

L'état de la consommation des produits carnés en France

POINTS CLÉS

La consommation totale de viande tend à baisser en France et en Europe. L'érosion est lente, mais réelle. Viandes bovine et ovine sont les plus touchées, le porc restant à peu près stable et la volaille augmentant.

Si l'image de la viande reste positive en termes de goût, de qualités nutritives, elle ne constitue plus un marqueur de réussite sociale, au contraire : les catégories socio-professionnelles supérieures en consomment de moins en moins.

La population des flexitariens, ces consommateurs qui cherchent à réduire leur consommation de viande, se développe. Elle représenterait aujourd'hui 24 % de la société, les « déconsommateurs de viande » totalisant 34 %. Les motivations de ses membres sont diverses, allant de la préservation de la santé à la responsabilité à l'égard des générations futures en passant par l'opposition à l'élevage des animaux.

Selon une étude du Crédoc de 2018¹, 35 % des Français déclarent avoir limité leur consommation de viande. Pour près de la moitié d'entre eux, c'est « un aliment que l'on mange en trop grande quantité aujourd'hui ». Un tiers pense qu'« en produire est néfaste pour l'environnement », et un quart considère que la viande « augmente le risque de certains cancers » ou « apporte de mauvais nutriments ». Les tendances sont les mêmes au niveau européen. Dans une enquête sur les consommateurs et leur transition vers une alimentation durable publiée en juin 2020, le BEUC (le Bureau européen des unions de consommateurs) montre qu'un peu plus de 40 % des Européens ont cessé de manger de la viande rouge ou réduit leur consommation en raison de préoccupations environnementales.

**UN PEU PLUS DE 40 %
DES CONSOMMATEURS
EUROPÉENS DISENT
AVOIR RÉDUIT LEUR
CONSOMMATION
DE VIANDE ROUGE**

UNE CONSOMMATION DE PRODUITS CARNÉS EN BAISSÉ

Évaluer la consommation de viande d'une population est une tâche complexe. Dans son dernier bilan conjoncturel, FranceAgriMer observe à la fois une hausse de la consommation apparente mais une baisse de la consommation des ménages (voir tableau 1). Si l'on regarde la tendance longue, le Crédoc montre que la consommation de produits carnés baisse régulièrement depuis une vingtaine d'années en France. Un phénomène sensible également au niveau européen. En 10 ans (2007-2016), la consommation de viande a reculé de 12 % en France (baisse de 20 % pour la viande de boucherie, voir lexique p.4) mais de façon non uniforme. Sur 40 ans, la consommation de viande fraîche (voir lexique p.4) a largement décliné mais pas celle de viande transformée (charcuterie et plats préparés notamment). De même, alors que la consommation de viande bovine s'est fortement réduite (scandales sanitaires, prix), celle de viande porcine reste à peu près stable et celle de volaille tend à augmenter. Les tendances sont identiques au niveau européen : entre 2007 et 2018, la consommation de viandes par habitant a baissé de 14 % en bovins, de 3 % en porc, tandis qu'elle augmentait de 19 % en volaille².

Marqueur symbolique des niveaux sociaux durant les Trente Glorieuses, les produits carnés ont longtemps constitué un symbole de prospérité. Aujourd'hui, la consommation a baissé principalement chez les catégories socioprofessionnelles supérieures. Plus le niveau d'éducation est élevé, moins la viande est consommée - c'est l'inverse pour les produits laitiers, à l'exception du lait liquide. De façon peu intuitive, les 18-24 ans sont les plus gros consommateurs³ de produits carnés, surtout sous forme de produits transformés. Près de la moitié de leur consommation hebdomadaire s'effectue via les plats préparés, sandwiches, pizzas et burgers, soit deux fois plus que pour les 55-64 ans, premiers consommateurs de viande de boucherie.

La consommation individuelle baisse, mais l'image de la viande reste très positive : en 2015, 81 % des acheteurs français déclaraient en avoir une « excellente » ou « bonne » image. Plus de 90 % la considéraient « nourrissante », ayant « du goût », faisant « plaisir à manger », « facile à cuisiner ». Au niveau des 27, si un Européen sur trois prétend vouloir réduire sa consommation de viande rouge, 46 % ne souhaitent pas changer leurs habitudes.

1 - Voir encadré Références p.4, point 1.

2 - Consommation de viandes en UE et en France, présentation de la direction Marchés, études et prospective, unité Élevage de FranceAgriMer pour le Sommet de l'élevage de 2019

3 - Selon les données de 2016.



LE FLEXITARISME, UNE NOTION EN DÉVELOPPEMENT QUI RESTE À PRÉCISER

Dans ce contexte plutôt conservateur, les alternatives à la viande rencontrent un succès modeste : l'étude du Beuc montre que 10 % des consommateurs seulement seraient prêts à la remplacer par des insectes. La viande cultivée en laboratoire ne convainc quant à elle que 13 % des consommateurs. Les substituts de viande d'origine végétale sont mieux acceptés : un tiers des consommateurs se disent prêts à les consommer. Et chez les végétariens, 60 % des personnes interrogées acceptent de remplacer la viande par des plats végétariens traditionnels.

Selon les études de consommation de FranceAgriMer, la part des régimes sans viande reste marginale en France. Seuls 2 % des Français déclarent avoir un régime « sans viande » (pescearien, végétarien ou vegan), la moitié d'entre eux admettant en outre manger de la viande occasionnellement. 24 % de la population se revendique « flexitarienne », le concept - non défini officiellement - consistant à limiter sa consommation de viandes. Dans ce groupe, 7 % consomment de la viande tous les jours, la moitié plusieurs fois par semaine, et 5 % moins d'une fois par semaine. Le reste de la population française se compose d'omnivores (74 %) dont 8 % de flexitariens « non-déclarés ». Leur comportement est similaire aux flexitariens déclarés mais ils ne revendiquent pas cette dénomination.

24 %
DE LA POPULATION
SE REVENDIQUE
« FLEXITARIENNE »

TABLEAU 1. Comprendre les données de consommation de viande

	Consommation apparente de viande	Consommation de viande des ménages	Consommation de viande par personne
Nature des données	Poids des carcasses au stade de la pesée en abattoir, données standardisées au niveau international	Poids de la viande achetée par les ménages sur une période donnée	Volumes réellement ingérés par un individu en fonction de ses habitudes alimentaires
Méthode de calcul/collecte	Production française + importations - exportations	Données issues de panels de consommateurs et extrapolées à l'ensemble de la population	Recueil des consommations d'un échantillon représentatif de la population
Unité	Tonne équivalent-carcasse (Tec)	Kg/ménage/année	kg ou gr /personne/ année ou mois ou semaine ou jour
Avantages	Permet les comparaisons internationales	Montre l'évolution de la consommation à domicile des ménages à travers leurs achats	Données approchant le mieux la consommation réelle des individus, utilisées en nutrition, santé publique
Inconvénients	Os et gras non consommés inclus dans le poids exprimé en Tec (rendement carcasse de seulement 70 % en bovins, par exemple)	Ne tient pas compte de l'autoproduction des ménages (agriculteurs, artisans...) ni de la consommation hors foyer	Biais déclaratifs

Sources
Ministère de l'Agriculture, FAO...Kantar Worldpanel, Étude Individuelle nationale des consommations alimentaires (Inca) de l'Anses (tous les 7 ans), enquête Comportement et consommation alimentaires en France (CCAF) du Credoc. La consommation de viande en France, Cahiers Nutrition du CIV

SANS VIANDE ET FLEXITARISME : DES RÉGIMES ALIMENTAIRES QUI CONCERNENT DAVANTAGE LES CÉLIBATAIRES

Des similitudes existent entre les profils des flexitariens et des « sans viande ». Ils sont plutôt féminins, urbains, diplômés, appartenant aux catégories socio-professionnelles supérieures, plus sportifs que la moyenne des Français et davantage engagés dans l'associatif. Pour les deux types de régimes, les célibataires sont surreprésentés - de façon plus marquée chez les « sans viande » - de même que les foyers sans enfant de moins de 15 ans. Des tendances qui traduisent la difficulté de concilier ses pratiques alimentaires avec les goûts et les besoins d'un foyer. Différences notables entre les deux catégories : l'âge - les « sans viandes » sont plus jeunes que les flexitariens qui ont pour près de la moitié entre 50 et 70 ans - et les motivations. Les végétariens et vegans invoquent ainsi la défense de la cause animale (les mauvaises conditions d'élevage et d'abattage pour 68% d'entre eux, la cruauté de tuer un animal pour 63%). Presque la moitié mentionne également un dégoût pour la viande. Chez les flexitariens, les conditions d'élevage et d'abattage des animaux sont elles aussi fréquemment citées (56%), mais c'est le souci de leur santé qui motive 62% d'entre eux. Commun à tous ces régimes, l'argument de l'impact environnemental de la production de viande reste pour sa part peu cité en motivation principale.

**LES FLEXITARIENS
RÉDUISENT
LEUR CONSOMMATION
DE VIANDE
PRINCIPALEMENT
POUR PRÉSERVER
LEUR SANTÉ**

Des similitudes existent entre les profils des flexitariens et des « sans viande ». Ils sont plutôt féminins, urbains, diplômés, appartenant aux catégories socio-professionnelles supérieures, plus sportifs que la moyenne des Français et davantage engagés dans l'associatif. Pour les deux types de régimes, les célibataires sont surreprésentés - de façon plus marquée chez les « sans viande » - de même que les foyers sans enfant de moins de 15 ans. Des tendances qui traduisent la difficulté de concilier ses pratiques alimentaires avec les goûts et les besoins d'un foyer. Différences notables entre les deux catégories : l'âge - les « sans viandes » sont plus jeunes que les flexitariens qui ont pour près de la moitié entre 50 et 70 ans - et les motivations. Les végétariens et vegans invoquent ainsi la défense de la cause animale (les mauvaises conditions d'élevage et d'abattage pour 68% d'entre eux, la cruauté de tuer un animal pour 63%). Presque la moitié mentionne également un dégoût pour la viande. Chez les flexitariens, les conditions d'élevage et d'abattage des animaux sont elles aussi fréquemment citées (56%), mais c'est le souci de leur santé qui motive 62% d'entre eux. Commun à tous ces régimes, l'argument de l'impact environnemental de la production de viande reste pour sa part peu cité en motivation principale.

SEPT POPULATIONS DE « DÉCONSOmmATEURS DE VIANDE »

Pour mieux segmenter cette population des « déconsommateurs de viande » (végétariens, vegans, pescetariens, flexitariens déclarés ou non), l'Ifop a réalisé pour FranceAgri-Mer une typologie qui met en évidence 7 profils types représentant 34% de la population. Le premier est celui des « diplômées dans l'équilibre » (26% des déconsommateurs et 9% de la population française). Ce sont généralement des femmes qui aiment la viande, mais cherchent globalement à « consommer moins mais mieux ». Elles considèrent avoir une responsabilité envers les générations futures. En deuxième position viennent les « financièrement contraints » (25% et 8%), plutôt des mères célibataires dont la situation financière se dégrade mais qui achètent de la viande pour équilibrer le régime alimentaire. Suivent les « âgés médicalement contraints » (16% et 5%). Les « jeunes en rééquilibrage alimentaire » (12% et 4%) adoptent le régime flexitarien pour perdre du poids mais ils aiment la viande. Les « hypers sensibles » (10% et 4%) sont plutôt des jeunes femmes de moins de 20 ans, très sensibles à la cause animale. Elles sont proches d'une autre catégorie plus âgée, les couples militants (7% des déconsommateurs). Dernière catégorie, les couples suiveurs (5% des déconsommateurs) recherchent surtout leur bien-être, et ont plus de mal à respecter leurs principes.



LE RAPPORT HOMME-ANIMAL EN QUESTION

Dans les sociétés occidentales contemporaines, trois grandes catégories d'animaux se distinguent en fonction de leurs relations avec l'homme : les animaux sauvages - relativement protégés et rarement mangés -, les animaux domestiques d'élevage - ressources pour le travail, la nourriture et l'habillement -, et les animaux domestiques de compagnie - aux fonctions affective et récréative, jamais mangés.

Ces dernières décennies, une approche éthique et juridique du rapport homme-animal est apparue, conduisant à débattre des nouveaux droits pouvant être accordés aux animaux. La « protection animale » laisse progressivement la place à la « libération et au bien-être animal ». En 2015, le code civil est modifié pour définir les animaux comme des « êtres doués de sensibilité ».

Cette responsabilisation des hommes face aux animaux a trois conséquences : la tendance à l'anthropomorphisation, le recentrage sur l'affect des liens entre l'homme et l'animal, une « prise de pouvoir » de l'animal de compagnie, qui devient modèle de référence dans la relation aux animaux.

Le rapport du consommateur à l'animal évolue : il réoriente ses achats vers des filières de production respectueuses du bien-être animal, consomme moins de produits animaux. Les protéines végétales sont revalorisées. Très rapide, cette évolution vers la prise en compte de la sensibilité et des émotions des animaux tend à s'accroître.

TABLEAU 2. Le rapport des consommateurs français aux produits carnés

Groupes	Part des consommateurs	Composition	Modalités de consommation des produits carnés
Pressés	26 %	Millennials, urbains, avec enfants, et issus des catégories socioprofessionnelles modestes (CSP-)	Sous forme d'ingrédients ou de préparations : hamburgers, sandwiches, kebabs ou lasagnes... Place importante du steak haché et du jambon blanc. Moindre consommation de fruits et légumes.
Adeptes des céréales	9 %	Principalement des millenials, plutôt CSP +	Priorité donnée aux céréales, au riz, au lait mais place centrale des viandes (consommation supérieure de 26% au reste des français), notamment de la volaille. Consommation de bœuf principalement sous forme de steak haché.
Basiques	28 %	Femmes retraitées et CSP+	Alimentation plus liquide et surtout moins carnée que les autres catégories, à base de compotes, soupes, produits laitiers frais, fruits secs et très peu de sodas et sandwiches.
Bons vivants	21 %	Hommes, retraités, issus de CSP plutôt modestes	Jambon blanc et steak haché, mais aussi consommation fréquente de saucisson, de pâté de campagne et de jambon cru.
Gastro-nomes	16 %	Retraités, CSP+ ayant un attrait pour les produits bruts et la cuisine	Catégorie qui consomme le plus de morceaux de viande bruts : côtes de porc, poulet rôti, steak de bœuf ou encore rôti de porc. Consommation de plus de matières grasses et de condiments mais également de fruits et légumes et poissons.

Source : Credoc, 2018 (voir encadré Références).

RÉFÉRENCES

1. Les nouvelles générations transforment la consommation de viande. *Consommation & Modes de vie*, n°CMV300. Credoc. Septembre 2018. 4 p.
 2. La consommation de viande en France en 2020, synthèse conjoncturelle. FranceAgriMer et Agreste. 2021. 11 p.
 3. One bite a time : consumers and the transition to sustainable food, analysis of a survey of European consumers on attitudes towards sustainable food. BEUC. 2020. 44 p.
 4. Végétariens et flexitariens en France en 2020. Synthèse Etudes consommation. FranceAgriMer. 2021. 10 p.
- Combien de végétariens en Europe ? Synthèse des résultats à partir de l'étude « Panorama de la consommation végétarienne en Europe ». CREDOC pour FranceAgriMer et l'OCHA. 2018. 36 p.
5. F. Caillavet, A. Fadhuile, V. Nichèle. L'évolution de la consommation de produits animaux en France : de multiples enjeux. INRA Productions Animales. 2019. p.131-146.
 6. C. Duchène, J.-L. Lambert, G. Tavoularis. La consommation de viande en France. *Cahiers Nutrition du CIV*. 2017. 68 p.
 7. B. Dumont, P. Dupraz, J. Aubin, M. Batka, D. Beldame, et al.. Rôles, impacts et services issus des élevages en Europe. Rapport final. [O] Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt. 2016. 1032 p.

LEXIQUE

Viande rouge ou blanche : la notion varie selon les pays. Seule la volaille est systématiquement considérée comme viande blanche. Selon leur cuisson ou leur transformation, porc et veau peuvent changer de catégorie (viandes blanches, rouges, parfois « transformées »).

Viandes de boucherie : en France, il s'agit des viandes de bœuf, de porc (hors charcuterie), de veau, d'agneau et de cheval.

Viandes fraîches : elles n'ont subi aucun traitement de conservation autre que la réfrigération, la congélation ou la surgélation et comprennent les viandes conditionnées sous vide ou sous atmosphère contrôlée.

Produits tripiers : ils regroupent tout ce qui n'est pas rattaché aux carcasses en fin de chaîne d'abattage : les organes, viscères, glandes, queues et certains muscles comme la joue.

Produits carnés : Ils englobent toutes les viandes.