

La consommation des produits carnés

La consommation dans le monde

Des évolutions globales très optimistes

La progression de la consommation mondiale de viande, supérieure à la croissance démographique, est remarquable par son ampleur (tableau 1). Sur le moyen terme, toutes les filières, y compris la filière bovine, ont bénéficié d'évolutions positives. De plus, cette croissance s'est poursuivie ces dernières années malgré les crises sanitaires.

En terme de parts de marché, la viande bovine, et dans une moindre mesure la viande ovine, ont perdu du terrain au profit principalement de la volaille (tableau 2).

Mais d'importantes disparités selon les pays

Ces évolutions globales, pour intéressantes qu'elles soient, doivent être relativisées, car elles masquent des situations très différentes selon les pays. L'évolution comparée de la consommation globale en fonction de la population, sur la période 1990-2000, permet de distinguer quatre groupes de pays :

- des pays dont la consommation a augmenté beaucoup plus vite que la population (Brésil, Chine, Mexique, Thaïlande, Argentine, Inde). La croissance s'explique en grande partie par un développement de la consommation individuelle ;
- des pays où la consommation a augmenté dans des proportions comparables à celle de la population. Il s'agit majoritairement de pays

développés (USA, Canada, Australie, Nouvelle-Zélande) dont le niveau individuel de consommation est élevé. La progression de la consommation totale se poursuit uniquement grâce à la croissance démographique (qui est restée relativement soutenue) et non par le biais de la consommation individuelle ;

- des pays développés (Union européenne et Japon) où la croissance démographique s'est sérieusement ralentie et dont la consommation de viande a relativement peu progressé ;
- des pays d'Europe de l'Est (Russie, Pologne, Hongrie) qui ont vu leur consommation régresser au cours de cette période de transition vers l'économie de marché, alors que la démographie était stable ou légèrement négative.

Dans les pays riches, la consommation individuelle ne progresse plus

Dans l'ensemble, les pays les plus riches sont généralement les plus gros consommateurs de viande, avec toutefois quelques exceptions, par exemple le Japon, dont les habitudes culinaires sont orientées vers les produits de la mer ou l'Argentine, dont l'alimentation privilégiée a contrario les produits carnés.

Des pays à revenu moyen comparable peuvent avoir des niveaux de consommation très différents (Brésil et Thaïlande). De même, des pays à revenu par habitant très différents peuvent avoir des niveaux de consommation voisins (Russie et Japon). D'autres facteurs, d'ordre sociologique et culturel, jouent également un rôle déterminant sur le niveau de consommation.

Entre 1990 et 2000, la hausse du revenu moyen par habitant n'a eu un impact marqué sur l'évolution de la consommation individuelle que dans les pays où le revenu moyen de départ était faible, tels que la Chine, le Brésil, le Mexique, la Thaïlande. Plus récemment, l'effet positif du revenu s'est notamment vérifié en Russie et en Europe de l'Est, où la reprise de la consommation est à relier à l'amélioration de la situation économique. A contrario, la crise économique en Argentine s'est traduite par une chute de consommation de près de 20 % en 2002.

Mais dans les pays développés, même lorsque le revenu moyen par habitant a continué de s'accroître, la consommation n'a pas connu de hausse importante. Ainsi, dans les pays les plus riches (USA, Canada, Union

Tableau 1. Consommation mondiale de viandes et produits carnés (millions de tonnes-équivalent carcasse - tec). Sources : FAO, Banque Mondiale.

	1990	2001	2002 ⁽¹⁾	Variations	
				1990-2002 ⁽¹⁾	2001-2002 ⁽¹⁾
Bovin	55,7	59,3	61,0	+ 9 %	+ 2,8 %
Porc	69,9	91,1	93,3	+ 19 %	+ 1,8 %
Volaille	41,0	69,6	71,6	+ 33 %	+ 2,4 %
Ovin	9,7	11,3	11,5	+ 75 %	+ 2,9 %
Total (millions de tec)	179,8	231,3	237,4	+ 32 %	+ 2,6 %
Population (millions habitants)	5 256	6 137	6 206	+ 18 %	+ 1,2 %
Consommation par habitant (kg/an)	34,2	37,7	38,3	+ 12 %	+ 1,4 %

⁽¹⁾ estimations.

Tableau 2. Evolution des parts de marché (%) des différentes espèces. Source : Ofival d'après FAO.

	1990	2002 ⁽¹⁾	Variation 1990-2002 ⁽¹⁾
Bovin	31,0	25,7	-5,3
Ovin	5,4	4,8	-0,6
Porc	38,9	39,3	+ 0,4
Volaille	22,8	30,2	+7,4

⁽¹⁾ estimations.

européenne, Japon), la consommation individuelle s'est pratiquement stabilisée depuis dix ans au niveau où elle se trouvait en 1990, quel que soit ce niveau (de 40 kg/habitant au Japon à 120 kg/habitant aux USA). On ne constate donc pas de phénomène de convergence vers un modèle unique de consommation.

La consommation dans l'Union européenne

La consommation totale tend à se stabiliser

Sur le moyen terme, la croissance de la consommation totale de produits carnés, qui avait repris en 1998 et 1999, tend à s'essouffler. La viande bovine et la viande ovine perdent du terrain au profit de la volaille (tableau 3).

L'impact négatif des deux crises successives de l'ESB sur la consommation de viande bovine tend à s'estomper, mais la tendance demeure orientée à la baisse. La viande ovine, dont l'évolution de moyen terme est également négative, a connu en outre une pénurie d'offre sur le marché européen, liée à l'épizootie de fièvre aphteuse de 2001, et qui persiste encore aujourd'hui.

La consommation de viande de porc est influencée par l'évolution cyclique du marché du porc en Europe. Stimulée par la baisse de son prix relatif en 1998 et 1999, elle a peu bénéficié de la 2^{ème} crise bovine en raison d'une forte hausse des prix de détail et se situe encore aujourd'hui en retrait par rapport au niveau maximal atteint en 1999.

La volaille a été la principale bénéficiaire des reports de consommation en provenance de la viande bovine. Malgré un repli en 2002,

la tendance de fond demeure positive. En effet, si l'on fait abstraction de l'année 2001 qui avait bénéficié d'une conjoncture tout à fait exceptionnelle, le niveau atteint en 2002 est le plus élevé jamais enregistré dans l'Union européenne.

Il subsiste d'importantes disparités selon les pays au sein de l'Union européenne, tant en terme de niveau de consommation (70 à 115 kg/habitant) que d'évolution (de - 7 % à + 38 % de 1991 à 2002). Ils reflètent une grande diversité dans les comportements de consommation, que les panels permettent de confirmer et d'affiner.

Des réactions très différentes face à la crise bovine

Les panels de consommateurs permettent de comparer le comportement des ménages italiens, allemands et français après la 2^{ème} crise bovine de novembre 2001. Après une chute brutale des achats de viande bovine, la remontée a été lente et progressive en France et en Allemagne. Les achats se sont stabilisés à un niveau inférieur à celui d'avant la crise, avec un déficit plus important en Allemagne (- 20 %) qu'en France (- 5 à 10 %). La remontée a été plus rapide en Italie, mais les achats ont connu un nouveau repli de grande ampleur début 2002 après l'annonce du premier cas humain de maladie de Kreutzfeld-Jacob nv. Ils ont ensuite retrouvé leur niveau antérieur.

Les reports de consommation vers les autres viandes se sont également effectués de façon différente dans ces trois pays. En Italie, les achats se sont reportés de façon très nette vers le porc frais (ainsi que vers les produits élaborés) au moment des chutes de consommation de viande bovine. Ils ont été à peine perceptibles vers la volaille. En Allemagne au contraire, c'est la volaille qui a bénéficié d'un report modéré, alors qu'il a été inexistant vers le porc frais. En France, la volaille, le porc frais et la viande ovine ont bénéficié de reports limités et de courte durée.

Dans ces trois pays, les transferts de consommation ont été éphémères, et ont cessé dès que les achats de viande bovine ont commencé à remonter. La crise n'a donc pas modifié de façon profonde et durable les habitudes d'achat, à l'exception du déficit persistant en viande bovine en Allemagne et en France.

Des profils d'acheteurs très différenciés selon les pays

En France, les ménages de moins de 35 ans achètent en moyenne deux fois moins de viande et volaille que leurs aînés de plus de 50 ans. La désaffection des jeunes est encore plus nette pour certains produits (viande ovine, pintade). Un phénomène du même ordre se constate en Allemagne, de façon encore plus marquée, alors qu'en Italie, le profil de clientèle par tranches d'âge est beaucoup plus équilibré.

Tableau 3. Evolution de la consommation individuelle moyenne (kg/habitant) dans l'Union Européenne. Source : Ofival d'après Eurostat.

	1990	2001	2002 ⁽¹⁾	Variations	
				1990-2002 ⁽¹⁾	2001-2002 ⁽¹⁾
Viande bovine	22,0	17,7	19,4	- 12 %	+ 9,7 %
Viande ovine	4,2	3,4	3,5	- 17 %	+ 1,1 %
Viande porcine	40,5	43,5	42,6	+ 5 %	- 2,1 %
Volaille	18,4	23,3	22,8	+ 24 %	- 2,5 %
Total	85,1	87,9	88,2	+ 4 %	+ 0,3 %

⁽¹⁾ estimations.

L'Allemagne se démarque des deux autres pays par le rôle particulièrement discriminant du revenu sur le niveau d'achat de viande et volaille (à l'exclusion de la charcuterie). En moyenne, la tranche de population la plus âgée achète trois fois plus que la catégorie la plus modeste. En Italie, le profil d'achat par tranches de revenu est équilibré, alors qu'en France, les ménages aisés sont plutôt 'sous-acheteurs' (même si ces résultats doivent être relativisés compte tenu de l'effet de taille du ménage).

En terme d'évolution, le profil des ménages acheteurs est devenu plus âgé en France entre 1990 et 2001, et ceci pour toutes les viandes et volailles sans exception. L'évolution du profil de clientèle en fonction du revenu est plus nuancée. Les viandes positionnées sur une clientèle plutôt aisée (veau, viande ovine, canard, pintade, lapin) ont accentué ce profil. Les produits positionnés sur une clientèle plutôt modeste (porc, dinde) ou neutre (bœuf, poulet) ont évolué vers un profil plus modeste.

Ces évolutions préoccupantes en matière de positionnement des viandes et volailles en France ne se retrouvent toutefois pas de façon systématique dans les autres pays. Ainsi, en Italie, le veau, la viande ovine et le porc ont au contraire rajeuni leur clientèle entre 1998 et 2001. Dans ce pays, la viande

ovine, qui avait encore en 1998 une cible d'acheteurs typiquement âgés et modestes, évolue vers une cible plus jeune et aisée. Les viandes bovines (bœuf et veau) ont également une cible plutôt jeune et aisée.

Abstract

Meat consumption trends in the world and the European Union.

The overall growth in the world during the past ten years, related to the increasing population and average earnings, has been more significant in developing countries where starting individual incomes are low. However, in countries with the highest individual incomes (USA, Canada, EU, Japan), few changes in individual meat consumption have occurred since 1990.

In the EU, global meat consumption is increasing more and more slightly, with a move from beef and lamb to poultry. Nevertheless, the global level of meat consumption, the relative share of beef, lamb, pork and poultry, and trends are still different in various EU countries. In Italy, Germany and France, households panel data show great differences in consumer behaviour, particularly since the BSE crisis, and in consumer segmentation.

DEVINE R., 2003. La consommation des produits carnés. INRA Prod. Anim., 16, 325-327.

