

## ENTREPRISES DE CHARCUTERIE : ÇA BOUGE !

Alors que l'année 2018 a été marquée par les États Généraux de l'Alimentation, 2019 s'est ouverte avec de fortes tensions sur les prix du porc. C'est aussi l'occasion de mesurer le résultat des actions mises en œuvre par la FICT et les entreprises de charcuterie-salaison-traiteur pour s'adapter aux attentes sociétales des consommateurs. Créée en 1924, la FICT représente 310 établissements (dont 90% de PME), implantés sur tous les terroirs français, qui emploient 37 000 personnes, soutiennent 135 000 emplois et génèrent un chiffre d'affaires de 6,7 milliards d'euros dont 7,1% à l'exportation.

### 1/ LA CHARCUTERIE : BILAN ÉCONOMIQUE

#### LA PROFESSION ÉBRANLÉE PAR LA FLAMBÉE DES COURS DU PORC

Les entreprises de charcuterie sont confrontées depuis le début du mois de mars à la forte hausse des cours du porc. Les tensions, alimentées par la fièvre porcine africaine qui frappe les marchés d'Asie, très gros consommateurs et producteurs de porc, pèsent aujourd'hui très fortement sur les marchés européens. En France, le cours du porc s'est envolé de 24% depuis début mars. **La hausse devrait s'amplifier encore dans les prochains mois et durer sur une période d'au moins 2 ans**, sachant que le prix de la matière première représente entre 50 et 60% du coût de fabrication d'un produit de charcuterie.

#### Une répercussion dans les tarifs aux enseignes, indispensable pour la survie des entreprises

En France, 83% des produits de charcuterie sont vendus en grande distribution. Les contrats annuels, négociés en début d'année par les entreprises avec la distribution, l'ont été sur la base d'un prix du porc historiquement bas. Cet effet ciseau fragilise gravement les entreprises du secteur, avec un risque majeur de voir disparaître certaines entreprises, notamment celles implantées dans les terroirs et d'affecter durablement le secteur de la charcuterie, qui, par ses 450 recettes régionales et nationales, fait partie intégrante du patrimoine gastronomique français.

Il est donc essentiel que les entreprises de charcuterie puissent répercuter la hausse du prix du porc dans leurs tarifs aux enseignes de distribution. La FICT a ainsi sensibilisé ces dernières et attend aujourd'hui, au-delà des annonces de certaines enseignes favorables à la renégociation des tarifs, une répercussion concrète et rapide de la hausse du prix du porc.

#### La FICT alerte les pouvoirs publics

En parallèle, la FICT a saisi les pouvoirs publics pour l'appuyer dans sa démarche auprès des enseignes de distribution. Son président, Bernard Vallat, a rencontré le médiateur des relations commerciales agricoles, qui s'est dit prêt à engager le dialogue avec les distributeurs sur ce sujet dans l'immédiat et en continu si la crise perdure.



## RECU DE LA CONSOMMATION : LA CHARCUTERIE RÉSISTE

La consommation de charcuterie s'inscrit dans une dimension plaisir forte. Reconnue et revendiquée par 63% des Français (+4 points), cette dimension plaisir s'exprime clairement dans les motivations d'achat des produits de charcuterie<sup>(\*)</sup> : selon une étude *Opened Mind* réalisée en 2018 pour la FICT, **97% des Français en consomment par plaisir et 96% estiment que les charcuteries ont du caractère en matière de goût et des saveurs variées.**

### Un contexte de baisse générale de la consommation alimentaire

En panne depuis deux ans, **la consommation alimentaire française en général tourne toujours au ralenti** : en 2018, les marchés des produits de grande consommation et des produits frais vendus en libre-service reculent de 1,2% en volume (-1,5% pour les produits frais traditionnels des rayons coupe)<sup>(\*)</sup>. Les paniers diminuent, tout comme la fréquence des visites en magasin. Ce contexte n'épargne pas les produits de charcuterie, qui s'inscrivent dans la tendance du marché (-1,7% en volume pour la charcuterie en libre-service, et -0,8% en valeur)<sup>(\*)</sup>. Cependant, les produits carnés sont encore plus impactés.

### La charcuterie, encore incontournable sur la table des Français

La charcuterie résiste mieux que l'ensemble des produits carnés (-3,7% pour la boucherie) et demeure un pilier de l'alimentation des Français. En 2018, **78% des Français en ont consommé de manière hebdomadaire, avec une moyenne de 3,1 fois par semaine.** Présente dans la quasi-totalité des foyers (99,7% de foyers acheteurs), elle représente un **budget de 304€ pour 28,3 kg consommés par an et par ménage**<sup>(\*)</sup>.

Les nouvelles attentes exprimées par les consommateurs, notamment en termes de praticité, profitent aux produits traiteurs en libre-service, dont la fréquence d'achat augmente (+ 2 actes par an), ainsi qu'aux charcuteries pâtisseries qui gagnent de nouveaux acheteurs (68,6% de foyers acheteurs, + 3,6 points)<sup>(\*)</sup>.

## UNE VRAIE DYNAMIQUE À L'EXPORT

La FICT s'attache depuis plusieurs années à exploiter l'image de la gastronomie française pour exprimer le potentiel des produits de charcuterie à l'exportation. **Actuellement, environ 7,1% du chiffre d'affaires de la profession est réalisée hors de France.** Des marchés importants, comme la Chine ou la Russie, exigent des agréments sanitaires pour chaque établissement producteur. La FICT a participé activement à la préparation de missions de représentants des autorités sanitaires russes et chinoises en France, afin d'obtenir les agréments nécessaires pour les entreprises qui souhaitent exporter dans ces pays. Ces missions sont programmées pour les mois de juin et juillet 2019. Néanmoins, la France est très en retard dans ce domaine, comparée à ses concurrents européens.

La FICT est par ailleurs à l'initiative d'une opération de promotion des produits charcutiers français auprès des ambassadeurs de différents pays, intéressés par les produits français. Organisé le 12 juin dans les salons du Quai d'Orsay à Paris, cet événement culinaire, centré sur les alliances entre charcuteries et vins, permettra de mettre en avant l'excellence et la diversité du patrimoine gastronomique français.



## 2/ UNE PROFESSION ET DES ENTREPRISES QUI AGISSENT FACE AUX ENJEUX SOCIÉTAUX

Le recul des ventes de produits alimentaires à domicile touche toutes les catégories de consommateurs. Si ce phénomène global imputé à la défiance prend probablement sa source dans la répétition des scandales sanitaires ou écologiques, il exprime également une **volonté citoyenne d’agir** – en consommant mieux ou moins, de manière plus responsable – face aux défis sociétaux et environnementaux auxquels nous faisons face. Ces tendances de fond orientent aujourd’hui les choix des consommateurs. Par exemple, en 2018, **84% des ménages ont choisi en priorité dans chaque gamme le produit qui contenait le plus d’ingrédients naturels** (+20 points en 1 an)<sup>(\*)</sup>. Les consommateurs attendent par ailleurs des marques et des distributeurs des engagements clairs en matière de développement durable. Ils souhaitent des produits respectueux de l’environnement (81,5%) ou qui revendiquent la prise en compte du bien-être animal (73%)<sup>(\*)</sup>. Face à ces transformations et pour accompagner ce mouvement de transition alimentaire, **la FICT a identifié dès 2017 la nécessité de définir une feuille de route « sociétale »** pour permettre aux entreprises de charcuterie-salaison-traiteur de s’adapter à cette demande.

### CONTINUER A OFFRIR DES PRODUITS D’EXCELLENCE ET REpondre AUX ATTENTES CITOYENNES

L’un des piliers du plan d’action défini par la FICT s’appuie encore et toujours sur la nécessité de poursuivre les efforts de montée en gamme et de maintenir le niveau d’excellence de la charcuterie française. Fruit de cette stratégie, nos adhérents ont été de nouveau mis à l’honneur lors du dernier Concours Général Agricole, en février dernier, où 86 médailles ont été décernées aux professionnels membres de la FICT.

Cet effort collectif de montée en gamme se traduit notamment par **le développement des signes de qualité applicables aux charcutiers, reconnus par les consommateurs (Bio, Label Rouge, IGP, AOP...)** et **l’enrichissement du label « Le Porc Français » (LPF)**. La modernisation du cahier des charges LPF a pour objectif d’intégrer, en plus de l’origine du porc, des critères environnementaux, sanitaires et de bien-être animal dans les pratiques de la filière.

#### • Améliorer le bien-être animal et les politiques sanitaires

Plusieurs points concernant le bien-être animal ont été introduits dans le nouveau cahier des charges « Le Porc Français ». Ils portent notamment sur **les conditions d’élevage** : l’abreuvement, la lumière, la densité, la diminution de l’usage des antibiotiques. **La conduite des animaux en abattoirs** est également prise en compte. Des plans de formation spécifiques sont aussi prévus pour aider les éleveurs à mieux intégrer cette dimension dans leurs pratiques quotidiennes. Enfin, des indicateurs ont été définis afin de mesurer les progrès réalisés sur ces différents points.

#### • Mieux prendre en compte l’environnement

Le travail de modernisation du cahier des charges de l’appellation « Le Porc Français » a aussi permis de **renforcer l’ensemble des critères concernant l’impact environnemental** des activités de la filière porc. En amont, par le **suivi de l’épandage dans les exploitations** (dans le cadre des plans d’épandage et de



fertilisation) ou la **mise en place de filière de collecte des déchets d'élevage**, les modalités d'application prévues dans le nouveau texte iront au-delà de la réglementation.

Par ailleurs dans le cadre d'une démarche éco-responsable, **la FICT a initié un plan d'étude ambitieux sur les emballages de produits finis afin d'améliorer la recyclabilité des barquettes** et des opercules contenant les charcuteries. Lancé avec le concours d'une dizaine d'entreprises et en partenariat avec d'autres fédérations de l'alimentaire, ce programme de recherche de deux ans baptisé Monofilm, doit permettre la création de nouveaux opercules conservant leurs propriétés sans perturber le recyclage de la barquette. Il a été sélectionné lors de l'appel à projet 2019 de CITEO.

## AMÉLIORER LE PROFIL NUTRITIONNEL DES PRODUITS DE LA CHARCUTERIE

La FICT poursuit activement les travaux engagés depuis 2010 dans le cadre des différents PNNS (Programme National Nutrition Santé) visant à améliorer le profil nutritionnel des produits de charcuterie (diminution de la teneur en sel, en gras...). Engagée de façon volontaire et à l'initiative des entreprises, **l'évolution du Code des Usages de la charcuterie, de la salaison et des conserves de viandes**, partagé avec la Confédération des artisans Charcutiers-traiteurs, a permis de **limiter le recours aux additifs en imposant des restrictions d'utilisation plus sévères que celles prévues par la réglementation communautaire**.

### • Réduction de la teneur en sel

Le sel a différents usages dans la fabrication des charcuteries. Il est notamment **utile à la conservation des produits, améliore leur texture et joue un rôle important pour le goût**. Ce sont les principales raisons pour lesquelles il est difficile de réduire le sel dans les recettes de charcuterie. Selon l'étude INCA 3 publiée par l'ANSES, **la contribution de la charcuterie dans le total du sel consommé en France est passée de 12% en 2002 à 7% en 2018**. En effet, **les membres de la FICT ont déjà réduit de 5% la teneur en sel entre 2010 et 2013 et s'engagent à poursuivre ces efforts collectifs** sans compromis sur la qualité sanitaire des charcuteries, ni sur le goût. Dans ce cadre, il est nécessaire de repenser toutes les méthodes de fabrication, de la recette au produit final. Des recherches en développement sont encore nécessaires afin de permettre la création de nouvelles gammes de produits, avec moins de sel, et sans altérer la qualité organoleptique des produits.

### • Vers plus de naturalité

Les additifs utilisés en charcuterie jouent un rôle essentiel dans la conservation des produits, mais aussi sur le goût et la texture. Les efforts de *clean labelling* ont toutefois permis d'en limiter la présence et/ou l'utilisation : fin 2018, la plupart des entreprises adhérentes de la FICT avaient entrepris des démarches en ce sens en supprimant 2 à 3 ingrédients (additifs, arômes, allergènes...) en moyenne dans leurs recettes. **L'évolution en cours du Code des Usages va permettre d'aller plus loin à terme en diminuant de près de 50% le nombre d'additifs autorisés dans les recettes**.

### • Réduction de 20% des nitrites / nitrates

Les nitrites sont des conservateurs utilisés pour des raisons technologiques et sanitaires. Ils empêchent le développement de bactéries responsables du botulisme et de la salmonellose.



**L'amélioration constante des conditions de conservation des produits** (propriété barrière des emballages, contrôle de la chaîne du froid...) et l'application de bonnes pratiques d'hygiène ont permis aux professionnels de réduire de 20 % le taux de nitrites incorporés, par rapport à ce qu'autorise la réglementation européenne. Ces taux maxima s'appliquent à tous les professionnels et sont inscrits dans le Code des Usages de la charcuterie.

Pour aller encore plus loin, **le programme ADDUIT, lancé par la FICT, doit par ailleurs permettre de mieux comprendre les mécanismes de digestion des produits de charcuterie.** Cette étude, qui associe sur 4 ans plusieurs centres de recherche – l'Institut National de la Recherche Agronomique (Inra), l'Institut du porc (Ifip) et l'Institut technique agro-industriel des filières viandes (Adiv) – a pour objectif de limiter, grâce à l'utilisation d'antioxydants et d'extraits végétaux, les risques induits par les nitrites sur **les gros consommateurs de charcuterie qui présentent une alimentation déséquilibrée.**

• **Un travail de pédagogie sur les portions**

La FICT a entrepris un important travail de pédagogie envers les consommateurs pour que la charcuterie conserve toute sa place sur la table des Français, en quantité raisonnable et dans le cadre d'une alimentation saine, équilibrée et variée. Le module « Des idées bien dosées », disponible depuis décembre 2018 sur le site [www.lescharcuteries.fr](http://www.lescharcuteries.fr), propose une série de recettes concrètes et faciles à réaliser, en fonction des typologies de consommateurs (les pressés, les bons vivants, les gastronomes...). Basées sur les recommandations de l'ANSES, elles encouragent la diversité alimentaire en permettant à ceux qui le souhaitent de consommer de la charcuterie plusieurs fois par semaine en l'associant à des fruits ou des légumes, tout en **expliquant l'importance et le respect des bonnes portions suivant les séquences de consommation.**

**« Nous sommes prêts pour répondre aux attentes du public en matière de naturalité et d'authenticité de nos produits, mais la dimension plaisir et la sauvegarde des savoir-faire de nos terroirs et de l'emploi qui y est lié resteront notre priorité. »**, conclut Bernard Vallat.

(\*) Source Kantar Wordpanel 2019 Etude de la consommation à domicile de charcuteries-salaisons

**A PROPOS DE LA FICT**

**FÉDÉRATION FRANÇAISE DES INDUSTRIELS CHARCUTIERS, TRAITEURS, TRANSFORMATEURS DE VIANDES**

Elle est la porte-parole des industries charcutières françaises. Créée en 1924, la FICT représente 310 établissements (dont 90% de PME), implantés sur tout le territoire, qui emploient 37 000 personnes, soutiennent 135 000 emplois et génèrent un chiffre d'affaires de 6,7 milliards d'euros dont 7,1% à l'exportation. La production de 1,2 million de tonnes est à 83% à base de porc. L'industrie de la charcuterie transforme plus de 70% de la production porcine française.

**[www.fict.fr](http://www.fict.fr) - @FICT\_FRANCE**

**CONTACTS PRESSE : Agence Vivactis Public Relations**

Houney Touré Valogne & Magali Delmas

01 46 67 63 55 - 01 46 67 63 44

[h.toure-valogne@vivactis-publicrelations.fr](mailto:h.toure-valogne@vivactis-publicrelations.fr)

