circuits de distribution, les caractères sociodémographiques du ménage acheteur, etc.

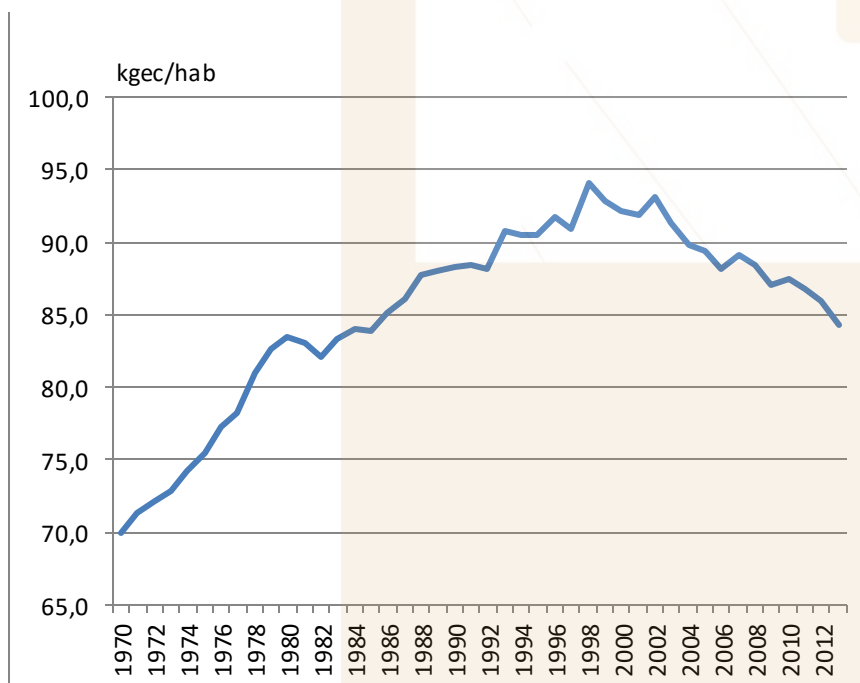
## I. UNE ACCELERATION DE LA BAISSSE DEPUIS 2008, SELON LES DONNEES ETABLIES PAR BILAN

### I.1. Une baisse régulière depuis 25 ans

L'analyse de la consommation de la viande calculée par bilan par FranceAgriMer fait ressortir que la baisse des achats remonte à la fin des années 80 ou au début des années 90 (Figure 1), à l'exception des volailles dont la consommation a continué à se développer (Figure 2). Selon cette approche, la consommation de viande bovine (gros bovin et veau), qui avait atteint son maximum en 1979 (33,0 kgec/hab.) ne s'élève plus qu'à 24,1 kgec/hab. en 2013 (-8,9 kgec/hab. ; -27%). La viande ovine a connu une évolution comparable. Les Français entre 1992 et 2013 ont réduit leur consommation de près de moitié, passant de 5,6 kgec/hab. à

3,1 kgec/hab. (-45%). La consommation de viande chevaline connaît un repli depuis la fin des années 1960 : alors qu'elle était estimée à 1,8 kgec/hab. à la fin des années 1970, elle est, en 2013, inférieure à 300 gec/hab. Après s'être globalement stabilisée autour de 36 kgec/hab. entre 1989 et 2004, la consommation de viande de porc a diminué ces dix dernières années. Entre 2003 et 2013, la baisse atteint 13% (32 kgec/hab. en 2013). À l'inverse, celle de volailles a connu une croissance depuis les années 1970, elle a été multipliée par deux en quarante ans (25,5 kgec/hab. en 2013, contre 12,1 kgec/hab. en 1970) et continue de croître.

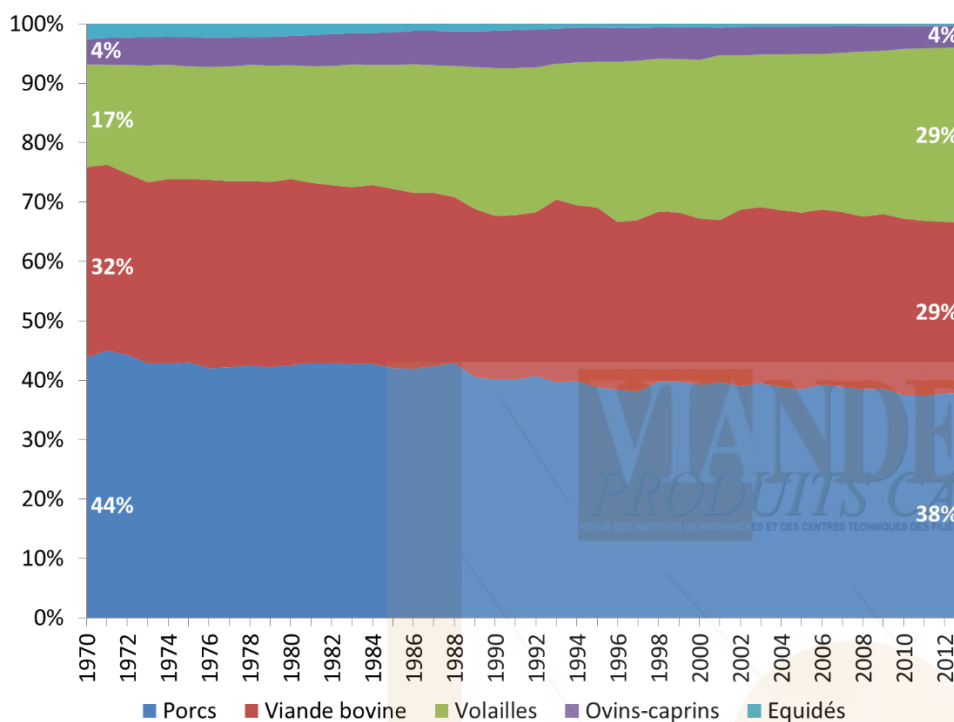
**Figure 1 : La consommation individuelle en France de viande**



Source : FranceAgriMer

<sup>1</sup> La dépense alimentaire des Français résiste à la crise, les synthèses de FranceAgriMer n°4, Consommation, septembre 2014

**Figure 2 : Part en volume des différentes espèces dans la consommation de viande en France**



Source : FranceAgriMer

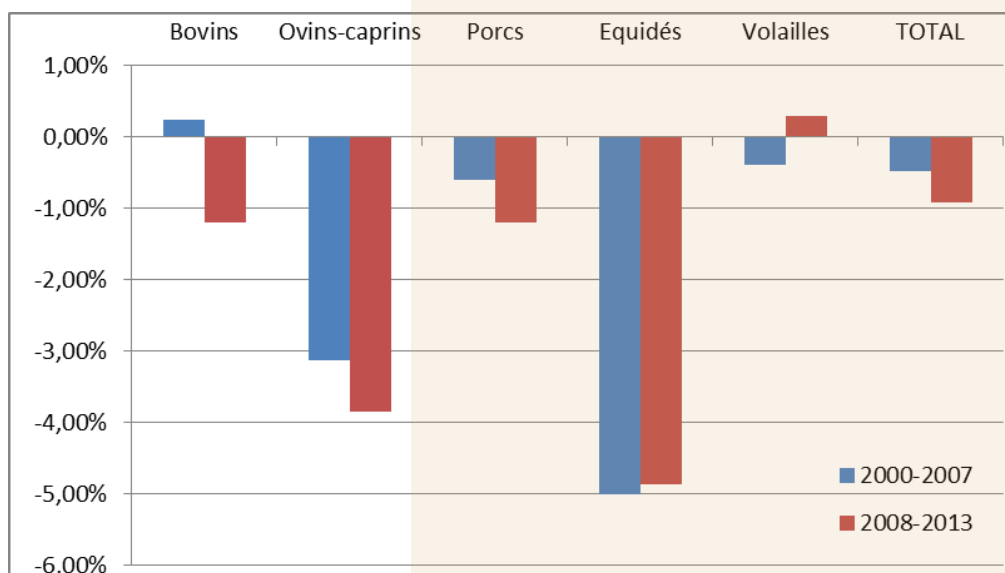
### I.2. La crise a amplifié le phénomène de baisse

L'analyse comparée de l'évolution de la consommation calculée par bilan avant et après 2008 met en lumière le rôle « amplificateur » de la crise. « Ainsi, alors que le recul de la consommation de viandes était de -0,5% par an entre 2000 et 2007, il s'accélère entre 2008 et 2013, avec une baisse moyenne annuelle de -0,9% », relèvent les auteurs de l'étude. En ce qui concerne la consommation de viande bovine, alors qu'elle stagnait entre 2000 et 2007, elle se replie entre 2008 et 2013, avec une diminution moyenne par an de -1,2%. Le repli annuel moyen de la consommation est passé, pour la viande ovine, de -3,1% à -3,9%, pour la viande porcine de -0,6% à -1,2%. À l'inverse, la

consommation de viande de volailles, après avoir légèrement baissé entre 2000 et 2007 (-0,4% en moyenne par an) progresse depuis 2008 (+0,3%), favorisée par des prix moins élevés que ceux des autres viandes.

La déconsommation de viande a touché l'ensemble des pays européens, relève FranceAgriMer. Au niveau de l'UE à 15 pays, la consommation de viande a atteint son maximum en 2001 à 89,3 kgec/hab. et diminue depuis avec un recul qui s'est accentué sur la période récente. On observe également une stagnation ou baisse de la consommation de viande bovine et ovine au profit d'une augmentation de la consommation de viande de volailles.

**Figure 3 : Consommation française de viande : comparaison de l'évolution moyenne annuelle 2008-2013 versus 2000-2007**



Source : FranceAgriMer

## II. DES ARBITRAGES EN FONCTION DU PRIX DES PRODUITS

### II.1. Des évolutions au sein des familles de produits

Si la tendance générale est bien connue, l'analyse du panel consommateur Kantar Worldpanel, qui comptabilise l'ensemble des produits achetés par les ménages (hors restauration hors foyer mais tous circuits de distribution), permet de mettre à jour des évolutions au sein de produits issus d'une même espèce et d'en déduire certains phénomènes de substitutions possibles.

Ces 10 dernières années, la part des viandes de boucherie dans les achats des ménages français de produits carnés a diminué au profit de la charcuterie, note l'étude (Tableau 1).

**Tableau 1 : Évolution de la structure en volume des quantités achetées des ménages français de viande : 2003 vs. 2013**

	2003	2013
<b>Viandes de boucherie</b>	<b>45%</b>	<b>39%</b>
Bœuf	13%	10%
Veau	5%	3%
Mouton	4%	3%
Porc	12%	10%
Cheval	1%	0%
Elaborés de boucherie	11%	12%
<b>Volailles</b>	<b>24%</b>	<b>25%</b>
Poulet	10%	11%
Dinde	5%	3%
Autres volailles	3%	3%
Lapins	2%	1%
Elaborés de volailles	5%	6%
<b>Charcuterie</b>	<b>27%</b>	<b>32%</b>
Jambon	9%	11%
Autre charcuterie	18%	21%
<b>Viandes surgelées</b>	<b>4%</b>	<b>5%</b>
<b>TOTAL VIANDE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Or, pendant cette période, les évolutions de prix ont suivi des trajectoires très différentes. « Alors que les volumes de viandes achetées ont reculé de 3% en 10 ans, les sommes dépensées ont crû de 17%, du fait d'une élévation du prix moyen de 21%, soit environ 1,70 euro en plus par kilo de produit fini », soulignent les auteurs (Tableau 2). « Cependant, le prix du jambon et des autres charcuteries, dont la part dans les achats a progressé, ont progressé plus faiblement, respectivement de +6% et +13% contre +30% pour l'ensemble des viandes de boucherie », poursuivent-ils.

**Tableau 2 : Évolution de la structure en valeur des sommes dépensées par les ménages français de viande : 2003 vs. 2013**

	2003	2013
<b>Viandes de boucherie</b>	<b>48%</b>	<b>43%</b>
Bœuf	16%	14%
Veau	7%	6%
Mouton	5%	4%
Porc	8%	7%
Cheval	1%	1%
Elaborés de boucherie	10%	12%
<b>Volailles</b>	<b>19%</b>	<b>21%</b>
Poulet	6%	8%
Dinde	4%	3%
Autres volailles	3%	3%
Lapins	2%	1%
Elaborés de volailles	5%	6%
<b>Charcuterie</b>	<b>31%</b>	<b>33%</b>
Jambon	12%	13%
Autre charcuterie	19%	20%
<b>Viandes surgelées</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>
<b>TOTAL VIANDE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

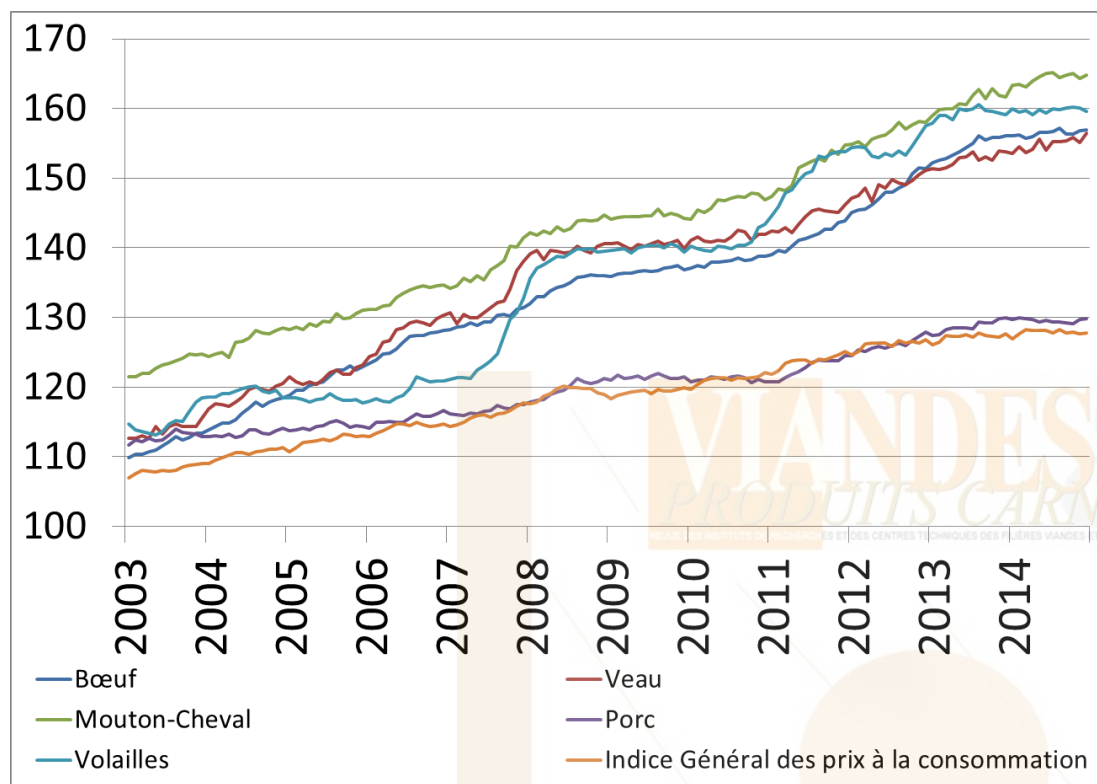
Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### II.2. Des différences de volumes d'achat en fonction de l'évolution du prix

Pour analyser comment la crise économique, débutée en 2008, a pu influencer cette évolution de long terme, FranceAgriMer a comparé l'évolution annuelle moyenne des achats avant la crise (entre 2003 et 2007) avec celle d'après le début de la crise économique (entre 2009 et 2013). L'année 2008 exceptionnelle en termes d'évolution des prix des produits alimentaires, directement liée à la volatilité sur les marchés internationaux des matières premières, a été exclue de l'échantillon pour ne pas fausser l'analyse. Lors de la période 2009-2013, quasiment tous les produits ont connu une augmentation de leur prix supérieure à celle observée lors de la période 2003-2007, à l'exception de la viande hachée, du veau et du poulet dont le prix augmente de manière moindre. Par ailleurs, sur la période 2009-2013, les élaborés de volailles, le jambon et les autres charcuteries sont les produits dont le prix a le moins augmenté.

L'observation de l'évolution des achats des ménages à travers le panel consommateur Kantar Worldpanel montre les mêmes tendances que celles observées avec la consommation par bilan, relève FranceAgriMer. Les volumes de volailles achetées ont augmenté avec la crise économique (Figure 4) : les achats de poulet qui stagnaient avant 2007 renouent avec la hausse à partir de 2009 ; la baisse de consommation de dinde se ralentit (-5,1% entre 2003 et 2007 contre -1,5% entre 2009 et 2013). Les viandes ovine et bovine perdent des volumes plus rapidement après 2008. La consommation de viande porcine diminue de manière moins rapide à partir de 2009. Malgré une hausse de son prix de 4% en moyenne par an entre 2009 et 2013, la viande porcine fraîche reste la viande de boucherie la moins chère. Au global, ce sont les viandes les moins chères qui ont été privilégiées lors de la période 2009-2013, à savoir les viandes blanches (volaille et porc).

**Figure 4 : Évolution de l'indice des prix des viandes à la consommation**



Source : Insee

### III. Un comportement alimentaire en mutation

#### III.1. Une frugalité contrainte ou subie

Depuis la crise, les consommateurs font des arbitrages à l'intérieur des différents postes alimentaires. Le pain, les céréales et les produits sucrés « profitent » de la crise alors que la baisse des dépenses en viandes et en produits aquatiques s'accroît. Ainsi, les volumes consommés ont augmenté pour les produits ayant le meilleur ratio prix/calories ingérés.

Depuis le début de la crise économique, une frugalité contrainte ou choisie est observée. Selon le Crédoc (Enquête consommation, 2013), 48% des Français ont adopté des

comportements de frugalité contrainte, 14% de frugalité choisie. Ainsi, seuls 38% des Français n'ont pas modifié leur façon de consommer. Ces comportements, pour l'alimentation, peuvent prendre différentes formes : acheter moins souvent des produits alimentaires peu nécessaires (19%), diminuer les quantités achetées (16%). Par ailleurs, 35% des consommateurs pensent qu'ils diminueront leur consommation de viande dans les deux prochaines années (Enquête consommation, Crédoc, 2013).

#### III.2. De nouveaux besoins de la société française

Les évolutions de la société ont fait émerger de nouveaux comportements qui peuvent également expliquer la déconsommation de la viande. Les auteurs de l'étude citent en premier lieu la diminution de la taille des ménages français : 2,3 personnes en moyenne en 2011 contre 3,1 en 1968. « En conséquence, les volumes achetés par ménage sont moins importants, des portions plus réduites ou individuelles sont davantage recherchées, les repas sont simplifiés et sont désormais en général constitués simplement d'une entrée et d'un plat ou d'un plat et d'un dessert ». L'étude cite également la réduction du temps consacré à la préparation des repas<sup>2</sup> et la hausse du taux d'équipement des ménages en appareils ménagers (comme le four à micro-onde). « Les consommateurs cuisiniers sont désormais à la recherche de produits ayant un long délai de conservation, ne demandant pas ou peu de préparation, avec

un temps de cuisson réduit et faciles à préparer », note l'étude. « Par ailleurs, les repas préparés doivent plaire à toute la famille. En partie, pour ces différentes raisons, les produits élaborés progressent (cordons bleus, steaks hachés, etc.) ainsi que la charcuterie et les découpes de volailles qui se sont développées depuis plus de 10 ans ». La crise économique de 2008 n'a pas freiné leur développement, malgré des prix parfois plus élevés. A contrario, les viandes demandant plus de temps de préparation continuent à régresser et beaucoup plus rapidement avec la crise. « Même si leur prix est relativement plus faible, les morceaux à bouillir et les abats sont moins fortement consommés qu'auparavant. Le facteur praticité joue ainsi un rôle important dans la décision d'achat, le facteur prix jouant plus pour discriminer entre produits semblables », concluent les auteurs.

<sup>2</sup> Selon le Crédoc (enquête CCAF), le temps de préparation du dîner est ainsi passé de 42 mn à 28 mn en semaine, de 60 mn à 37 mn le week-end en plus de 20 ans.

En 10 ans, la part en volume de l'ensemble des viandes brutes non transformées est passée de 53% à 45%, celle des produits élaborés de 16% à 19% et celle de la charcuterie de 27% à 31%. Parmi les viandes brutes, la part accordée en volume aux viandes de boucherie à bouillir et à rôtir a diminué de 1 point. La part des volailles entières augmente de 1 point alors que celle des découpes de volailles augmente de 4 points. La crise économique a accentué ces tendances : la croissance annuelle moyenne des découpes de poulet, ou encore des élaborés de volailles, a augmenté sur la période 2009-2013 par rapport à 2003-2007. À l'inverse, la crise économique a renforcé la baisse de consommation des morceaux à bouillir ou des produits tripiers. Quant à la charcuterie, les achats se sont repris sur la période 2009-2013 par rapport à 2003-2007.

### III.3. Des argumentaires défavorables à la consommation de viande

L'étude pointe également la responsabilité du développement de « plusieurs argumentaires de nature différente mais convergents » dans leur prescription pour consommer moins de viande. L'étude cite successivement « la communication d'études évoquant le possible lien entre la forte consommation de viandes rouges et cancer »<sup>3</sup>, la mise en place de différents programmes nationaux, (PPNS, GERMRCN), qui ont préconisé une baisse globale de la consommation des protéines animales. « Différents travaux de modélisation ont ainsi montré qu'une information nutritionnelle validée et consensuelle a un effet significatif

## CONCLUSION

La crise économique, en réduisant le pouvoir d'achat des ménages, a renforcé une tendance baissière préexistante, concluent les auteurs de l'étude. « Manger moins de viande est désormais un comportement, choisi ou plus ou moins subi, intégré par un certain nombre de ménages français », écrivent-ils. Une tendance qui contraste avec l'évolution observée depuis plusieurs années dans les pays en

Incité par le développement d'émissions culinaires, le retour du « fait maison » explique la hausse des achats de certains produits de base comme le lait, les lardons, les œufs, etc. Cependant, cette pratique reste occasionnelle, cantonnée à un cadre ludique, le marché étant orienté par la recherche de produits pratiques, prêts à utiliser pour la semaine.

Les industriels se sont adaptés à ces évolutions en proposant de nouveaux produits, plus élaborés, pour répondre aux attentes des consommateurs et à leur nouveau mode de vie, note l'étude. « D'une certaine façon, le développement des produits industriels a contribué à la standardisation des produits carnés », soulignent les auteurs. Par ailleurs, les innovations ont été plus fortes dans le secteur de la viande blanche, ce qui explique en partie le maintien de leur niveau de consommation.

sur les tendances majeures de consommation »<sup>4</sup>. Enfin, l'étude cite la montée des préoccupations liées à la durabilité de la consommation de viande, les campagnes de communication relayées par des personnalités publiques (Paul McCartney, Brigitte Bardot) et l'émergence du « flexitarisme »<sup>5</sup>. Autant de phénomènes qui contribuent à expliquer la baisse de la portion journalière consommée de viande. Un adulte consommait en effet en moyenne 129 g/j en 2013 contre 158 g/j en 2010 ; et un enfant ingère 93 g/j en 2013 contre 112 g/j en 2010 (enquêtes CCAF 2010 et 2014 – Crédoc).

développement. Selon les projections de la FAO, la hausse de la consommation de viande dans ces pays devrait continuer à augmenter : par exemple, en Asie du Sud, la hausse serait de 4,2% par an jusqu'en 2050, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord de 2,3% par an alors que, dans les pays développés, elle ne dépasserait pas 0,4% par an.

<sup>3</sup> Cf. les travaux effectués par la cohorte EPIC (European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition) - <http://epic.iarc.fr>.

<sup>4</sup> Combris, P., Maire, B., Réquillart, V., 2011. Consommation et consommateurs, In: duALIne – durabilité de l'alimentation face à de nouveaux enjeux. Question à la recherche, Esnouf, C., Russel, M. et Bricas, N. (Coords.), Rapport Inra-Cirad (France), 27-44.

<sup>5</sup> Selon une enquête d'Opinion Way pour Terra Eco en 2012, 27% des non végétariens seraient prêts à devenir au moins flexitariens, voire végétariens.