

L'INFOFILET

Les filières porcine et bovine françaises gravement malades



Nous n'évoluons plus sur un marché restreint et protégé. C'est aujourd'hui à l'échelle de l'Europe et de la planète et sur un marché totalement ouvert qu'il faut évaluer notre capacité à rivaliser avec les autres grands pays producteurs de viande. Or nos filières porcine et bovine sont malades. L'avenir des entreprises ainsi que celui des éleveurs est en jeu.

Face à un tsunami venu d'Espagne et d'Allemagne, il est évident que l'avenir de la filière française ne pourra pas se reconstruire avec des digues de sable. Si le marché du porc breton a accompagné le développement de la filière porcine jusqu'au début des années 2000, il faut aujourd'hui revoir nos raisonnements à la lumière de deux grands changements :

- l'offre devenue surabondante en Europe du fait du développement spectaculaire des filières espagnole et allemande ;

- la nécessité d'obtenir en permanence un équilibre « offre/demande » pièce par pièce (jambon, longe, en viande porcine et en viande bovine, côte, rumsteck, filet, faux-filet, haché...).

Dans les viandes porcines comme dans les viandes bovines, c'est l'ajustement pièce par pièce et prix par prix qui permet de reconstituer un « prix de carcasse » qui ne se décrète pas car il est immédiatement sanctionné par la concurrence européenne, voire mondiale. Face à cette concurrence, nous n'aurons pas d'avenir sans retrouver de la compétitivité. À cet effet, le professionnalisme doit être notre fil conducteur à tous les niveaux de la filière. Faisons notre métier, et faisons le bien. Et gardons-nous des idées simplistes sur le métier du voisin...

Il est urgent de redonner à cette filière viandes les conditions d'une compétitivité retrouvée.

Jean-Paul Bigard

Président de Culture Viande

Les Entreprises françaises des viandes

2016, UNE ANNÉE CHARNIÈRE POUR LES VIANDES FRANÇAISES



LE SNIV-SNCP DEVIENT CULTURE VIANDE

À l'occasion de son assemblée générale qui s'est tenue le 6 octobre 2015, le syndicat regroupant les entreprises privées et coopératives de l'abattage-découpe-transformation des viandes a présenté sa nouvelle identité : **Culture Viande***. Elle fait sens commun pour les professionnels de l'abattage-découpe-transformation :

- rassemblés d'abord et avant tout **pour la viande** : tout le travail de préparation des morceaux se fait à l'aune d'un professionnalisme pointu, dans des conditions d'hygiène et de sécurité sanitaire maximales, en réponse aux attentes des consommateurs et des clients que sont les boucheries artisanales, les grandes et moyennes surfaces (à la découpe comme en libre-service), les restaurants et la restauration collective, les entreprises de l'agro-alimentaire, ... et ce, tant en France, qu'à l'export ;

- ce qui rassemble également autour de la **Culture de la Viande**, ce sont les gestes et les savoir-faire, les métiers, la prise en compte des hommes et des femmes qui font la viande au quotidien ; c'est enfin la préparation et la découpe à la française, ceci, avec la qualité et le goût comme premiers objectifs.

Les sujets de la viande sont aujourd'hui devenus sujets de société. Les Entreprises Françaises des Viandes se présentent donc sous un jour nouveau. Être à l'écoute des éleveurs comme des marchés, de ce que disent les citoyens et de ce que font les consommateurs, c'est la posture de **Culture Viande** par essence. Aujourd'hui, sous le nom de **Culture Viande**, c'est encore plus clair.

* Clip de présentation à voir sur : www.cultureviande.fr

LES RENCONTRES « MADE IN VIANDE » : POUR COMPRENDRE LA VIANDE

La filière élevage et viande organise la seconde édition des **Rencontres MADE in VIANDE** du 21 au 25 mai 2016 sur tout le territoire. Visites, découvertes, rencontres, dégustations... Un grand événement festif pour partager les métiers, ainsi que le quotidien et les valeurs des professionnels de la viande. Une occasion de découvrir les coulisses des fermes d'élevages, centres d'allotement, marchés aux bestiaux, entreprises de viande, ateliers de découpe et de transformation, restaurants de collectivités, grandes surfaces, boucheries et triperies artisanales... Près d'un demi-million de professionnels travaillent dans ce secteur clé de l'économie française et plus de 20 000 emplois sont à pourvoir dans un proche avenir ! A voir sur <http://www.la-viande.fr/made-in-viande/les-rencontres>



2016, UNE ANNÉE CHARNIÈRE POUR LES VIANDES

Depuis plusieurs années, la dérégulation est le fil conducteur des réformes successives de la politique agricole commune.

Le secteur de la viande porcine a été le premier à y être confronté avec, depuis longtemps déjà, la fin de tout soutien de marché et notamment des restitutions à l'exportation. Ce fut le cas également de la volaille, entraînant une profonde restructuration de ce secteur, et c'est aujourd'hui le cas dans le secteur laitier avec l'abandon des quotas ; quant aux producteurs de viande bovine, il connaît une réduction drastique des aides directes à l'activité d'engraissement.

Le prix européen des productions animales est désormais la résultante de trois facteurs :

- le niveau de production dans les 28 pays de l'Union ;
- l'orientation de la demande qui concerne à la fois la consommation intérieure et les exportations vers les pays tiers ;
- et enfin, le niveau de compétitivité-prix des pays concurrents, qu'ils pénètrent sur le marché européen ou qu'ils se retrouvent face à nous sur les grands marchés importateurs.

L'indexation sur les coûts de production n'est donc pas le modèle de formation des prix en vigueur, alors que les éleveurs sont contraints par le niveau d'accès à l'aliment du bétail. Rappelons que **le coût alimentaire représente les deux tiers du coût de production de la viande de porc**. La filière porcine est ainsi livrée à la spéculation - et à la volatilité qui en résulte - sur le prix des matières premières végétales.



SECTEUR DES VIANDES PORCINES

Alerte rouge

En 2015, tous les clignotants sont passés au rouge pour la filière porcine française :

- la progression des abattages dépassent en 2015 pour l'ensemble de l'Union les + 4 % avec un pic de près de 8 % pour l'Espagne et les Pays-Bas !
- la consommation de viande porcine continue de s'amenuiser, pour la France : moins 3,5 % à fin décembre 2015, qui viennent s'ajouter à une érosion régulière de 1,5 % par an depuis 5 ans ;
- du côté du commerce extérieur, la perte du marché russe (750 000 tonnes par an pour l'ensemble des pays exportateurs de l'Union) coûte cher aux entreprises des viandes et à la filière toute entière. Le changement de destinations des pièces et coproduits destinés traditionnellement au marché russe a certes apporté des solutions, mais en partie seulement et, soulignons-le, au prix de sévères décotes et d'un gonflement significatif de nos stocks. *Culture Viande* a invité la Commission européenne à trouver un accord sur la peste porcine africaine avec la Fédération de Russie afin d'éviter les conséquences

désastreuses sur l'équilibre du marché du porc en Europe. Deux ans après, la Commission continue à minimiser les conséquences de cet embargo qui affaiblit nos filières animales et profite à nos concurrents, le Brésil notamment, désormais solidement installé sur le marché russe.

Retour sur la crise du Marché du porc breton

La nouvelle crise porcine a mis en péril l'élevage et l'abattage-découpe du secteur. Pour mettre fin à ce désastre économique, dans un réflexe de survie sans se concerter, les deux leaders de l'abattage porcine français ont annoncé le 10 août 2015 leur retrait du Marché du Porc Breton (MPB). Cette décision, soutenue par la plupart des abatteurs-découpeurs de porcs, a permis de dénoncer une cotation politique décalée du prix du porc européen et un fonctionnement du MPB suranné, inadapté et empêchant d'afficher la réalité d'un cours résultant d'une véritable confrontation de l'offre et de la demande. Trois mois après le tollé médiatique et politique sur le sujet que constate-t-on ?

D'un côté, les groupements d'éleveurs, responsables et conscients de la nécessité de préserver la pérennité de l'élevage français, ont eux-mêmes demandé à ceux qui en étaient à l'origine, de mettre fin à ces prix d'achat politiques. Les éleveurs ont enfin pris conscience qu'ils étaient partenaires avec les abatteurs : leurs destins sont liés. Transférer les pertes des uns vers les autres n'a donc pas de sens. De l'autre côté, le MPB n'a donné aucun signe tangible d'une volonté de réforme, mis à part quelques ajustements cosmétiques qui ont permis de relancer le marché courant novembre dans des conditions de représentativité de l'offre qui reste très contestable. Dans cette crise porcine à la fois conjoncturelle et structurelle, *Culture Viande* en a appelé aux pouvoirs publics comme à la filière pour changer de mode de réflexion. Repartir de la demande des consommateurs, construire des partenariats, mettre fin à la politique des prix toujours plus bas, créer de la valeur au bénéfice de l'amont et conforter le maillon abattage-découpe dans son rôle essentiel de valorisation de la production française, ... autant de pistes qui restent à ouvrir.



SECTEUR DES VIANDES BOVINES

La filière bovine en difficulté

Du côté de la filière bovine, une chose est sûre : le revenu annuel procuré par cette production reste en moyenne insuffisant pour les éleveurs. La nouvelle crise sanitaire engendrée dans le secteur de l'élevage des ruminants par le dernier épisode de fièvre catarrhale ovine (FCO) rajoute aux difficultés. Cette maladie d'élevage n'est pourtant pas une affection transmissible à l'homme. La consommation de viande ne présente aucun risque. *Culture Viande* a donc appelé les services vétérinaires du Ministère de l'Agriculture (DGAL) au plus grand pragmatisme et à la vigilance s'agissant de nos possibilités d'exportation en vif et en viande vers des pays proches comme l'Italie ou un peu plus lointains comme la Turquie.

Pour *Culture Viande*, l'obstination de la Fédération Nationale Bovine à intervenir au travers de l'interprofession Interbev, dans ce qui serait une « gouvernance économique », conduit la filière dans de fausses bonnes solutions. Cette gouvernance comprend des dispositifs d'encadrement des prix, de gestion des contrats, d'orientations du commerce extérieur, d'organisation du marché et de sa segmentation, etc. Ce qui, mis bout à bout représente l'idée d'un secteur administré depuis un échelon national, ... dans un monde pourtant ouvert où le libéralisme économique souffle en rafales.

Que chacun fasse bien son métier. L'interprofession peut promouvoir des bonnes pratiques professionnelles mais elle doit s'arrêter là où commence la responsabilité des acteurs économiques : éleveurs, abatteurs, distributeurs.



Le même constat serait à faire sur la question de l'export. L'exportation, surtout vers les pays tiers est une affaire de spécialistes qui ne peut se gérer dans un forum. Les entreprises adhérentes de *Culture Viande* exportent en viandes de porc et de bœuf fraîches et congelées, 16 % de leur chiffre d'affaires, soit une valeur de plus de 1,5 milliard d'euros, c'est-à-dire 94 % des exportations nationales.

Objectif qualité !

Restaurer les marges à tous les échelons de la filière et améliorer durablement le revenu des éleveurs passe par une nouvelle prise en compte d'une demande des consommateurs définitivement portée sur la qualité. La spécificité française des races à viande constitue un réel atout. Tant à l'exportation que pour la consommation intérieure. Pour les entreprises d'abattage-découpe, là devrait être l'objectif principal, voire unique de toute la filière. A défaut, la problématique de baisse, voire d'effondrement de la consommation deviendra plus que préoccupante.

Les actions concrètes à mettre en face de cet objectif :

- tout d'abord, il faut **retrouver du professionnalisme à tous les niveaux** : livrer un bovin sale à l'abattoir, ce n'est pas professionnel, vendre une viande abattue de la veille, ce n'est pas professionnel, étiqueter « viande à griller » sur un morceau dur, ce n'est pas professionnel... Les entreprises d'abattage-découpe investissent énormément pour former des jeunes avant que le dernier ancien détenteur de savoir-faire soit parti. La distribution (les GMS et les boucheries artisanales) doit impérativement faire de même. Et le faire vraiment ! En parler à la télévision ne suffit pas...
- **la disparition des bouchers dans les rayons des grands magasins est néfaste** à la valorisation et aux volumes de viande vendus. Comment vendre de la viande sans un boucher, voilà une question de bon sens !
- *Culture Viande* en appelle à l'établissement d'une **politique de communication resserrée autour d'un objectif simple : redonner l'envie d'un bon morceau de viande**. Il faut cesser de confondre l'animal élevé par les producteurs, avec la viande élaborée par la filière à différents degrés de transformation.

Sortir de l'impasse

Pour sortir de cette crise du porc sans précédent, *Culture Viande* a saisi les pouvoirs publics et l'interprofession Inaporc :

- **pour un soutien à la compétitivité des abattoirs** par un allègement exceptionnel des charges sociales car rien n'est réglé de la question du dumping social en Europe ; nous ne pourrions jamais lutter face à des abattoirs allemands et espagnols qui emploient du personnel à un coût inférieur de 40 à 50 % à la France ;
- de façon toute aussi importante, **pour un engagement en faveur de l'identification claire de l'origine de la viande** sur les produits transformés de charcuterie-salaison et les plats préparés ;
- **pour le développement d'une campagne de communication** visant à relancer la consommation de viandes et les produits de charcuterie portant le logo « **Porc français** » ;
- **pour une remise au niveau de l'ensemble des autres pays européens** de nos contraintes environnementales, techniques, sanitaires et administratives. Nous aspirons également à une application simple et pragmatique des normes et réglementations par les services de l'administration, « sans en rajouter », ainsi qu'une approche harmonisée entre les départements ;
- et, enfin, pour un engagement de **reprise des négociations avec la Fédération de Russie**.

LES FRANÇAIS PLÉBISCITENT LES CODES DU PLAISIR

Par Pascale Hébel, Directrice du département Consommation, CREDOC

« Tous les aliments sont concernés par un phénomène nouveau : celui d'une frugalité alimentaire. Les Français se sont mis à manger moins. »

Les Français consomment-ils moins de viandes ?

Oui, et ce depuis les années 80 ! Le phénomène s'accroît : entre 2010 et 2013, la baisse de consommation tous produits carnés confondus a atteint - 5 %, passant de 153 à 145 g/jour en moyenne ; dans les deux prochaines années, 33 % des Français déclarent vouloir diminuer leur consommation de viande.

Cette baisse a peu de chance de s'inverser, sauf au regard de la praticité : les viandes intégrées dans les plats cuisinés augmentent de 20 % sur la même période, passant de 18,9 à 23,7 g/j... suivant ainsi la croissance des pâtes et du riz.

Comment évolue l'image de la viande ?

La viande garde une image forte, tant sur son « caractère indispensable » (noté 6,3/10 v/s 8 pour les fruits et 3,1 pour les plats préparés) que sur le « plaisir procuré » (la viande de bœuf est notée 7,1/10 v/s 7,8 pour les fruits et 3,6 pour les plats préparés).

Que veulent des consommateurs ?

Le rêve des Français se porte sur des produits bruts qu'ils vont « préparer » eux-mêmes, de proximité et bio. Dans les faits, les générations actuelles sont centrées sur les codes du plaisir ; alors que les générations précédentes ont été tous à tour portées sur le low cost (1967/76), le plateau repas (1977/86),



et le nomade (1987/96). Les consommateurs veulent vivre dans l'expérience, la découverte. Ils ont vraiment envie de « changer tout le temps ». Ils recherchent enfin et avant tout la praticité. Le temps de préparation a diminué par deux en seulement une génération. La bulle du « fait maison » ne touche qu'une petite partie privilégiée de la société. La génération plateau repas passe deux fois moins de temps que la génération nomade, et celle-ci passe encore moins de temps à table.

Ensuite, les consommateurs le disent : il y a un vrai problème de valorisation dans les rayons. Le produit n'est pas visible. La seule chose qui se voit en approchant du rayon, ce sont de gigantesques inscriptions de prix, au premier rang desquelles figurent les promotions ! Les barquettes de viande sont en fond de bac... Tout l'inverse du rayon biscuits où pourtant le prix au kg est bien plus important ! Le rayon viande n'est pas entré dans les codes d'évolution du marketing. Il est temps de réenchanter le rayon viande !

La praticité est-elle la seule voie de l'avenir ?

Avec le ludique, indéniablement ! Sodas, pizzas et sandwiches, les Français consomment aujourd'hui sous des formes beaucoup plus ludiques. La moitié d'entre-eux déjeunent le midi, avec un simple jambon beurre... Ce style de repas est aussi devenu celui des week-ends, même à la maison, pour la simple raison que cela évite la vaisselle ! ... Ce qui n'exclut pas pour autant les bons produits. La qualité est la porte de sortie. Il reste simplement à inventer les produits pour cette génération de « nomades ». Le succès des segmentations pour enfants ou autre package mono-portion montrent que l'avenir est au ludique, au facile à consommer et au facile à conserver. N'oublions pas néanmoins l'éthique et le sens qui, eux, sont devenus un prérequis. Les consommateurs veulent trouver leur place en termes d'engagement, de sens sociétal et d'éthique.



L'INFOFILET

PUBLICATION DE CULTURE VIANDE, LES ENTREPRISES FRANÇAISES DES VIANDES

Directeur de publication : Pierre Halliez - Rédacteur en chef : François Cassagnol - Maquette : Marie-Laurence Lanceau - © Photos : Marie-France Nélaton Fotolia/Mixalina/Emmanuel Nguyen/Flairimages

Culture Viande regroupe les entreprises industrielles françaises, grandes et petites, du secteur de la viande bovine, ovine et porcine. Le syndicat exerce la mission de représentant et de porte-parole de ces industries et intervient comme force de propositions. Les chiffres clés de Culture Viande : 80 adhérents, 150 établissements industriels • 35 000 salariés • 10,5 milliards d'euros de CA • 2,8 millions de tonnes de viande bovine, porcine et ovine • 87 % des abattages français de porcs, 64 % des abattages français de gros bovins, 83 % de la production nationale de viande hachée, 94 % des exportations françaises de viande bovine et porcine fraîches et congelées.