

Evolution de la consommation quelles opportunités pour les producteurs?



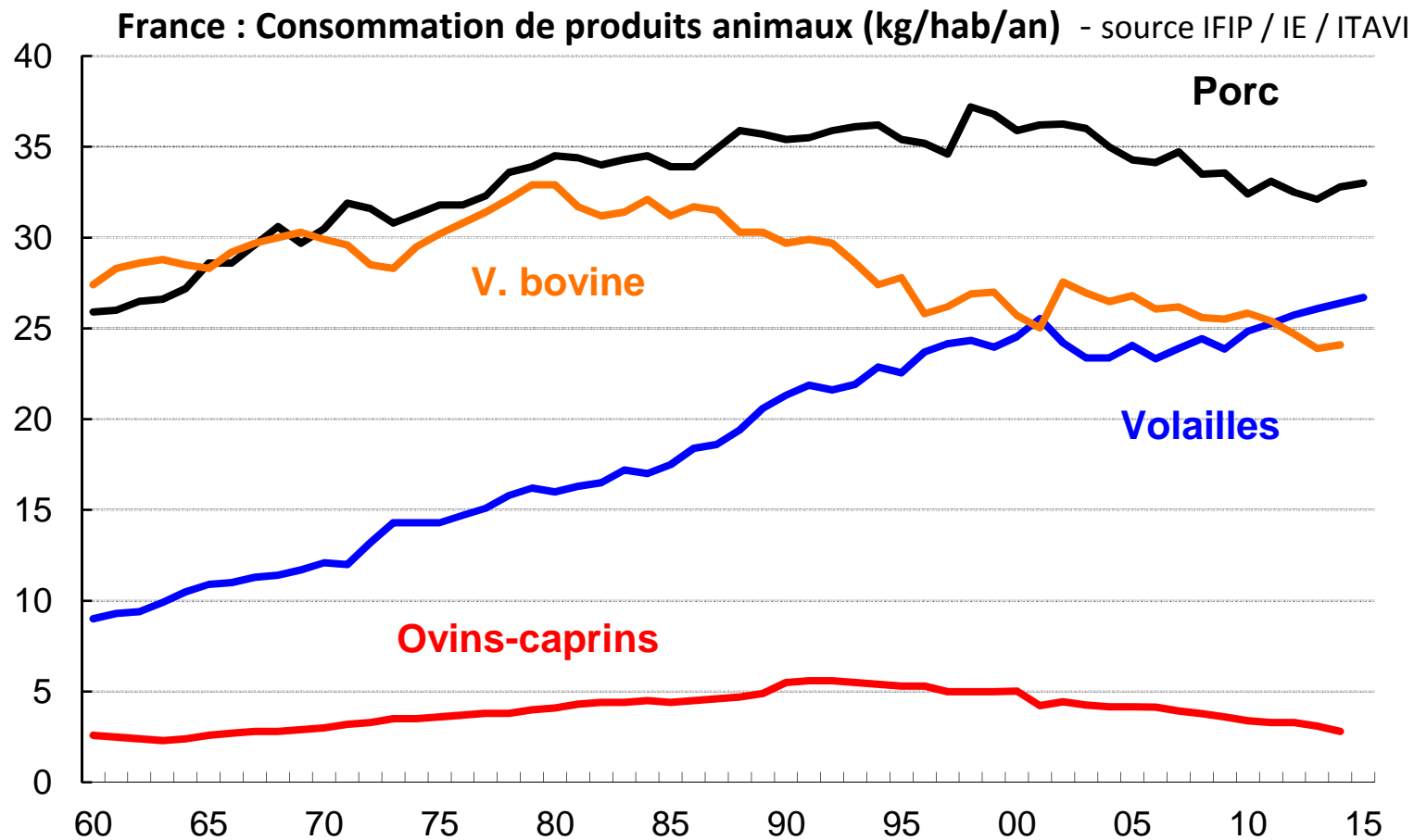
Vincent Legendre
Pôle Economie - IFIP

30 novembre 2016

- Des tendances de consommation en pleine évolution

- Quelles pistes pour y répondre ?
- Quelles opportunités pour les producteurs ?
 - Démarches de différenciation des produits
 - Diversification des circuits de commercialisation

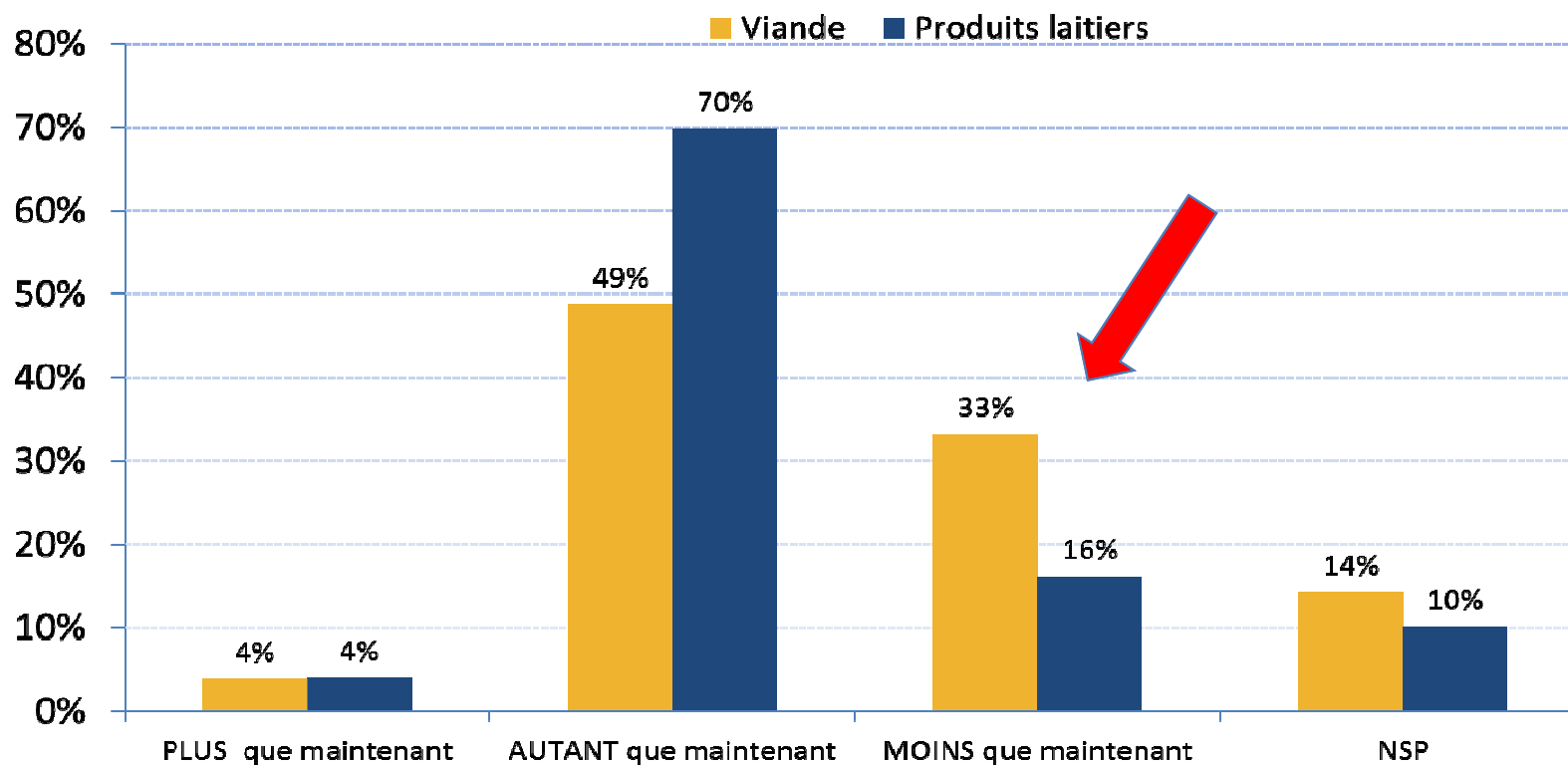
Le porc est la première viande consommée en France



Tendance à la baisse de la consommation de viande

→ Dans les deux prochaines années, 33% des français diminueront leur consommation de viande, et 16% de produits laitiers (Crédoc 2015)

% *Pensez-vous que dans les deux prochaines années, vous achèterez... ?*



De nombreuses attentes

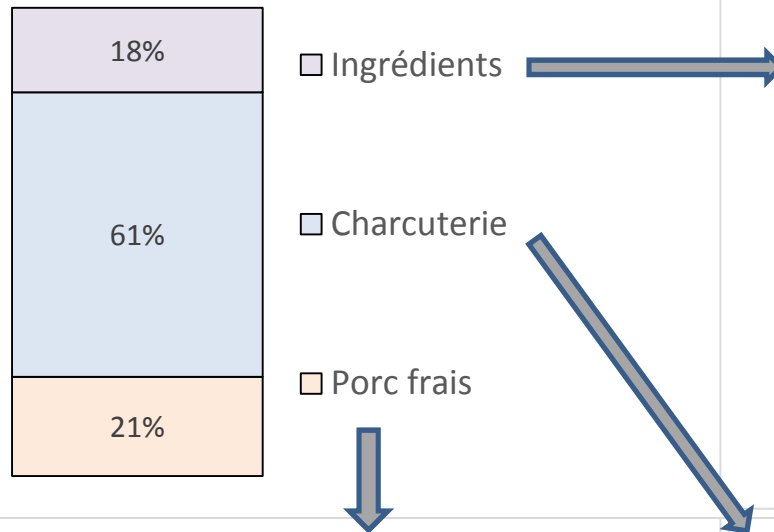
- Goût, plaisir de consommer
- Santé, qualité nutritionnelle
- Sécurité sanitaire
- Connaissance des produits
 - Origine,
 - Informations sur la production
- Aspects éthiques
 - Bien-être animal, respect de l'environnement
- Praticité, rapidité
 - De consommation
 - De préparation des produits
 - D'achat
- Prix



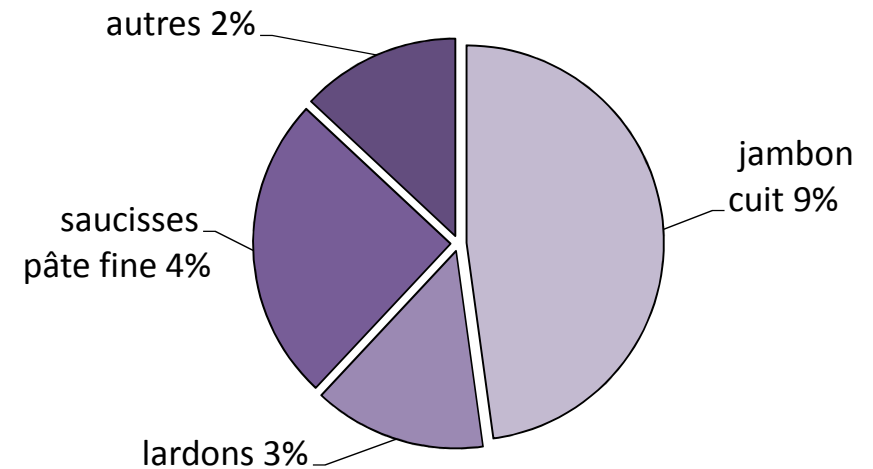
Diversification des usages des produits

Structure du porc consommé - 2014

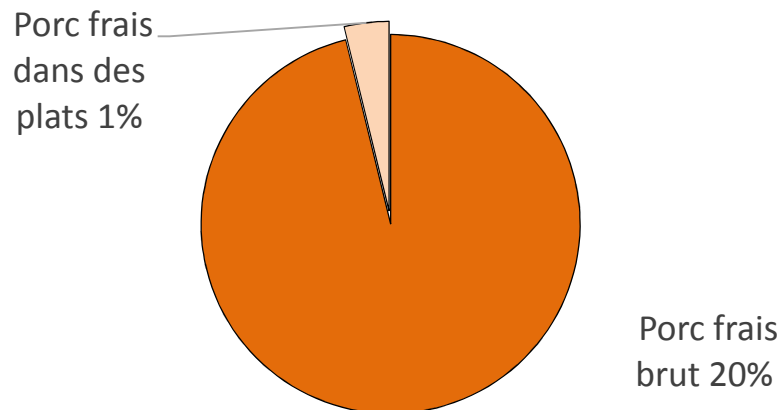
Consommation globale de porc



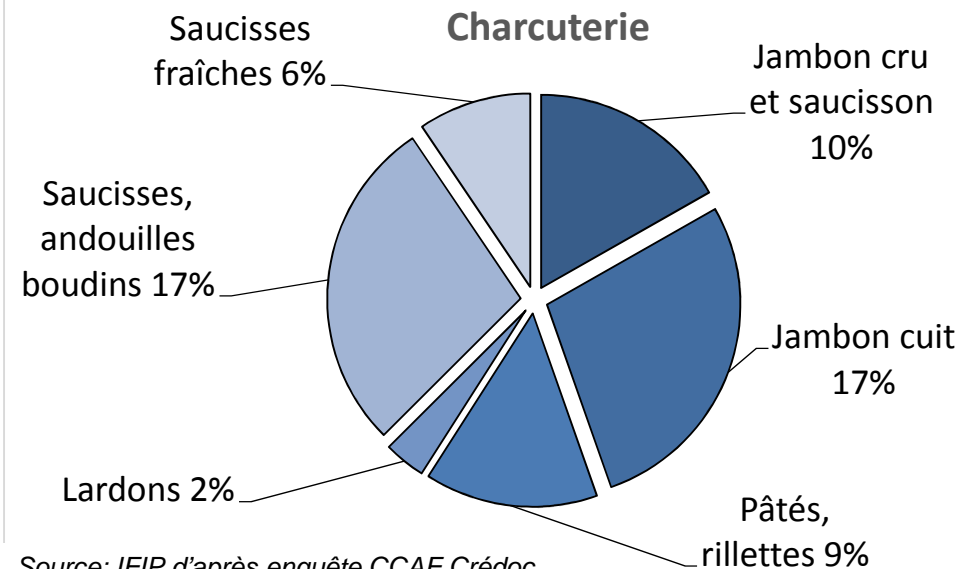
Ingrédients



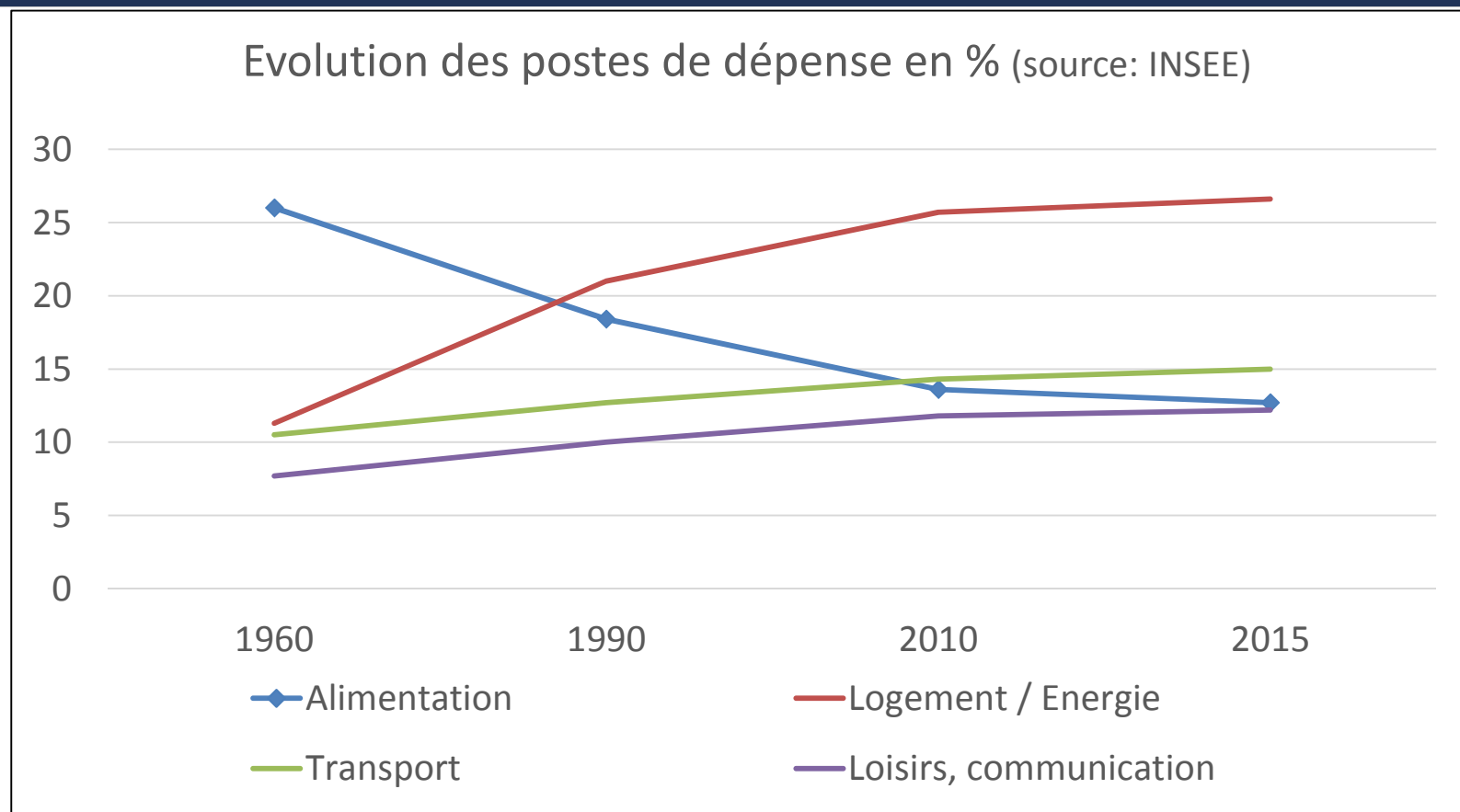
Porc frais



Charcuterie



Source: IFIP d'après enquête CCAF Crédoc

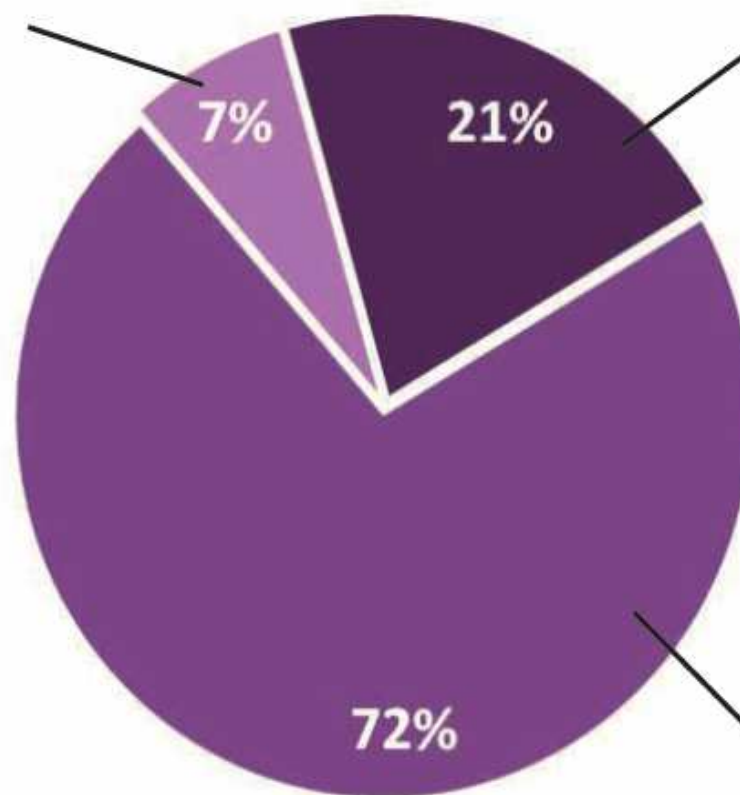


- La part de l'alimentation dans les dépenses recule
- Nécessité d'arbitrage: « pouvoir » d'achat... et « vouloir » d'achat
- Concurrence accrue entre les différents produits carnés

Place du critère « prix » dans le choix

- Importance du rapport « qualité-prix », plus que du prix lui-même (enquête IFOP / Culture Viande 2014)

Le prix n'a pas vraiment d'importance au moment de faire votre choix



Le prix est le plus important au moment de faire votre choix

Le prix est important mais ce n'est pas votre premier critère de choix

Répondre aux attentes sociétales

■ Démarches de production « alternatives »



■ Croissance de l'offre « sans antibiotique »



■ Prise en compte du bien-être animal



Rapprocher l'éleveur du consommateur



- Des produits « locaux », des liens renforcés entre éleveurs et consommateurs



NOUVEAU
Le bon jambon breton
Une tranche généreuse et gourmande de 50 g
PORCS NÉS ET ÉLEVÉS EN BRETAGNE

De nouvelles façons de s'approvisionner



- Recherche de praticité, de proximité, de conseil / de savoir-faire

	Part de marché (2015) – circuits pour la consommation à domicile	
	Porc frais	Charcuterie
TOTAL	100,0%	100,0%
Hypermarchés / Supermarchés	69,7%	66,1%
Hard discount	8,9%	14,9%
Proximité (supérettes)	3,8%	4,9%
On line (drive, etc.)	1,0%	3,3%
Boucheries charcuteries trad.	10,6%	6,5%
Marchés & foires	2,7%	2,5%
Autres circuits / vente directe	3,3%	1,8%

- Remise en question des grands hypermarchés
- Essor du commerce en ligne
- Développement de nouveaux circuits
 - Magasins spécialisés, magasins de producteurs, vente directe...

Implication croissante des producteurs dans les débouchés des produits

- Une valorisation mieux contrôlée par les producteurs
- De nouveaux circuits de commercialisation se structurent



- Pourcentage de ménages acheteurs encore modeste, mais qui se consolide

Porc frais - 2015	Grandes Surfaces Frais	Marchés forains	Vente Directe
% de ménages acheteurs	3,6	6,8	2,2
Niveau Moyen d Achat (kg/an)	2,7	3,0	4,7

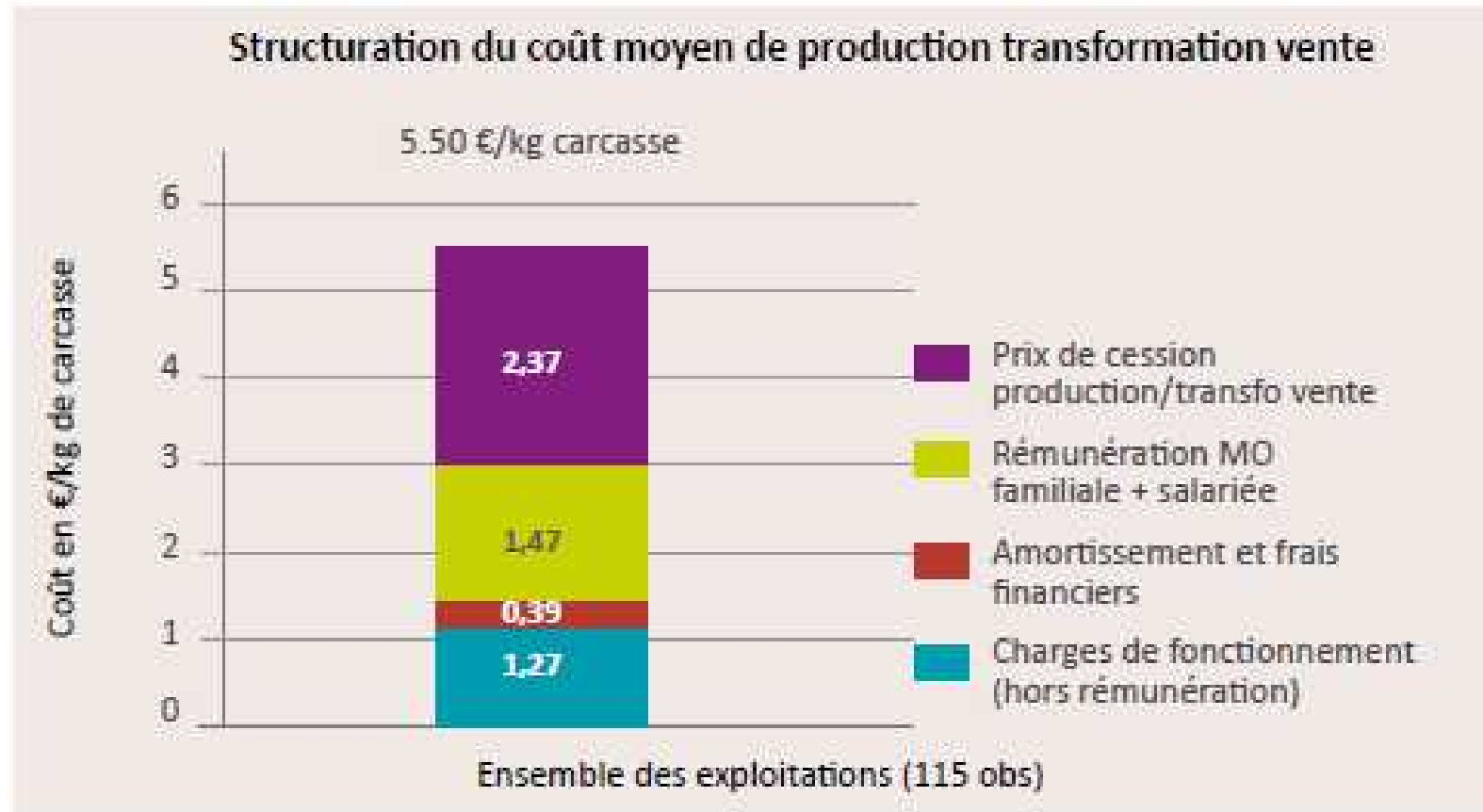
Charcuterie - 2015	Grandes Surfaces Frais	Marchés forains	Vente Directe
% de ménages acheteurs	6,4	16,0	4,1
Niveau Moyen d Achat (kg/an)	2,1	4,7	4,3

- Une enquête auprès de 115 exploitations de nature variée
 - Analyse des pratiques, du fonctionnement, des trajectoires
 - Estimation des coûts

- Pratiques
 - Moyenne de 240 porcs abattus / an (de 15... à 2 850)
 - Distance moyenne: 90 km de l'abattoir
 - 60% réalisent la découpe directement à la ferme
 - Temps de travail (toutes étapes de transformation): 16 h / porc

- Modes de vente
 - 45% des exploitations vendent uniquement en direct (sur place, marchés...) / 55% vendent aussi à des intermédiaires
 - Variété des produits fabriqués

- Coût total de transformation / vente: 5,50 €/kg de carcasse



- Rentabilité: valorisation moyenne de 707 € / porc
- Forte variabilité des résultats

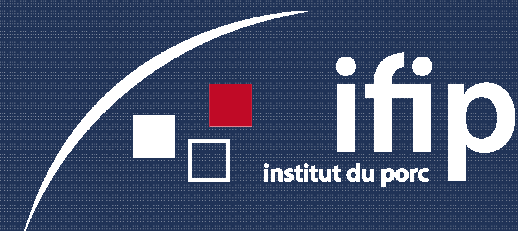
- Diversité des attentes, des comportements, des profils...
 - Des consommateurs à séduire, des opportunités pour les filières
 - Une recherche de « qualité »

- Des paradoxes
 - Des consommateurs surinformés...
 - ...mais qui ont besoin d'être rassurés
 - Des questions, des méconnaissances

- Aller à la rencontre des consommateurs
 - Transparence, assurance, confiance

- Leur (re)donner envie
 - Raconter une histoire authentique
 - Montrer son savoir-faire, son professionnalisme

Merci de votre attention



www.ifip.asso.fr

Vincent Legendre
05.62.16.61.75
vincent.legendre@ifip.asso.fr