

Porc

Consommation stable en restauration commerciale

Avec près de 43 000 tonnes pour la viande et 103 000 tonnes pour les charcuteries, la restauration collective et commerciale est un débouché important pour le secteur porcin. Présentation des derniers chiffres du marché.

>> **T**outes viandes et tous usages confondus, 18 % de la consommation de viande pour les enfants et 14 % pour les adultes se fait hors du domicile », indique Vincent Legendre, ingénieur d'études au pôle économie de l'Institut du porc (Ifip), d'après les données de l'enquête Comportements et consommations alimentaires en France (CCAF) de 2013 du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc). Avec quelque 12 % des volumes réalisés en restauration hors foyer (RHF), sur l'ensemble des volumes écoulés en RHF et en distribution, le secteur hors-domicile est important pour le porc, charcuteries incluses, mais moins conséquent que pour la viande bovine, qui réalise 25 à 30 % de ses volumes en RHF, fait-on remarquer dans la filière.

Activité en recul pour la restauration

La consommation de viande de porc en restauration hors foyer a atteint 42 800 tonnes en 2015 et 102 700 tonnes pour les charcuteries, selon la dernière étude réalisée par FranceAgriMer et l'institut Gira Foodservice, qui sera officiellement présentée courant janvier 2017. Des volumes plutôt stables par rapport à la précédente enquête, qui datait de 2010, alors que « l'activité de la restauration hors foyer ne cesse de reculer en volume depuis 2011 », souligne Xerfi dans son étude sur l'industrie de la viande de porc, publiée en octobre dernier. En 2015, elle a ainsi diminué



Pour répondre à la tendance des burgers et sandwiches premiums, Jean Floc'h a lancé en mars dernier de la viande effilochée cuite, ou pulled meat. Elle est cuite à basse température pendant une longue durée.

de 1,9 % (hors effet prix). « Tous les segments ont enregistré une baisse de leur activité (restauration traditionnelle, restauration rapide, etc.). La restauration hors foyer, un des principaux marchés clients des transformateurs de porc, a été victime d'une baisse de sa fréquentation, en particulier en fin d'année, diminuant ainsi mécaniquement les occasions de ventes de viande porcine », ajoute l'étude.

« Il y a des attentes sur la rapidité et la facilité de préparation ».

D'après l'étude de FranceAgriMer et de Gira Foodservice, la consommation de viande de porc est réalisée à 63 % en restauration collective et 37 % en restauration commerciale. Un peu moins des trois quarts consommés sont des produits bruts, avec une large prédominance du frais sur le surgelé, à 82 %. Les élaborés, qui représentent 28 % des volumes, soit 12 100 tonnes, sont plutôt achetés déjà cuits, à 64 %. Pour les charcuteries, c'est en restauration commerciale que se fait la majorité de la consommation, à 56 % pour ce circuit contre 44 % pour la restauration collective. Le jambon reste un ingrédient incontournable des repas pris à l'extérieur, puisqu'il représente à lui seul 42 % des charcuteries consommées en RHF. « Un poids important lié à la multifonctionnalité du pro-

duit et à la diversification des formats », analysent les auteurs de l'étude. Viennent ensuite les saucisses et les lardons, respectivement à 16 % et 15 % des volumes, suivis des saucissons, à 8 %, et des pâtés et rillettes, aussi à 8 %. Les charcuteries à base d'abats ne concernent que 6 % des charcuteries consommées hors foyer et celles à base de volaille 3 %, même si elles connaissent un certain essor en raison de leur positionnement plus diététique, notent les auteurs.

Demande en croissance sur les élaborés

Parmi les nouvelles attentes des consommateurs en restauration, « on retrouve tout ce qui tourne autour du bio, du local, de l'origine France, comme pour les achats en GMS », constate Vincent Legendre. Chez les restaurateurs, la demande est en croissance sur les produits élaborés. « Pour répondre à la tendance des burgers et sandwiches premiums, nous avons lancé en mars dernier de la viande effilochée cuite, ou pulled meat », témoigne Pierre Fortineau, responsable R&D de Jean Floc'h. « Préparée à partir de bœuf, porc ou poulet, elle est cuite à basse température pendant une longue durée pour séparer les fibres sans les couper ». La praticité est aussi un élément-clé avancé par les industriels, comme Jean Floc'h avec ses tomates farcies fraîches sorties en mars dernier et présentées en janvier 2017 au Sirha. « Il y a des attentes sur la rapidité et la facilité de préparation ainsi que



Vincent Legendre,
Ingénieur d'études au pôle économie de l'Ifip

« Parmi les nouvelles attentes en restauration, on retrouve tout ce qui tourne autour du bio, du local, de l'origine France ».

sur le grammage, avec une fourchette de poids serrée », déclare Vincent Legendre. « Grâce à nos abattoirs, nous disposons de viandes de fraîcheur optimale. Nos outils nous permettent de proposer différentes découpes, déclinées en grammages de portions variés, avec de multiples conditionnements possibles. Nous n'imposons pas de minimum de commande et nous comptons plus de 1 200 références en stock.

Cette flexibilité nous permet de répondre au plus près aux besoins de nos clients », ajoute Pierre Fortineau.

Le secteur de la restauration hors foyer reste encore difficile à appréhender pour les industriels, de par la multiplicité des acteurs et des concepts et du fait qu'il soit moins structuré que la GMS. La contrainte du prix est aussi très présente, en particulier dans la restaura-

tion collective. Un circuit d'autant plus complexe à cerner qu'il n'est pas suivi régulièrement par des outils comme ceux de Kantar Worldpanel ou Iri. « Nous devons nous contenter d'études ponctuelles, comme celles de FranceAgriMer, qui coûtent cher et ne sont donc pas fréquentes », regrette-t-on dans la filière. ■

Alice Flores