



Les enjeux pour la filière volaille en Normandie

Groupe Prospective

36b

L'évolution du débouché n'est pas qu'un problème de consommation

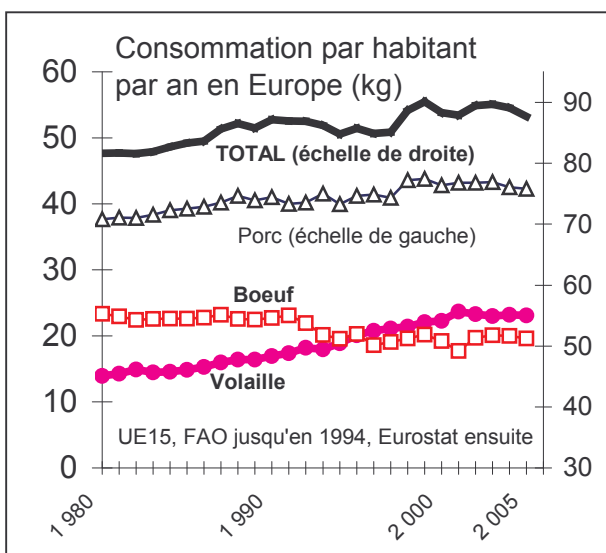
Le secteur volaille est l'un de ceux où les échanges ont évolué le plus fortement depuis 10 ans, ce qui perturbe gravement le parallélisme entre évolution de la consommation et évolution des débouchés.

Les évolutions sur les droits de douane (qui régulent l'import) et sur les restitutions à l'exportation, qui découlent largement des négociations à l'Organisation Mondiale du Commerce, ont en effet accru les importations européennes et diminué certains créneaux d'exportation. Le jeu des parités monétaires a aussi joué un rôle important.

Le déclin des exportations avec restitutions concerne un produit spécifique, le poulet-export, destiné au marché du Moyen-Orient sous forme de poulet congelé entier. Ce marché est en voie d'élimination du fait du recul et de la suppression à terme des restitutions à l'exportation, sans lesquelles il ne peut être compétitif. Il constitue un segment non négligeable pour la Bretagne, mais ce produit ne concerne pratiquement pas la Normandie.

Les importations se sont développées sur une toute autre gamme, celle des produits transformés. C'est le segment le plus dynamique de notre marché intérieur. Les industries de transformation de la viande de volaille sont de plus en plus approvisionnées par de la matière première importée du Brésil ou de Thaïlande. La Normandie est concernée, au moins indirectement, par cette évolution qui grève son débouché.

Une croissance ralentie de la consommation



La volaille a progressé de façon constante dans la consommation totale de viande. Avant 1980, le phénomène était général et toutes les viandes en profitaient plus ou moins. Depuis 1980 et surtout 1990, le total des viandes s'est pratiquement stabilisé en France à moins de 95 kg par personne et par an. Au niveau européen (graphique), une légère progression subsiste.

Dans ce contexte, la consommation de volaille s'est pourtant développée de façon régulière (+ 10 kg/hab/an dans les 20 dernières années), en partie aux dépens du bœuf.

Depuis 2000, cette substitution semble pourtant enrayerée. La crise de l'ESB sur le bœuf a d'abord fait plonger celui-ci, ce qui a profité à la volaille. Puis, le retour du bœuf dans les assiettes entre 2001 et 2002 a fait perdre à la volaille le terrain gagné. Mais il est remarquable que depuis, la consommation de l'ensemble des viandes a baissé et la volaille ne fait plus exception. Cette évolution s'observe tant en

France qu'à l'échelle européenne. Elle intègre la consommation des ménages et la restauration hors domicile.

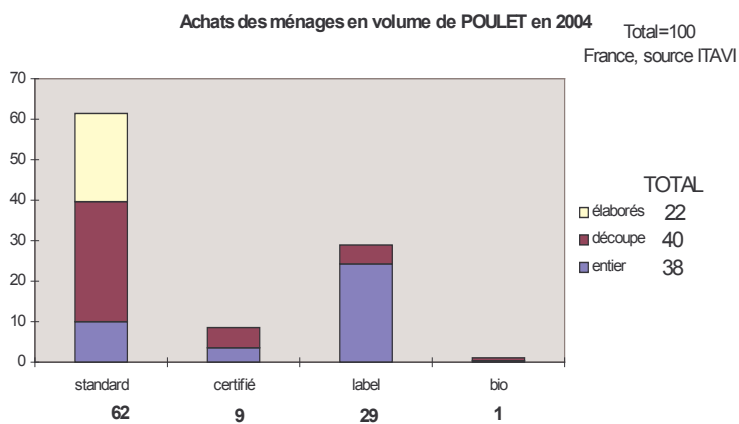
Les projections réalisées récemment (par exemple par la Commission européenne) tiennent compte de ce ralentissement. Nous avons retenu pour la France + 2 kg en 20 ans en tendance et jusqu'à + 4,5 kg dans les scénarios les plus optimistes.

Des segments différenciés

La consommation par les ménages représente environ les 3/4 du marché, contre 1/4 pour la restauration hors domicile (dont moitié/moitié entre restauration collective et commerciale). La part de volaille dans le total viandes est identique en RHF et dans les achats des ménages (dans le détail, la volaille est sur-représentée en restauration collective, en self et en restauration rapide, mais sous-représentée dans la restauration traditionnelle).

Au sein des achats des ménages, le poulet représente la moitié, la dinde 22 %, le canard et la pintade environ 10 %, les élaborés 20 %. La restauration hors domicile utilise moins de poulet (32 %) mais davantage d'élaborés (31 %, taux qui passe même à 44 % si on se limite à la seule restauration commerciale).

La consommation augmente avec l'âge jusque vers 50-60 ans puis recule ensuite, selon un schéma qui reste assez immuable, toutes les générations suivant la même évolution à l'identique. Ce schéma pourrait être porteur d'un recul car la part de seniors dans la population va augmenter.



Le poulet est un produit relativement différencié : les achats de poulet par les ménages peuvent se décliner selon le niveau d'élaboration d'une part et le niveau de certification/labellisation d'autre part.

On peut remarquer que le label n'est présent presque que sur des volailles entières, car l'image qu'il véhicule est plus difficile à valoriser sur de la découpe.

Les évolutions de marché sur ces différents segments sont très contrastées.

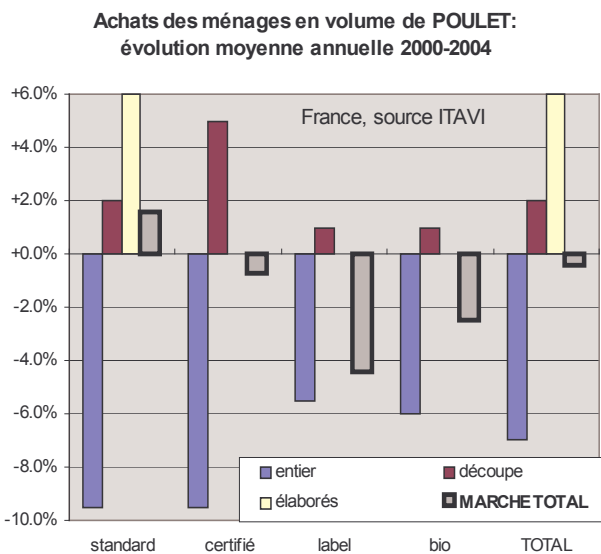
Le poulet entier recule fortement : il se concentre sur le créneau du produit festif mais compliqué à préparer. Lorsqu'il est labellisé,

l'évolution est moins vive mais reste négative. Or, la majorité des poulets-labels sont d'abord des poulets entiers, ce qui les pénalise fondamentalement. A noter toutefois que LDC fait état d'un maintien de son marché label sur la période.

Le poulet découpé a une évolution globalement positive, améliorée par la certification.

Le segment qui évolue le mieux est celui des élaborés.

Globalement, la consommation de poulet est légèrement différenciée selon les groupes de revenu : le quartile supérieur en achète environ 50 % de plus que le quartile inférieur.



La dinde correspond pratiquement intégralement à du standard et est très peu vendue entière. Les achats des ménages en viande de dinde sont en recul de 5 % sur 2000-2004 (mais : hors élaborés). La consommation de dinde est très peu différenciée en fonction du revenu.

La dinde est assez nettement sur-représentée dans la production de volailles en Normandie.

Le canard se vend beaucoup en découpe et son marché est stable.

La pintade se vend entière, son marché tend à décliner.

Ces deux volailles sont très différenciées en fonction du revenu : elles sont très nettement surconsommées par les milieux aisés.

Ces deux espèces sont peu représentées en Normandie.

La Normandie plutôt positionnée sur le "standard"

Les volailles normandes se positionnent comme suit sur les trois grandes catégories de débouchés :

- **Poulet-export** : existe très peu en Normandie.
- **Poulet et dinde standards** (et certifiés) : les volailles sont traitées pour l'essentiel par de gros abattoirs intégrés à des groupes de dimension nationale voire européenne (LDC et Doux, numéros 1 et 2 français).
Ces groupes sont à même de réaliser la péréquation entre les différentes valorisations, en particulier en développant les élaborés. Pour le producteur qui livre à ces groupes, l'indicateur pertinent en matière de consommation est donc l'évolution globale du secteur volaille standard. Sa croissance, quoique atténuée, reste légèrement positive.

Le problème numéro un sur cette catégorie, centrale pour l'aviculture normande, n'est pas un problème de consommation mais d'importations, du fait de nouvelles évolutions douanières dans le cycle de Doha par exemple. Ce processus a en fait déjà commencé depuis 1995. Ainsi, Doux a déjà opéré un basculement partiel vers le Brésil (en rachetant le n°1 brésilien Frangosul). Les filets saumurés importés du Brésil et de Thaïlande se positionnent sur les segments de marché les plus dynamiques du marché européen, notamment la fabrication d'élaborés et de sandwiches.

Pour l'instant, LDC a affiché l'origine française de ses produits comme argument vis-à-vis du consommateur. Mais, le risque est bien de voir s'amplifier l'approvisionnement externe (éventuellement à partir de filiales reprises à l'étranger). Dans un tel scénario, les unités de 3^e transformation (après abattage et découpe, liées à la production) pourraient rester en place ou être également délocalisées.

- **Volaille label** : elle vise principalement un marché français. L'évolution est plutôt négative sur ce segment. Mais il pèse relativement peu en Normandie.

Quatre scénarios peu contrastés pour la Normandie avicole

La consommation de volailles dans l'avenir dépend modérément de la croissance des revenus et relativement peu de leur répartition. Les contrastes entre les quatre scénarios sont donc relativement modestes. La part importante de la dinde et la part faible de la pintade et du canard dans la production normande renforcent cette relative insensibilité aux évolutions de revenus.

La consommation de volailles, au-delà des effets de revenu, a indéniablement un atout en matière de praticité car cette viande est très facile à transformer. Les scénarios de croissance qui tendent à limiter les temps de préparation des repas sont donc favorables à la volaille, tout comme les scénarios de crise où le temps est déstructuré donc plutôt favorable au sandwich par exemple.

De même, le développement de la restauration hors foyer devrait être favorable à la volaille : les segments de restauration hors domicile qui se développent le plus vite sont ceux qui utilisent le plus de volaille par rapport aux autres viandes.

Par ailleurs, les évolutions de prix relatif ont été jusqu'ici favorables à la volaille (mais l'essentiel de la baisse de prix des céréales dans l'Union européenne est sans doute derrière nous, ce qui limitera cet avantage).

La volaille pourrait aussi faire valoir son caractère diététique dans un scénario "nutritionniste", du fait de sa faible teneur en lipides. Cet argument encore discret en Europe, joue un rôle important aux USA.

Reste au final une inconnue sur l'impact des crises sanitaires qui touchent particulièrement les viandes. Au-delà des crises ponctuelles affectant telle ou telle viande de façon en général transitoire, ces crises pourraient renforcer le plafonnement global de la consommation carnée sur le long terme. La volaille en serait indirectement affectée, même si les arguments précédents tendent à accroître sa part relative.

Par ailleurs, ces crises sont souvent l'occasion de restructurations dans l'amont et l'aval de la filière. Si, en volailles, l'outil principal SNV apparaît peu vulnérable, de petits abattoirs pourraient en être affectés, par exemple avec la baisse de consommation découlant de la grippe aviaire.

Tout en atténuant la tendance très dynamique des années 90, on peut donc rester globalement optimiste à 20 ans sur l'évolution de fond de la consommation, en matière de volaille standard, et ce, de façon assez groupée pour tous les scénarios.

Le gros problème est de savoir si ce sont les producteurs français et européens qui fourniront la matière première de ce développement ou des importations d'origine extra-européenne.

| Filière volaille normande | |
|---|--|
| FORCES | FAIBLESSES |
| <ul style="list-style-type: none"> • La volaille est la viande qui peut espérer le plus de croissance de la consommation d'ici 2020. • Peu sensible aux évolutions de revenus. • Atouts nutritionnels de la volaille. • Présence de SNV (élaboration des produits). • Pression azotée plus faible en Normandie que dans les régions "traditionnelles" de viande blanches. • Orientation "standard" prépondérante. | <ul style="list-style-type: none"> • L'hypothèque "grippe aviaire". • Les seniors (+ 60 ans) sont peu consommateurs (groupe en croissance dans la population). • Image de la Normandie peu associée à la volaille. • <i>Risque d'importations venant des pays tiers.</i> |

Jean HIRSCHLER - Chambre d'Agriculture de l'Orne - Mise à jour : 23 juin 2006