

Consommation de viande

Consommation de viande en hausse ?

La viande : un délice pour les uns, un mal nécessaire voire un aliment à proscrire impérativement pour les autres. Ces dix dernières années, la consommation de viande par habitant est restée pratiquement stable, alors que la production totale a légèrement augmenté. L'évolution de la consommation de viande et le succès rencontré par les aliments exempts de viande soulèvent de nombreuses questions.



Kurt Baumann

Ces dix dernières années, la consommation de viande par habitant est restée stable. En 2019, elle était de 51 kg par personne. La viande de bœuf (22%), de veau (5%), de porc (41%) et de volaille (28%) représentent 96% de la consommation totale de viande. La viande de mouton, de cheval, de chèvre, de lapin et de chasse ne représentent qu'une part infime de la consommation totale (env. 4%). Depuis 2009, la consommation totale de viande prête à la vente a bondi de 31 436 tonnes (+7,6%) alors même que la consommation a plutôt reculé (-0,6%). Ce résultat s'explique par l'accroissement de près de 10% de la population entre 2009 et 2018, qui est ainsi passée de 7,7 millions à 8,5 millions de personnes.

Evolution

Bœuf

La consommation de viande de bœuf est restée très stable. En 2010, elle s'élevait à 11,16 kg par personne, contre 11,27 kg en 2019. La viande de bœuf connaît une évolution plutôt favorable. Dans ce secteur, il existe plusieurs programmes de production (p. ex. IP Suisse, Naturabeef, bio). Les consommatrices et les consommateurs associent par ailleurs souvent les produits à base de viande de bœuf à un mode de garde naturel au pâturage. Dans le cadre de la vente directe et dans les magasins à la ferme, la viande de bœuf est par conséquent souvent commercialisée comme viande de pâturage et asso-



Ces dix dernières années, la consommation de viande de bœuf est restée très stable, alors que celle de viande de porc a chuté. Photo: Proviande

ciée au narratif qui va de pair avec cette image.

Porc

Avec une part de 42% (2019) de la consommation totale de viande, la viande de porc reste la viande la plus consommée en Suisse, malgré un recul constant. Alors qu'elle s'élevait à 25,33 kg par personne en 2010, la consommation de viande de porc est tombée à 21,17 kg en 2019. Ce recul devrait se poursuivre. En août 2017, la Protection suisse des animaux a réalisé une enquête pour analyser l'évolution de la consommation de viande de porc dans les dix ans à venir. Plusieurs services, associations et entreprises du secteur carné et porcine ont été interrogés (53 participants au sondage). Bien que le résultat de ce sondage ne soit pas représentatif, il fournit un reflet de la

situation actuelle. Plus des deux tiers des personnes interrogées ont estimé que la consommation allait plutôt reculer. Ce recul s'expliquerait notamment par le changement des habitudes de consommation. Chez les jeunes consommateurs, on estime que la consommation de viande de porc baisse au profit de la volaille, du bœuf et du poisson. Le changement des habitudes alimentaires, la préparation plus simple (surtout en ce qui concerne la volaille) et le nombre accru de flexitariens, végétariens et véganes figurent parmi les causes éventuelles. A noter que certaines catégories de la population ne consomment pas de viande de porc (motifs religieux).

Veau

La viande de veau est la catégorie de viande qui enregistre le recul le plus

marqué. Il y a 10 ans, la consommation de viande de veau se montait à 3,19 kg par habitant, contre seulement 2,48 kg en 2019. Cette baisse de près de 20% de la consommation est due au fait que la viande de veau est surtout achetée dans les étals des magasins dans le cadre d'un conseil et d'une promotion personnalisés. La viande de veau est un produit premium qui résulte d'un achat ciblé et volontaire. La viande de veau est principalement commercialisée dans les canaux de l'hôtellerie, de la restauration et des cantines, réputés très sensibles aux prix.

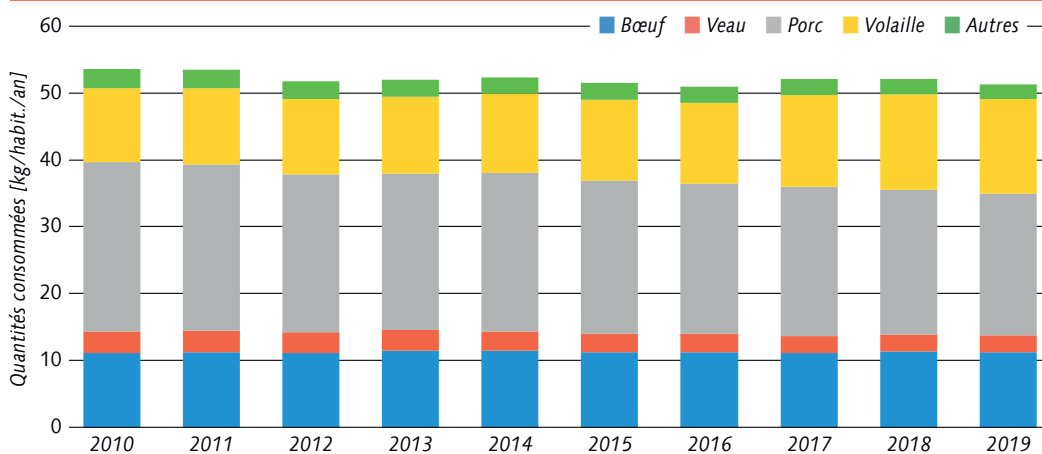
Volaille

La viande de volaille est la viande ayant enregistré la croissance la plus forte ces dernières années. En l'espace d'une décennie, la consommation par habitant a bondi de 30%, passant de 11 à 14,2 kg par personne. A l'avenir, cette progression se fera probablement au détriment des autres catégories de viande. Le succès de la viande de volaille s'explique par les raisons suivantes: elle est avantageuse en termes de prix, facile et rapide à préparer, utilisable de multiples manières et saine. Elle est en effet riche en protéine et pauvre en graisse.

Les habitudes changent

Aujourd'hui, la viande est consommée de manière plus consciente, ce qui a un impact indiscutable sur les quantités consommées. Pour les consommateurs, la qualité et surtout la provenance ainsi que le mode d'élevage des animaux jouent un rôle essentiel. Le prix est un autre critère d'achat décisif. Les comportements alimentaires alternatifs ont gagné en importance ces dernières années et se sont popularisés. Les motifs de non-consommation de viande les plus fréquemment évoqués sur les plateformes véganes sont la santé, l'éthique, le bien-être animal, l'écologie ainsi que la protection du climat, de l'environnement et des ressources. L'alimentation exempte de

Evolution de la consommation par habitant



viande elle-même évolue. Le nombre de personnes optant pour une alimentation végétarienne en renonçant à la viande et aux denrées à base de viande est supérieur au nombre de personnes véganes, qui renoncent quant à elles à toutes les denrées alimentaires et à tous les produits d'origine animale comme la viande, le poisson, le lait, les œufs et le miel. L'industrie alimentaire, les restaurants et les commerces de détail ont également réagi à cette tendance. La palette de produits végétariens et végétaliens est très large.

Evolution future

Prévoir l'évolution de la consommation de produits carnés s'avère difficile. Plusieurs indices indiquent cependant que la consommation de viande aura plutôt tendance à diminuer. L'orientation stratégique de la politique agricole et les principes nutritionnels de la société ont un impact sur la consommation de viande. L'alimentation exempte de viande (végétarisme et véganisme) restera une constante et aura peut-être même tendance à augmenter dans le sillage des discussions liées au climat et des succès rencontrés par certains partis politiques. D'autres facteurs, comme l'appartenance religieuse, par exemple, auront un impact différencié sur les diverses catégories de viande. Outre des réflexions éthiques et idéologiques ainsi que des aspects

Coronavirus – impact sur les ventes de viande

Les mesures adoptées en mars pour lutter contre le coronavirus et qui se soldent, entre autres, par la fermeture des magasins, restaurants, bars ainsi que les lieux de divertissement et de loisirs ont un impact négatif sur les ventes de viande. Les morceaux nobles (entre-côte, filet, rumsteack) sont plus particulièrement touchés, car souvent consommés en dehors du domicile. Une réduction des abattages était devenue inévitable et a entraîné un engorgement du marché. Suite à une décision du Conseil d'administration de Proviande, des mesures ont été prises depuis le 6 avril pour désengorger le marché (campagnes de stockage de viande). Le Conseil fédéral a informé que 3 millions de francs supplémentaires issus du budget agricole ordinaire seront mis à disposition pour soutenir le marché de la viande de bœuf, de veau et de cabri.

sanitaires et écologiques, le budget des ménages conditionne lui aussi les achats de viande. Selon l'Office fédéral de la statistique, les dépenses consacrées aux denrées alimentaires représentent 6,4% du revenu brut. Sur ce pourcentage, un bon 20% est consacré aux achats de viande et de produits carnés. Dans le contexte évoqué plus haut, il est étonnant de constater que la demande en viande labellisée diminue malgré les souhaits d'une écologisation accrue exprimés par les consommateurs. Les ventes de viande fraîche bio ne rencontrent pas non plus le succès escompté. Quoi qu'il en soit, le bien-être animal continuera à jouer un rôle important. Les consommateurs souhaitent pouvoir acheter de la viande produite de manière durable et dans le respect des animaux, à un prix abordable ■

Auteur
Kurt Baumann, chef
des ventes Anicom SA,
3052 Zollikofen