

VIANDE OVINE

FAIRE FACE AU DÉCLIN DE LA CONSOMMATION

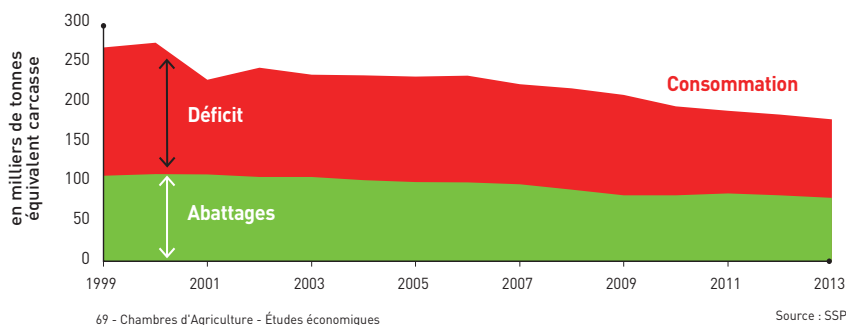
La consommation de viande ovine est orientée à la baisse. Pour faire face à cette situation, la filière a mis en place une initiative pour relancer la consommation auprès des jeunes à travers le dispositif Agneau Presto.

Globalement, la consommation de viande ovine diminue depuis vingt ans. Entre le début des années 1980 et 1992, celle-ci avait augmenté sous l'effet de la hausse des disponibilités liées notamment aux exportations de la Nouvelle-Zélande et du Royaume-Uni. Puis, elle avait amorcé une légère tendance à la baisse. Mais c'est surtout après 2001, dans un contexte d'épidémie de fièvre aphteuse, que les importations en provenance des pays touchés ont chuté, en particulier celles du Royaume-Uni.

La consommation de viande ovine n'est alors plus revenue à son niveau d'avant crise. Elle est, depuis 2002, tendanciellement orientée à la baisse (- 35 % entre 2000 et 2013).

La baisse de la consommation de viande ovine s'inscrit dans un contexte de diminution de la consommation de viande rouge en général. La part de la viande ovine dans la consommation totale de viande est aujourd'hui d'environ 4 %. Cette proportion avait augmenté entre les années 1970 et 2000 pour atteindre 5,5 % des volumes de viande mais s'est réduit depuis.

Abattages et consommation de viande ovine en France



AUJOURD'HUI UN FRANÇAIS CONSOMME EN MOYENNE 3,4 KG DE VIANDE OVINE PAR AN.

LA FRANCE PARI MI LES PRINCIPAUX PAYS EUROPÉENS CONSOMMATEURS



La consommation de viande ovine dans l'UE est très concentrée sur les pays méditerranéens et les îles britanniques : la Grèce arrive en tête avec 10 kg/hab./an, suivie de Chypre (7,5 Kg/ha./an), du Royaume-Uni (4,8 Kg/ha./an) et de l'Irlande (3,5 Kg/ha./an). Avec 3,4 Kg/ha./an, la France est à la 5^{ème} place. À l'inverse, certains pays ne consomment pas ou quasiment pas d'agneau (Pays Baltes, Pologne, ...). Au cours des dix dernières années, la consommation individuelle de viande ovine a également diminué dans l'UE, en particulier pour les principaux pays consommateurs (données 2010, source FranceAgriMer d'après Eurostat et comité d'experts consultatifs à la Commission européenne). Au niveau mondial, la consommation de viande ovine progresse, notamment en Asie. Cependant, la consommation asiatique de viande ovine et caprine reste encore très limitée (moins de 2 Kg/hab./an en 2011, source FAO).

●●● LES IMPORTATIONS REPRÉSENTENT PLUS DE LA MOITIÉ DE NOTRE APPROVISIONNEMENT

Le taux de couverture de la France en viande ovine est de 45 %, ce qui signifie que plus de la moitié de la consommation est importée. L'approvisionnement du marché français a été réalisé de façon croissante par les importations. Celles-ci sont plus importantes dans le Nord de la France alors que la moitié Sud privilégie l'approvisionnement local. La production est d'ailleurs en majorité située dans le Sud. La consommation est également plus élevée dans le Sud-Est, le Sud-Ouest et la région parisienne que dans les autres zones. Cette répartition est historiquement liée à la production locale mais le profil des consommateurs a aussi une influence.

Aujourd'hui les importations sont également orientées à la baisse. Cette diminution des disponibilités pénalise la consommation.

32

UN PIC DE LA CONSOMMATION POUR PÂQUES

La consommation d'agneau est occasionnelle. La période pascale correspond à un pic de consommation en France. La saisonnalité est très marquée avec des achats deux fois plus importants à cette période. La viande ovine garde ainsi une valeur « festive » et traditionnelle.

D'après FranceAgriMer, la restauration hors foyer (cantines, restaurants, ...), représenterait moins de 20 % de la consommation de viande ovine. En 2008, une enquête du CREDOC¹ auprès de la restauration hors foyer avait montré que 40 % des achats de la RHF étaient destinés à la restauration collective et 60 % à la restauration commerciales). Contrairement aux ménages qui achètent surtout de la viande fraîche, la Restauration

¹ Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie



© Christophe Fouquín - Fotolia.com

Hors Foyer (RHF) s'approvisionne surtout en viande congelée importée, moins onéreuse.

UN PROFIL DE CONSOMMATEURS PLUTÔT ÂGÉ

Environ 55 % des français ont acheté de la viande ovine en 2013. Mais ce type de viande est majoritairement consommé par les personnes de plus de 50 ans (75 % des volumes achetés selon les enquêtes réalisées par KantarWorld Panel) et par des ménages se situant dans les tranches de revenus supérieurs. Le vieillissement des acheteurs de viande d'agneau et la réduction de leur fréquence d'achat expliquent en partie la baisse de la consommation en France.

Comme pour les autres types de viande, celle de mouton est principalement achetée en grandes surfaces. Cependant, les boucheries détiennent encore une part importante (21 % en 2011). Pour la viande ovine, le circuit traditionnel est plus important que pour les autres viandes. La part du hard discount est en

AVEC 21 % DES ACHATS, LES BOUCHERIES DÉTIENNENT ENCORE UNE PART IMPORTANTE DE LA COMMERCIALISATION D'AGNEAU.

revanche très faible (3 %). Cette répartition est aussi liée au profil des acheteurs, relativement plus âgés.

Le gigot représente à lui seul près de 30 % des achats des ménages et les côtes 20 %. La prépondérance du gigot et des côtes pose le problème de la valorisation de l'ensemble de la carcasse. Le déséquilibre de la demande pour les morceaux les plus plébiscités contribue également au renchérissement de ces pièces.

La viande d'agneau est généralement considérée comme chère (prix moyen payé = 14€/kg en moyenne sur les 6 premiers mois 2014). Son prix a particulièrement augmenté après 2001 et la crise de la fièvre aphteuse. Le prix explique



	VIANDE OVINE	
	Taux de pénétration en % ⁽¹⁾	Volume acheté en % ⁽²⁾
Total France	56	100
Par classes d'âge		
Moins de 35 ans	31	6
De 35 à 49 ans	49	20
De 50 à 64 ans	68	34
65 ans et plus	74	40
Par classes de revenu		
Aisée	61	18
Moyenne supérieure	58	34
Moyenne inférieure	55	35
Modeste	51	14
Par circuits de distribution		
Hypers + Supers	46	65
Hard discounters	4	3
Autres circuits (dont bouchers)	20	30
Par régions		
Nord	57	9
Est	52	6
Région parisienne	59	22
Ouest	51	15
Centre-Ouest	49	6
Centre-Est	54	12
Sud-Est	68	20
Sud-Ouest	59	11

Source Interbev d'après France AgriMer - Panel Kantar Worldpanel (2012)

1 Le taux de pénétration est la part de la population étudiée qui a acheté la viande considérée

2 Le volume acheté est la part que représente la population étudiée sur le total des achats des ménages



L'agneau toujours au goût du jour

« Les filières ovines française, britannique et irlandaise ont décidé d'unir leurs efforts pour cibler prioritairement les moins de 50 ans. La campagne de communication "Agneau Presto", lancée en 2008, veut démontrer au grand public la praticité, la modernité et la créativité de la viande d'agneau. »

www.agneaupresto.com



donc aussi en partie la consommation occasionnelle de la viande ovine.

L'évolution des comportements alimentaires des Français est l'une des principales causes de la diminution de la consommation de viande ovine. Même si la viande d'agneau est appréciée de 70 % des français, elle est aussi, selon l'enquête IPSOS / AGNEAU PRESTO, souvent jugée longue à préparer et ancristée autour de recettes traditionnelles.

La faible consommation des ménages de moins de 35 ans est une menace pour la filière ovine car une génération conserve, en général, ses habitudes de consommation. C'est pourquoi, la filière a mis en place le dispositif « Agneau Presto » pour promouvoir une nouvelle façon de consommer et de cuisiner l'agneau, plus contemporaine et plus quotidienne.

Les professionnels de la filière tentent de développer les ventes de produits pratiques et rapide à cuisiner avec Agneau Presto mais en 2013, le niveau

moyen d'achat a encore diminué, en particulier pour Pâques (pic de consommation). Comme le prix reste stable, le budget consacré à cette viande diminue. Sur le premier semestre 2014, les achats de viande ovine des ménages français reculent à nouveau. Les volumes achetés baissent de 4,4 % entre le premier semestre 2014 et la même période en 2013. En revanche, les prix augmentent de 4,6 % dans le même laps de temps. Dans cette tendance à la baisse de la consommation de viande ovine, rappelons que les achats de viande de boucherie et de volaille diminuent globalement aussi. ●

Viviane Pons-Thévenot

APCA

Direction Economie des Agricultures et des Territoires

Pour en savoir plus :

C. Guillot, J-N. Depeyrot, Synthèse FranceAgriMer,

« La consommation de viande ovine, une consommation à enrayer ». Juin 2012

La viande d'agneau : état des lieux enquête IPSOS - stratégie de relance, Agneau Presto, janvier 2009

