

### Une baisse de la consommation globale modérée

Les différents indicateurs disponibles s'accordent sur une baisse de la consommation de viande en 2003. Cette évolution s'inscrit dans une tendance à moyen terme marquée par une certaine redistribution entre les viandes alors que la consommation globale ne progresse plus. La consommation des viandes de boucherie, évaluée par bilan est en léger recul (-1%). La consommation de viande de porc, qui représente plus de la moitié des volumes de viande de boucherie reste stable. La quantité de viandes bovines diminue de près de 2%. La consommation des viandes ovines et équines se dégrade davantage (-4% et -11%). La consommation de viande de volaille, dont les volumes sont presque équivalents à ceux des viandes bovines, est également orientée à la baisse (-1%). Cette notion de consommation représente l'ensemble des utilisations des viandes disponibles sur le territoire national : consommation par les ménages, achats des entreprises de restauration hors foyer, transformation par les traiteurs ou l'industrie agroalimentaire.

Les résultats collectés par Sécodip font état de baisses beaucoup plus impor-

tantes, ce qui n'est pas contradictoire car les champs d'observation sont différents. La part de la consommation de viande observée par Sécodip est limitée aux achats des ménages pour leur consommation à domicile. Ce flux tend à diminuer au fil des années. D'une part, au profit de la restauration hors foyer, les conditions de vie favorisant la prise de repas hors du domicile, à proximité du lieu de travail ou d'étude. D'autre part, la consommation des ménages se diversifie au profit de produits traiteurs qui, dans la plupart des cas, sont hors du champ des relevés du panel de ménages. Ces produits sont généralement constitués de divers ingrédients dont il est difficile d'isoler la part de viande. L'écart entre la consommation globale et les achats des ménages est particulièrement net pour le porc. En effet, le panel Sécodip ménages exclut les préparations de charcuterie autre que les jambons qui représentent de gros volumes de viande de porc.

### Les achats des ménages diminuent davantage

En 2003, le mouvement à la baisse des achats enregistré depuis 2000 s'accroît. Les achats des ménages, toutes viandes confondues, diminuent de plus de 3% et se situent 7% en dessous de leur niveau de 2000. Les dépenses engagées diminuent de 2% et le prix moyen de l'ensemble des achats progresse de 1%.

Les achats de l'ensemble des présentations de bœuf diminuent de 2% en glissement annuel, avec des prix en progression de 2%. Le marché du bœuf haché, dont le prix est stable, progresse (+5% sur les quantités). Son prix moyen est inférieur de 30% au prix moyen de l'ensemble des achats de bœuf. Pour le veau et le mouton, les achats baissent respectivement de 3,5% et 5% tandis que les prix sont orientés à la hausse (4% et 3%). La viande ovine est la seule pour laquelle les quantités achetées et les prix évoluent au même rythme au cours des deux semestres de 2003. Il est vrai que

### 2003, une année morose pour

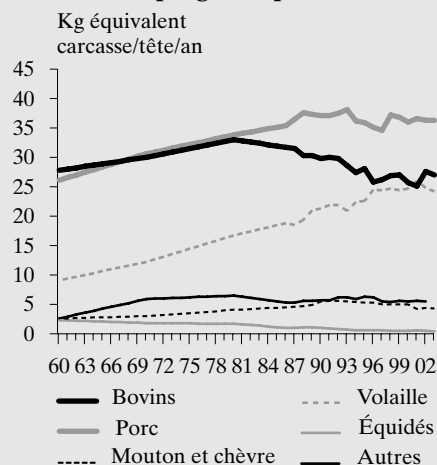
cette viande ne représente que 5% des achats des ménages et la consommation semble s'ajuster sur le faible niveau des approvisionnements. Les achats de viande porcine (jambon inclus) ne sont pas dynamiques (-4%), alors que les prix restent en léger retrait en moyenne annuelle (-1%).

Les achats de viandes de volaille (hors élaborés et lapin) baissent de 5% avec un prix moyen stable. Les achats de lapin, qui ne représentent que 2% de l'ensemble, sont en net retrait (-14%), ce qui est cohérent avec le repli des importations que mentionnent les statistiques douanières (-28% en tonnage) et celui des abattements constatés par le Scees (-7%). Le prix moyen du lapin reste stable.

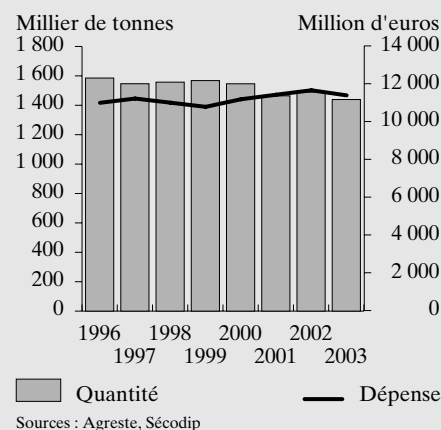
### Une situation plus dégradée au second semestre

Pour l'ensemble des viandes de boucherie, les volumes achetés ont diminué de 2% au premier semestre de 2003. Cette baisse s'est accentuée au second semestre (-5%). La chaleur exceptionnelle de l'été a eu un effet très négatif sur la consommation de viande. En moyenne sur juillet et août, les volumes de viande achetés ont baissé de 7%. Les sommes dépensées ont baissé de 3% au premier semestre et de moins de 2% au second. Ainsi le prix moyen des viandes de boucherie

### Depuis les années 1980, la consommation de viande ne progresse plus



### Depuis 2000, les ménages ont augmenté leurs dépenses sans maintenir le niveau de leurs achats



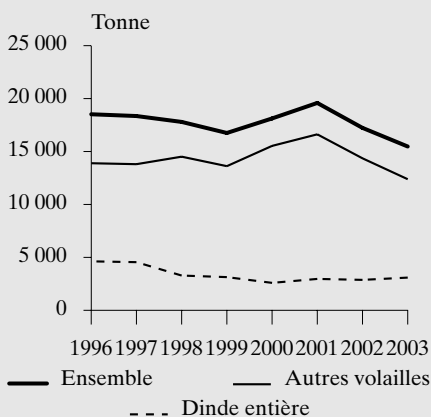
## la consommation de viande<sup>1</sup>

qui était légèrement orienté à la baisse au premier semestre a augmenté de 3 % au cours du second. La hausse de prix, qui se produit chaque année en décembre, est particulièrement marquée en 2003 et pèse sur le volume des achats.

Les écarts les plus conséquents s'observent pour la viande de porc. Les achats ont baissé de 3 % au premier semestre et de 10 % au second, avec des chutes sensibles en juillet et août (-11 %) et en décembre (-15 %). Les achats de jambon sont restés stables pendant la canicule, mais ils ont marqué le recul de décembre (-6 %). Le prix moyen baisse au premier semestre (-2,5 %) et progresse de 1 % au second. La hausse des prix a été particulièrement marquée d'août à octobre suite à la canicule, puis en décembre.

La baisse globale des achats de viande de bœuf qui passe de 1 % au premier semestre à 2 % au second, masque des évolutions contrastées suivant les produits. La viande hachée progresse de près de 8 % au premier semestre et de 4 % au second, alors que les autres achats sont en baisse de 5 %. Le prix moyen du bœuf haché a baissé de 2 % au premier semestre et augmenté de 2 % au second. Pour l'ensemble de la viande de bœuf, l'amplitude d'évolution du prix est comparable, stable au premier semestre, il augmente de 4 % au second.

### Les volailles n'ont plus la cote sur les tables de réveillon



Sources : Agreste, Sécodip ; données relatives aux mois de décembre

Les achats de viandes de volaille (hors élaborés et lapin) de 2003 baissent de 3 % au premier semestre et de 6 % au second. Le prix moyen orienté à la baisse au premier semestre (-3 %), augmente au second (+4 %). Cette situation peut être liée à une surmortalité dans les élevages et à une diminution de la fertilité des animaux reproducteurs, consécutive à la canicule de l'été. Les achats de viande de poulet et de dinde du second semestre sont en retrait de 5 %, avec des prix moyens en hausse de 4 % pour le poulet et de 0,5 % pour la dinde. Au cours de la deuxième partie de l'année, le marasme touche aussi la consommation des autres volailles (-10 %).

### Les volailles festives ne sont pas épargnées

Au mois de décembre, les achats de dindes entières sont significatifs, et ceux d'autres volailles (canard, pintade, oie et autres chapons...) augmentent. Pour ces produits, les achats de décembre représentent de l'ordre de 20 % des volumes annuels. Les données des mois de décembre, depuis 1996, montrent que les achats se sont tassés jusqu'à un creux en 1999 (-9 % par rapport à 1996), puis ils ont progressé jusqu'en décembre 2001, avant de baisser sensiblement en 2002 et 2003 (-16 % par rapport à 1996). Dans cet ensemble, la part des dindes était de 25 % en 1996, elle a diminué jusqu'en 2000 (14 %). Depuis elle croît, pour atteindre 20 % en 2003. Les achats de dindes entières de décembre 2003 se situent 33 % en dessous de leur niveau de 1996. Depuis 1998, ils sont fortement concurrencés par les autres volailles, en particulier les volailles chaponnées. En décembre 2002, les achats du poste autres volailles sont revenus à un niveau proche de celui de 1996, en 2003 ils perdent 14 %. En décembre 2003, le niveau des prix a favorisé le choix des dindes entières. Leur prix moyen s'est situé 31 % en dessous de celui des autres volailles, ce qui est l'écart le plus important enregistré depuis 1996.

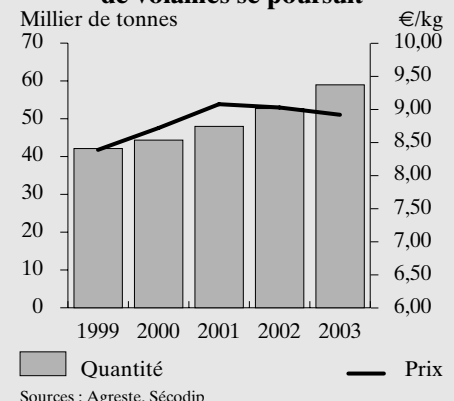
### La croissance des achats d'élaborés de volaille reste dynamique

En 2003, le marché des élaborés de volailles continue à croître (+10 %) avec un prix quasiment stable (-0,5 %). Les produits regroupés sous cette rubrique sont conçus pour attirer les acheteurs, ils sont prêts à consommer, font l'objet de campagnes publicitaires des entreprises qui les produisent et sont mis en avant par la grande distribution. Leur prix moyen est proche de celui de l'ensemble de la viande de bœuf, donc nettement supérieur à celui du bœuf haché (+40 % en 2003). Mais comme ces produits ne comportent aucun déchet, qu'ils sont moins onéreux que le jambon cuit et aussi vite prêts, ils ont la faveur des consommateurs.

La part des élaborés de volailles reste modeste, elle ne représente que 12 % des achats de viande de volailles et 4 % de l'ensemble des achats de viande des ménages. Cependant ce marché se développe rapidement, les quantités achetées ont augmenté de 40 % entre 1999 et 2003 et de 12 % au cours de la dernière année, soit une croissance supérieure à celle de la moyenne des cinq dernières années.

*1. Sauf mention particulière toutes les évolutions citées dans ce texte se réfèrent à la même période de l'année précédente.*

### La croissance des achats d'élaborés de volailles se poursuit



Sources : Agreste, Sécodip