



FranceAgriMer

> ÉDITION septembre 2015

Les effets de la crise sur les comportements d'achats des ménages en produits animaux



LES ÉTUDES DE FranceAgriMer

Les effets de la crise sur les comportements d'achat des ménages en produits animaux

Synthèse



Septembre 2015

Le BIPE est un cabinet d'étude économique, de prospective et de conseil stratégique auprès des entreprises et des organismes publics. Il intervient dans différents secteurs dont l'environnement, l'agro-alimentaire et l'énergie...

L'étude sur les effets de la crise sur les comportements d'achat des ménages en produits animaux a été réalisée entre janvier 2015 et septembre 2015.

Contact :

information@bipe.fr

01.70.37.23.23

Introduction

Entre 2008 et 2013, le pouvoir d'achat des ménages français a subi la crise de plein fouet. Celui-ci a baissé en moyenne de -0,2% par an sur cette période alors qu'il avait connu une hausse de +1,1% par an en moyenne entre 2003 et 2008. Dans ce contexte, les ménages ont été amenés à réaliser des arbitrages entre leurs différents postes de consommation. Si la consommation alimentaire a résisté pendant la crise (+2% entre 2007 et 2013), la consommation dans son ensemble a en revanche stagné. Cette évolution apparemment imperturbable de la consommation alimentaire cache elle-même des disparités importantes.

Dans ce contexte général, l'étude du BIPE présente les effets de la crise sur la consommation des ménages en produits animaux issus de produits carnés, aquatiques, laitiers ou d'œufs et décline cette analyse selon les types de ménage. En effet, les caractéristiques sociodémographiques, géographiques ou économiques d'un ménage sont des éléments explicatifs majeurs de sa consommation en produits alimentaires. Plusieurs facteurs ont été pris compte :

- **Le niveau de vie du ménage** (voir encadré n°1): les ménages aux plus faibles revenus consacrent une plus grande partie de leurs revenus à la consommation alimentaire par rapport aux ménages à plus forts revenus. Leurs marges de manœuvre et stratégies sont donc différentes face à une crise économique.
- **La composition du ménage** : vivre seul, en couple, avoir des enfants, sont des facteurs qui influencent la manière de consommer. Certains produits comme le lait sont consommés de manière plus forte chez les familles avec enfant...

La dernière dimension de l'analyse consiste à décrire et évaluer les phénomènes de substitution intervenus pendant la crise économique. Ces mécanismes ont d'ailleurs largement été observés pendant les crises sanitaires ou de confiance, avec des reports d'achat d'une viande à l'autre (voir encadré n°5).

La difficulté d'évaluer l'impact d'une crise

Évaluer l'impact de la crise sur la consommation des produits animaux n'est cependant pas évident. L'intégralité d'une diminution ou augmentation ne doivent pas être imputées uniquement à la crise. En effet, d'autres processus structurels peuvent avoir eu un impact sur leur consommation. Trois pistes nous semblent importantes à évoquer :

1. Les crises sanitaires alimentaires des deux dernières décennies ont pu avoir un effet négatif sur la perception de ces produits par le consommateur (crise de la vache folle, grippe aviaire,...) ;
2. Les politiques nationales de recommandations nutritionnelles influencent les consommateurs à travers des règles d'étiquetage des aliments ou des messages publicitaires ;
3. Les modes de consommation évoluent : le temps de préparation culinaire est en baisse régulière (enquête Emploi du Temps ; source INSEE) et la prise en compte des enjeux sanitaires et environnementaux par le consommateur influence son alimentation.

Les effets structurels et conjoncturels impactant la consommation ont été distingués dans notre analyse (voir encadré n°3).

La consommation des ménages réagit de manière différente à la crise selon les produits animaux

Pendant la crise, les consommations de viande et de poisson diminuent alors que les consommations de laitage et d'œuf augmentent (voir encadré n°6).

Ces tendances de consommation en produits animaux masquent certains contrastes selon la nature des produits animaux. Le périmètre de l'étude se décompose en quatorze produits animaux (voir encadré n°2). Trois dynamiques sont mises en évidence :

- Un effet crise **néгатif** : la crise a diminué la consommation de certains produits animaux. Le bœuf, le mouton, les autres viandes, les poissons non transformés, le lait, les viandes en conserve et les yaourts suivent cette dynamique ;
- Une **absence** d'effet crise : la consommation de ces produits animaux ont suivi leur tendance structurelle. Les produits animaux non touchés par la crise sont la charcuterie et les poissons transformés ;
- Un effet crise **positif** : la crise a fait augmenter la consommation de ces produits animaux plus vite que leur tendance structurelle. Les produits animaux qui ont tiré parti de la crise sont les œufs, la volaille et le fromage.

La crise a accéléré la baisse de la consommation de certains produits animaux...

La consommation des produits animaux comme le bœuf, le porc, le mouton, les autres viandes, les poissons non transformés et le lait connaissait déjà une baisse entre 2001 et 2007.

Cette baisse structurelle amorcée dès les années 90 concerne en particulier le mouton et les autres viandes qui ont vu leur consommation baisser respectivement de -27% et de -32% entre 1995 et 2007. Différents éléments expliquent cette baisse structurelle : le prix, la diminution du temps de cuisine (enquête Emploi du temps ; INSEE)...

En comparaison, les autres produits animaux en baisse dans les années 2000 sont moins fortement baissiers que ce premier ensemble de produits (autour de -5% entre 2001 et 2007). Pour les sources protéiques les plus en baisse, la crise a aggravé une baisse qui avait déjà lieu (voir tableau n°2). Le bœuf, qui représentait 25% de la consommation de viande d'un ménage en 2007, a vu sa consommation en volume par unité de consommation réduire de -16% entre 2007 et 2013 dont deux tiers sont imputables à la crise. De la même manière, la consommation des

ménages en lait a diminué de -10% entre 2007 et 2013 dont la moitié de cette baisse est attribuable à la crise. Les poissons non transformés pâtissent eux d'un effet crise compris entre -5% et -7% entre 2007 et 2013 (selon le type de ménage), alors que la baisse structurelle de ce produit est comprise entre -3% et -5% (selon le type de ménage). Enfin, la consommation de porc a en moyenne baissé de -8% entre 2007 et 2013. Près de 4 points de cette baisse sont expliqués par la crise.

Les familles monoparentales et les couples avec enfants ont été impactés de manière différente par la crise (voir tableau n°3). En effet, les familles monoparentales ont vu leur consommation de bœuf, de porc, de mouton, d'autres viandes et de poissons non transformés réduire plus fortement que les autres types de ménage (ex : baisse de -13% de la consommation de porc entre 2007 et 2013 pour les familles monoparentales contre -8% dans les autres types de ménage). Au contraire, les couples avec enfants ont moins diminué leur consommation de bœuf, porc, d'autres viandes et de poissons non transformés. Par exemple, les couples avec enfants ont eu une consommation de porc qui a suivi de près son évolution tendancielle, l'effet crise semble mineur.

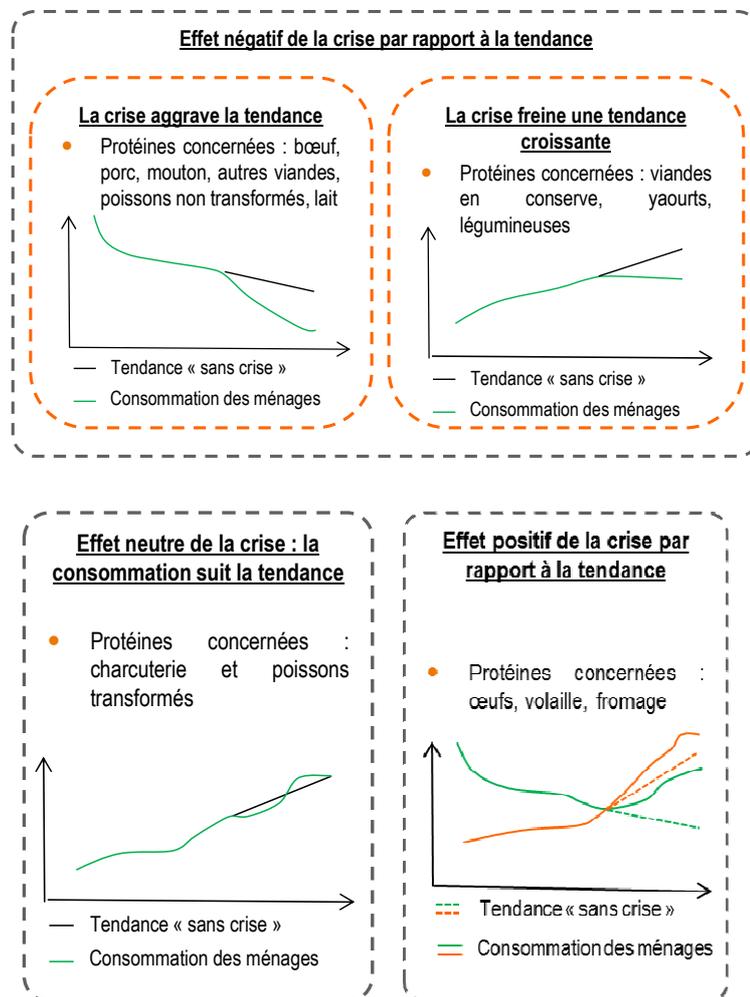
...mais la crise a également freiné la consommation de certains produits animaux en croissance.

Les consommations de viandes en conserve (plats préparés à base de viande) et les yaourts ont été ralenties par la crise. Ces deux produits connaissaient une belle progression depuis le début des années 2000 : la consommation de viandes en conserve a augmenté de +7% entre 2001 et 2007 et la consommation de yaourts de +18% sur cette même période. Pourtant, les consommateurs se sont moins tournés vers ces produits pendant la crise.

La consommation de yaourts a stagné entre 2007 et 2013 (+0%) et la consommation de viandes en conserve a diminué de -6% sur cette même période. Ainsi, l'effet crise a été très important pour ces deux produits : de l'ordre de -17% pour la consommation de yaourts et entre -13% et -19% pour la consommation de viandes en conserve entre 2007 et 2013.

Les consommations de viandes en conserve et de yaourts ont été freinées de manière homogène selon le type de ménage.

Figure n°1 : Typologie des impacts de la crise sur les différents produits animaux



Pas d'impact de la crise sur la charcuterie et les poissons transformés

La charcuterie et les poissons transformés sont deux types de produits animaux qui n'ont pas été impactés par la crise économique.

La consommation de charcuterie a ainsi augmenté de +4% entre 2007 et 2013 et la consommation de poissons transformés a augmenté de +7% sur la même période. Ces croissances sont uniquement tirées par les effets structurels alors que l'effet-crise est quasi-nul. Ces deux produits profitent sûrement de leur format plus adapté aux nouveaux modes de vie (rapide, facile à cuisiner...).

Au contraire, pour les familles monoparentales, la crise a eu un effet négatif sur leur consommation de charcuterie et de poissons transformés (respectivement -2 points et -3 points par rapport à la tendance).

Les œufs, la volaille, et le fromage, produits bon marché¹, bénéficient de la crise

Avant la crise, la volaille et les œufs étaient des produits animaux de moins en moins recherchés par les consommateurs. Entre 2001 et 2007, la consommation d'œufs avait baissé de -2% et celle de volaille était en chute libre en France (-13% sur la même période). La crise a cependant relancé leur consommation puisqu'entre 2007 et 2013, les ménages ont consommé +3% de volaille et +14% d'œufs. On observe donc une hausse, là où l'évolution structurelle aurait induit une baisse : les effets structurels sont de -5 points entre 2007 et 2013 pour ces deux produits animaux alors que l'effet crise a été très positif (+9 points pour la consommation d'œufs et entre +8 et +11 points pour la consommation de volaille).

La volaille et les œufs restent des produits animaux moins chers que la moyenne (moins de 8€ par kg en moyenne).

La hausse de la consommation d'œufs (et l'effet crise) n'a pas été uniforme selon le type de ménage (voir tableau n°5). Ce sont les ménages à bas revenus qui augmentent le plus leur consommation d'œufs pendant la crise (+15% de croissance pour les quintiles 1 et 2 contre +12% pour les autres

ménages). Ces ménages sont en effet plus susceptibles de réduire leur consommation de produits animaux les plus chers et se tourner vers des produits animaux davantage bon marché.

D'un autre côté, la crise a eu un effet positif sur la consommation de fromage par UC. Celle-ci était déjà en forte hausse sur la période avant-crise (+6% entre 2001 et 2007) et elle a augmenté de +11% pendant la crise. C'est entre 3 et 6 points de plus que la tendance structurelle selon le type de ménage.

Ce fort effet positif de la crise ne concerne pourtant pas les ménages à bas revenus (quintile 1) pour lesquels la crise n'a pas eu d'impact sur la consommation de fromage (croissance de +6% pour ces ménages, correspondant à la tendance 2007-2013).

Le mouton est substitué par le bœuf et le porc, eux-mêmes substitués par des plats préparés et la charcuterie

Pendant la crise, les ménages ont donc changé de comportements alimentaires vis-à-vis de leur consommation en produits animaux. Qui dit changement d'habitudes, dit substitution et remplacement entre produits animaux.

En France, les substitutions observées depuis 2007 sont les suivantes (voir encadré n°4 et figure n°2) :

1. une forte substitution du mouton par les viandes de bœuf et de porc ;
2. une substitution des viandes de bœuf et de porc par des produits mieux adaptés aux nouveaux modes de vie (comme la charcuterie ou les conserve de viande)

Les substitutions entre produits animaux et végétaux sont peu marquées. Les céréales se substituent au bœuf et au porc. Mais aucune substitution entre produits animaux et légumineuses n'a été mise en évidence.

Enfin, les poissons transformés et non transformés ne se substituent à aucune viande entre 2007 et 2013.

¹ Les œufs, la volaille et le fromage sont en effet trois produits animaux dont le prix moyen est inférieur à 10€/kg en 2013 (Source Kantar Worldpanel). Cependant, il faut noter que les variations autour de ce prix moyen peuvent être importantes (selon la qualité et la transformation du produit, son lieu d'achat,...) en particulier pour le fromage.

Tableau n°2 : Récapitulatif des effets crises et des effets structurels pour chaque produit animal

	Effet crise	Effet structurel	Evolution de la consommation entre 2007 et 2013
La crise a un effet négatif			
Bœuf	-11%	-5%	-16%
Porc	entre -4% et +1%	entre -4% et -9%	-8%
Mouton	entre -2% et -8%	entre -15% et -21%	-23%
Autres viandes	entre -8% et +2%	entre -10% et -20%	-18%
Poissons non transformés	entre -7% et -5%	entre -3% et -5%	-10%
Lait	-5%	-5%	-10%
Viandes en conserve	entre -13% et -19%	entre 7% et 13%	-6%
Yaourts	-17%	17%	0%
La crise est neutre			
Charcuterie	1%	3%	4%
Poissons transformés	0%	7%	7%
La crise a un effet positif			
Œufs	19%	-5%	14%
Volaille	entre +8% et +11%	entre -5% et -7%	3%
Fromage	entre +3 et +6%	entre 5% et 8%	11%

Note de lecture :
L'évolution de la consommation entre 2007 et 2013 (colonne 4) se décompose entre l'effet structurel (ou la tendance) (colonne 3) et l'effet de la crise (colonne 2). Les valeurs estimées pour l'effet crise et l'effet structurel dépendent du type de ménage et sont donc exprimées en intervalle.

Tableaux n°3, 4 et 5 : Caractéristiques de l'impact de la crise par type de ménage :

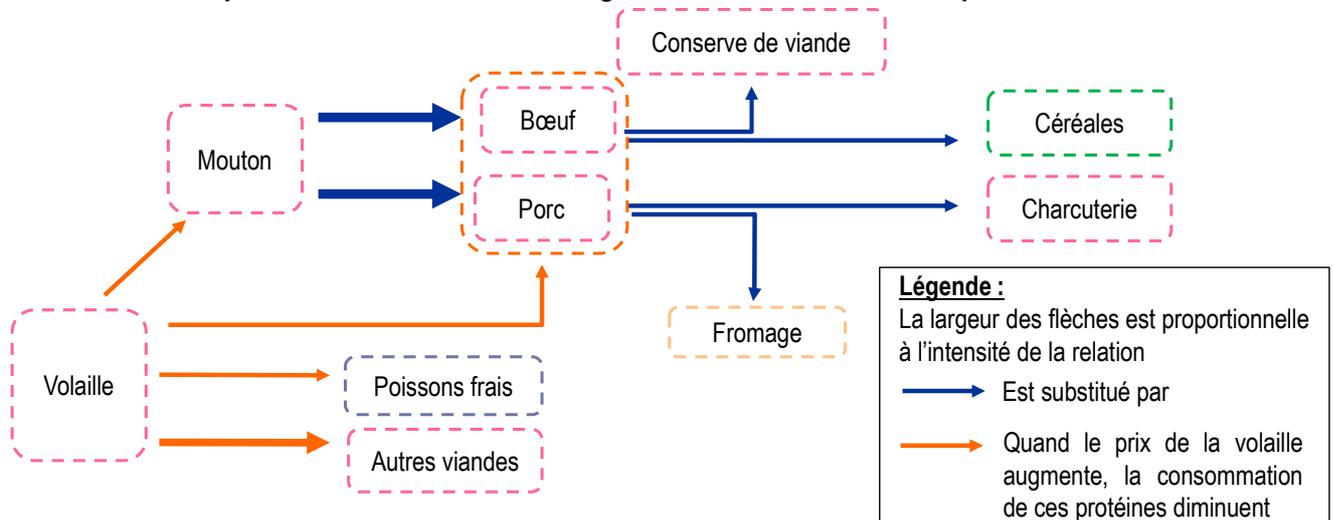
Effet de la crise...	Boeuf	Porc	Mouton	Autres viandes	Poissons non transformés	Lait	Viandes en conserve	Yaourts	Légumineuses
Homogène selon la composition du ménage						oui	oui	oui	oui
Impact de la crise plus fort pour les familles monoparentales	oui	oui	oui	oui	oui				
Impact de la crise moins fort pour les couples avec enfants	oui	oui		oui	oui				
Homogène selon le niveau de vie du ménage	oui	oui	oui	oui	oui		oui	oui	oui
Impact de la crise moins forte chez les bas niveaux de vie						oui			

Effet de la crise...	Charcuterie	Poissons transformés
Homogène selon la composition du ménage		
Impact de la crise négatif pour les familles monoparentales	oui	oui
Homogène selon le niveau de vie du ménage	oui	X

Effet de la crise...	Œufs	Volaille	Fromage
Homogène selon la composition du ménage			
Croissance moins forte pour les familles monoparentales	oui	oui	oui
Croissance moins forte pour les solos			oui
Homogène selon le niveau de vie du ménage		oui	
Croissance moins forte pour les ménages à bas niveau de vie			oui
Croissance plus forte pour les ménages à bas niveau de vie	oui		

Figure n°2 :

Mécanisme des phénomènes de substitution significatif entre les différentes protéines



La volaille a été sanctuarisée dans le panier d'achat des ménages

Parmi tous les produits animaux, la volaille tient un rôle particulier pendant la crise. En effet, le prix de la volaille est celui qui a le plus augmenté pendant la crise (+4% entre 2007 et 2013) et, malgré cela, la volaille a profité de la crise.

Ainsi, alors que le prix de la volaille a augmenté, sa consommation a progressé au détriment d'autres produits animaux (mouton, autres viandes, porc, bœuf et poissons frais). Durant la crise, la volaille a en effet été sanctuarisée dans le panier d'achat des ménages.

Conclusion :

Quatre enseignements sur l'effet de la crise sur la consommation des produits animaux sont à retenir :

1. Les produits animaux les moins coûteux comme la volaille, le fromage et les œufs ont bénéficié de la crise alors que les produits animaux bruts (bœuf, porc,

mouton, autres viandes,...) sont moins plébiscités par les ménages

2. Les produits animaux transformés connaissent deux dynamiques : la croissance des viandes en conserve (plats préparés à base de viande) a été freinée par la crise alors que la charcuterie et les poissons transformés continuent de croître pendant la crise, poussés par leur tendance structurelle
3. Les familles monoparentales sont les ménages les plus touchés par la crise : elles diminuent le plus leur consommation de bœuf, porc, mouton, poissons non transformés, charcuterie et poissons transformés et autres viandes alors même que leur consommation d'œufs, de volaille et de fromage augmente moins que ce qu'il en est pour les autres ménages.
4. Enfin, les substitutions entre produits animaux sont nombreuses. En particulier, la volaille a été sanctuarisée pendant la crise. Malgré une augmentation forte de son prix, celle-ci a pris une place prépondérante dans le panier d'achat des ménages.

Encadré °1

Concepts et définitions :

Consommation en valeur et en volume

En économie, l'étude de la consommation d'un produit peut se faire en volume ou en valeur. Quelle est la différence entre ces deux concepts ? Voici un exemple simple : La consommation d'un individu à l'instant t est de 100€ de barres chocolatées et à l'instant t+1 il en consomme 105€. Durant ce même laps de temps, on sait que le prix de la barre chocolatée a augmenté de 3%. Dans ce cas, on pourra dire que la consommation en **valeur** de barre chocolatée de cet individu a augmenté de 5% (105€/100€-1). Dans le même temps, l'augmentation de la consommation en volume (c'est-à-dire à prix constant) de barre chocolatée de cet individu est en fait de +2% (5%-3%).

Dans la suite de l'étude, les résultats présentés seront uniquement des consommations en volume (c'est-à-dire à prix constant dans le temps)

Niveau de vie du ménage ou revenu du ménage par équivalent adulte

Cet indicateur correspond au rapport entre le revenu global du ménage et la somme des unités de consommation (UC) du ménage.

Les UC sont des coefficients liés à la composition du ménage (définis par l'OCDE). Elles prennent les coefficients suivants :

- 1 pour le premier adulte du ménage;
- 0,5 pour toutes les autres personnes de 14 ans ou plus vivant dans le ménage;
- 0,3 pour les personnes de moins de 14 ans.

Quintiles de niveau de vie

Lorsqu'on ordonne une distribution (salaires, revenus...), les quintiles sont les valeurs qui partagent la population en cinq parties égales. Ainsi, pour une distribution de niveau de vie : le premier quintile est le niveau de vie au-dessous duquel se situent 20% des ménages aux niveaux de vie les plus faibles ; le cinquième quintile est le niveau de vie au-dessus duquel se situent les 20% des ménages aux niveaux de vie les plus élevés, et au-dessous duquel se situent 80% des ménages.

Encadré °2

Périmètre de l'étude et bases de données :

Termes utilisés	Nomenclature détaillée	Nomenclature générale
Bœuf	Viande de bœuf et de veau fraîche ou surgelée	Viande
Porc	Viande de porc fraîche ou surgelée	
Viande ovine ou caprine	Viande de mouton ou de caprins fraîche ou surgelée	
Volaille	Viande de volaille sauf lapins et gibiers fraîche ou surgelée	
Charcuterie	Triperie et graisse animale, charcuterie, viande séchée salée ou fumée	
Plats préparés	Conserves de viande, produit de transformation des viandes, plats préparés	
Autres viandes	Viande de cheval, de lapins et de gibiers	
Poisson non transformé	Poissons frais en morceaux, poissons congelés ou surgelés, fruits de mer frais ou surgelés	Poisson
Poisson transformé	Poissons séchés, fumés et en conserve, plats préparés à base de poissons et produits de la mer	
Lait	Lait entier, lait demi-écrémé et lait de conserve	Laitage
Yaourt	Yaourts et desserts lactés frais	
Fromage	Fromages et lait caillé	
Œufs	Œufs	

Les données utilisées sont des données de consommation en produits animaux reconstituées grâce à 3 bases de données :

1. La base Budget de Famille de l'INSEE de 1995, 2001, 2006 et 2011 qui établit les dépenses par produits animaux d'un échantillon de ménages de France métropolitaine ainsi que les lieux d'achats pour chaque produit animal
2. La consommation des ménages (Comptabilité nationale) qui permet de connaître la consommation globale française de chaque produit animal entre 1995 et 2013
3. La base Kantar Worldpanel, qui recense les prix des différents produits animaux par lieu d'achat.

Hypothèses :

- La structure des lieux d'achat est nécessaire à la construction des données de prix. L'Enquête Budget de Famille ne renseigne pas cette variable en 1995 : on reconstruit cette donnée historique en affectant à la période 1995-2001, la même tendance que celle de 2001-2006 (disponible dans l'enquête)
- On affecte la même structure de prix entre lieu d'achat en 1995 que celle de la dernière année disponible

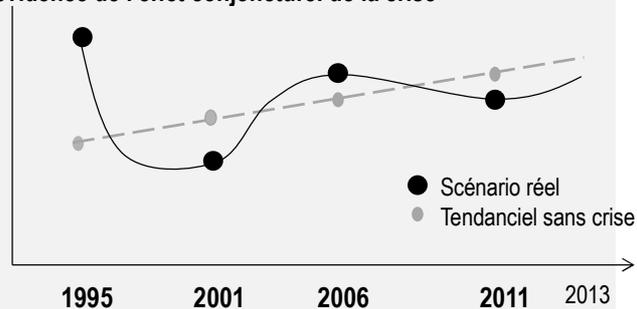
Encadré n°3

Méthodologie de construction des effets structurels « sans crise »

Afin de mettre en évidence l'effet conjoncturel de la crise entre 2007 et 2013, l'analyse d'un historique long est indispensable : elle permet de distinguer les évolutions de long terme (structurelles) des évolutions conjoncturelles (effet crise), qui nous intéressent ici.

La méthode consiste à estimer la consommation en produits animaux sans crise à l'aide d'une régression sur les données 1995, 2001 et 2006. Cette tendance est prolongée jusqu'en 2013, en intégrant une projection des sous-jacents "sans crise" comme le revenu ou les prix (ex. prolongement du taux de croissance des revenus constaté sur 2000-2007 sur la période 2007-2013).

Mise en évidence de l'effet conjoncturel de la crise



$$\text{Consommation}_t = c + a_1 \text{Prix}_t + a_2 \text{Revenu}_t + a_3 \text{Consommation}_{t-1} + \varepsilon_t$$

Puis, l'évolution du revenu et de prix en l'absence de crise est simulée entre 2007 et 2013 ce qui nous permet d'estimer la consommation « tendancielle sans crise ».

Encadré n°4

Méthodologie d'analyse des substitutions

L'analyse des substitutions est réalisée en calculant les élasticité-prix croisées entre deux produits. L'élasticité prix croisée est une mesure qui correspond au pourcentage de variation de la consommation d'un produit animal particulier lorsque le prix d'un autre produit animal augmente de 1%.

Par exemple : quelle est l'augmentation de la consommation de volaille quand le prix du poisson augmente de 1% ?

- Cette élasticité est supérieure à 0 si les biens sont substituables (par exemple : glace et sorbet)
- Cette élasticité est inférieure à 0 si les biens sont complémentaires (par exemple : essence et voiture)
- Cette élasticité est nulle si une variation du prix d'un produit n'a pas d'influence sur la consommation d'un autre produit

Les données utilisées pour cette analyse sont les données de la consommation des ménages de la Comptabilité nationale entre 2007 et 2013. Les élasticités croisées présentés dans l'étude sont significatives au niveau 5% c'est-à-dire qu'il y a moins de 5% de chance qu'elles soient égales à 0.

$$\log(\text{Consommation du produit animal } A_t) = c + s_1(\text{Prix du produit animal } B_t) + s_2 \log(\text{Revenu}_t) + \varepsilon_t$$

Sur la période de la crise, on estime les « élasticités prix croisées » (s_1) et les élasticité-revenu (s_2).

Encadré n°5 :**Les crises de l'offre (sanitaires ou fraudes) ont eu un impact négatif sur la consommation de viande à court terme**

Les 20 dernières années ont été jalonnées de différentes crises : la crise du veau (1988), la crise de l'ESB (1996), la crise de la dioxine (1999), la crise de la fièvre aphteuse (2001), la grippe aviaire (2005), la fraude à la viande de cheval (2013).

Ces crises ont eu un effet négatif à court terme sur la consommation en produits animaux. La crise de l'ESB a entraîné un effet de substitution du bœuf (dont la consommation décroît l'année de la crise) vers la volaille (dont la consommation augmente l'année de la crise). Au contraire, les crises qui touchent la volaille (dioxine et grippe aviaire) n'ont eu aucun effet significatif sur la consommation de ces produits. Plus récemment, la fraude à la viande de cheval a eu un effet négatif sur la consommation des plats préparés à base de viande.

Tableau n°1 : Effets des crises observés à court terme sur les produits animaux

	1988	1996	1999	2001	2001	2005	2013
Effet des crises sanitaires sur la consommation de...	Crise du veau	Crise de la vache folle	Crise du poulet à la dioxine	Fièvre aphteuse	2^{ème} crise de la vache folle	Grippe aviaire	Fraude à la viande de cheval
Boeuf	-	-			Pas d'effet significatif		
Mouton				---			
Volaille		+	Pas d'effet significatif			Pas d'effet significatif	
Plats préparés							-
Fromage		-					

Encadré n°6

La crise a eu un effet global négatif sur la consommation des ménages en produits animaux

Durant la crise, la consommation de viande et de poisson diminue. Au contraire, les consommations de laitage et d'œufs sont en croissance. Ces tendances de consommation sont la conséquence d'un effet crise mais également d'un impact structurel plus profond dû à différents facteurs : changements de mode-de vie,...

50% de la baisse de consommation de viande s'explique par l'effet de la crise

Entre 2007 et 2013, la baisse de la consommation de viande par UC s'est accélérée par rapport à la période précédente. En effet, la consommation de viande a baissé de -4% pendant la crise. En comparaison, entre 2001 et 2007, la consommation de viande par UC n'avait baissé que de -1%. Une partie de la baisse de la consommation de viande pendant la crise est due à des effets structurels (-2%). L'effet imputable à la crise est équivalent aux effets structurels (-2%).

Les familles monoparentales sont particulièrement touchées par la crise avec une consommation de viande en baisse de -10% entre 2007 et 2013. Au contraire, les couples sans enfants ne semblent pas touchés par la crise puisque leur consommation diminue seulement de -1% soit la baisse structurelle observée.

Selon le type de ménage, la crise aurait causé une baisse de leur consommation de poisson comprise entre -5 et -12 points

La consommation de poisson dont les prix sont parmi les plus élevés du panier des produits animaux (entre 10 et 11€/kg ; source Kantar Worldpanel 2013) a été fortement touchée par la crise. En effet, les ménages français ont réduit leur consommation de poisson entre 2007 et 2013 de -7%. 5 à 12 points de baisse de la consommation en poisson sont imputables à la crise.

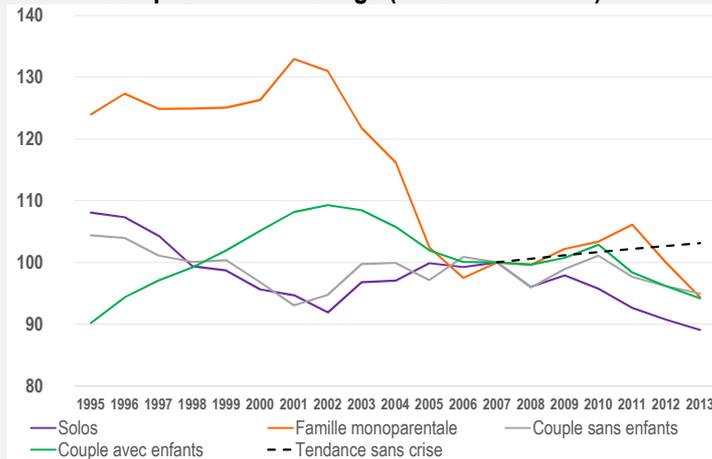
Produits laitiers : la crise freine la consommation

La consommation de laitages était en croissance avant la crise (+7% entre 2001 et 2007). Pendant la crise, leur consommation par UC semble à peine freinée et augmente même de +6%. Cette croissance suit donc de près la dynamique précédente de la consommation de laitage ; la crise n'a soit pas eu d'effet, soit un effet légèrement négatif sur la consommation des laitages (entre 0 et -2%).

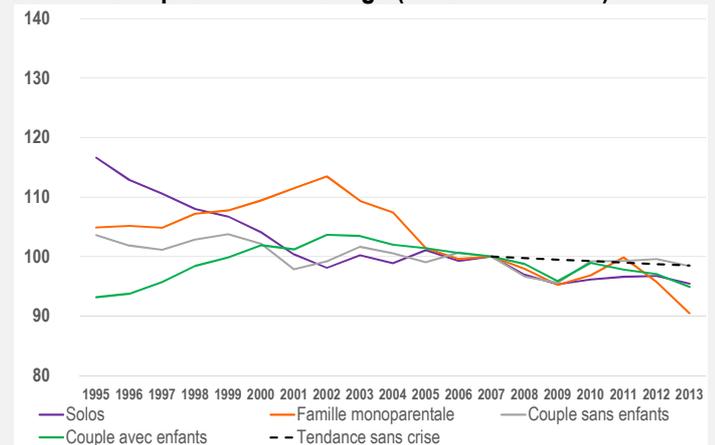
En réalité, cette tendance globale cache une grande disparité selon les types de ménages :

1. Les ménages à bas revenus (quintile 1) ont vu leur consommation de laitage par UC augmenter de 10 points supplémentaires par rapport à la tendance entre 2007 et 2013. Cela représente un accroissement de +17% de leur consommation de laitage sur cette période.
2. Au contraire, les ménages à hauts revenus (quintile 4 et 5) ont vu leur consommation de laitage par UC diminuer de -7 à -10% par rapport à la tendance, induisant une stabilisation de leur consommation de laitage entre 2007 et 2013.

Evolution de la consommation de poisson en volume par UC selon la composition du ménage (base 100 en 2007)



Evolution de la consommation de viande en volume par UC selon la composition du ménage (base 100 en 2007)





FranceAgriMer / Établissement national des produits de l'agriculture et de la mer
12, rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex
tél. : +33 1 73 30 30 00 / fax : +33 1 73 30 30 30
© FranceAgriMer 2015 / www.franceagrimer.fr / www.agriculture.gouv.fr