N°5- 2022

4/02/2022

CULTURE viande

LES ENTREPRISES FRANÇAISES DES VIANDES

FLASH

Crise porcine : un plan de sauvegarde de 270 M€

Julien Denormandie, Ministre d'Agriculture et de l'Alimentation, a lancé ce 31 janvier en présence de la filière porcine française, une feuille de route concertée *« dans laquelle toutes les parties prenantes s'engagent formellement pour aider la filière porcine à passer le cap de la crise et se fixer des objectifs de structuration et de transformation pour l'avenir »*. Celle-ci prévoit notamment un plan de sauvetage immédiat doté de 270 M€. Il comprend : - une aide d'urgence jusqu'à 75M€, sous la forme d'un chèque d'un montant de 15.000€ pour les exploitations porcines en fortes difficultés de trésorerie ; - une aide de structuration, adossée à un engagement de contractualisation dans le cadre d'Egalim2, d'un montant maximum de 175 M€, qui viendra compléter la compensation des pertes des exploitations porcines. Parallèlement, la feuille de route comprend un ensemble de dispositions conjoncturelles et structurelles, dont l'engagement de tous les acteurs de la filière, à accélérer sous un mois, la mise en place d'Egalim2 et en particulier la contractualisation. *Photo : J. Denormandie, Ministre de l'Agriculture et Thierry Meyer, Président d'Inaporc*. ***Communiqué : ici.***

Filières bovines : flambée des cotations 2021 et sombres perspectives pour 2022 (FranceAgriMer)

FranceAgriMer présentait ce 18 janvier le bilan économique 2021 et les perspectives pour 2022 des filières bovines. Sur l'ensemble de l'année 2021, les abattages de vaches sont en baisse (-0,7%) au global, avec -2% pour les vaches laitières et mixtes, et +1,2% pour les vaches allaitantes. Les cotations des vaches R3 et surtout O3 sont en nette augmentation *« du fait d'un manque d'offre sur le marché européen »*. Le bilan des échanges fait état de la hausse (+6%) des exportations de viandes bovines fraîches, ainsi que des importations (+11,7%). Pour 2022, FranceAgriMer ne prévoit pas de baisse des coûts des matières premières et de l'énergie sur le 1er trimestre et note que l'offre devrait rester limitée à l'échelle européenne. ***+ d'infos : ici.***

Europe/Porc : la France demande l'ouverture d'une opération de stockage privé UE

La situation du marché du porc européen se stabilise, mais à des niveaux de prix bas. L'offre UE reste abondante, alors que les exportations vers la Chine reculent fortement. En Allemagne, les prix se stabilisent, comme en Belgique ou aux Pays-Bas. Seule l'Espagne affiche une hausse de ses prix du porc, du fait d'opérations de mise en stock et d'exportations vers les autres pays de l'UE. En Italie, la Fièvre Porcine Africaine avance et les prix du marché intérieur accusent un nouveau recul. La situation des abattoirs en France, comme dans les autres pays de l'UE, est aussi préoccupante : les charges des entreprises s'envolent, alors que les prix de vente stagnent. La consommation en viande comme en charcuterie, est en recul. Il est à craindre une nouvelle dégradation des marchés dans les prochains jours. Le ministre de l'Agriculture s'est engagé à faire pression auprès de la Commission européenne pour obtenir l'ouverture d'une opération de stockage privé. ***Moyennes des cours par pays de l'UE pour les 5 semaines de 2022 : ici.***

France / Chine : accord de zonage pour la Fièvre Porcine Africaine (FPA)

En décembre 2021, un accord très important pour la filière porcine française a été ratifié entre les ministres de l'Économie et de l'Agriculture français et le vice Premier ministre chinois et ses vice-ministres (GACC, MARA, MAFP). Par cet accord technique, la Chine reconnait le principe du zonage sur le territoire français si un cas de Fièvre Porcine Africaine (FPA) était officiellement déclaré sur notre pays. L'accord engage la Chine à maintenir, sans délai de suspension, en cas de survenue d'un foyer de FPA en France, la continuité des exportations vers son pays depuis les départements indemnes français. Il est toutefois à craindre que les autorités sanitaires chinoises demandent au préalable une vérification des dispositions prises par les autorités françaises conformément à l'accord. Le texte prévoit des modalités spécifiques si la FPA venait à contaminer 20% de notre territoire, un dispositif de compartimentation est également proposé. Cet accord, unique en Europe, est particulièrement important pour la filière porcine française, la Chine étant notre premier client avec 220 000 T exportées en 2021. ***Consultez le détail de cet accord technique : ici.***

Bilan annuel de la RHD : le dynamisme de la restauration rapide (+13%) tire le secteur

Le *Bilan annuel de la restauration hors-domicile (RHD) en France* publié par la société d'études *NPD Group* montre un secteur en regain (+6%) pour 2021, même si le marché affiche un retard de -30% par rapport aux résultats de 2019, année de référence. Comme en 2020, la RHD reste portée par la restauration rapide *« qui ne connaît (presque) pas la crise »* : elle est mieux adaptée aux mutations du marché. Si la vente à emporter était déjà généralisée, la rapidité et la flexibilité du service, la diversité des offres et un meilleur turnover, ont permis au circuit rapide de ressortir gagnant (+13% en visites, +15% en valeur) par rapport à 2020. Cette bonne santé hisse le circuit à seulement 12 points en fréquentation de ses résultats de 2019. Plus impactée, la restauration à table, qui avait perdu la moitié de sa fréquentation et de son chiffre d'affaires en 2020, recule pour la 2ème année consécutive (-12% de visites). ***+ d'Infos : ici.***

« Le Porc Français » partenaire de la Météo en télévision (31/01 au 25/02/2022)

Les membres du Conseil d'administration d'Inaporc ont souhaité promouvoir en télévision la marque *LePorcFrançais*. Sur proposition du groupe Communication de l'interprofession auquel participe activement Culture Viande, c'est le parrainage de la météo qui a été adopté. La campagne se déploie du 31/01 au 25/02, sur *France 2 et France 3* (hors prime time pour des raisons budgétaires), *La Chaine Météo, National Geographic,* ainsi que sur les sites *France.tv et Météo France*. Cette campagne en appelle à l'acte d'achat citoyen : son objectif vise à soutenir les produits identifiables en rayon grâce au logo *LePorcFrançais*. ***Spot à voir : ici.***

« Aimez la viande mangez en mieux » : une vision plus positive de la viande pour 32% de la cible !

Dans le droit fil des orientations définies pour 2022, la Commission Communication Collective d'Interbev a arrêté ce 19 janvier, les grandes lignes du plan média 2022. Il déroulera en deux vagues la campagne publicitaire : *Aimez la viande, mangez en mieux* signée naturellement-flexitariens.fr. Les chiffres* de cette saga qui décline cette année les Amis de Thomas, montrent que la campagne continue d'agir favorablement sur l'opinion des Français vis-à-vis de la viande : plus d'1/3 estiment que *« les publicités de la campagne 'flexitarien' ont changé positivement leur vision de la viande »* (32% de la population des 18-34 ans). La reconnaissance de la campagne est tirée par sa déclinaison en 4 mini-spots, dont celui intitulé *Liberté, avec la gameuse Camille* (photo ci-contre). A noter, selon Kantar : *« la TV reste toujours le 1er contributeur sur l'appréciation de la viande et de son image ».* ***(*) Données Kantar (post-test décembre 2021).***

Stratégie d'influence : 3 représentants de Culture Viande dans le Collectif des Grandes Voix

La Commission Communication Collective d'Interbev a dressé un bilan 2021 du dispositif d'influence pour les communications par espèces, avec : - en viandes **bovines**, la série *Bœuf Cooking Show*, - en **veau**, les partenariats avec Laurent Mariotte & Cyril Lignac ; - le *Live'Tripes* avec 8 chefs et influenceurs pour les produits **tripiers** ; - ainsi que les **recettes** de l'émission *C'est meilleur quand c'est bon*, d'Emmanuelle Jary. A cela, s'ajoute le lancement des travaux du *Collectif des grandes Voix*, constitué de 24 professionnels, dont, pour le maillon abattage-transformation : Salomé Rozier (Moypark), Rozenn Lefèvre (Tendriade) et Adrien Debeuret (Puigrenier). Leur objectif : alimenter la conversation directe entre les Français et les acteurs de la filière. **1er livrable à venir : un *Manifesto* sur 2p pour « argumenter le mieux » de la campagne « *Aimez la viande, mangez-en mieux* ». *Rens. : fcassignol@cultureviande.fr.***