



**L'AVENIR  
DE LA FILIERE PORCINE FRANCAISE**

Un défi pour les organisations économiques

# L'AVENIR DE LA FILIERE PORCINE FRANCAISE

## Un défi pour les organisations économiques

### Filière porcine : constat

Le bilan français d'approvisionnement du marché du porc évolue peu ces dernières années.

La production (2.085 M. tonnes) se stabilise lentement et les éleveurs passent difficilement les crises. Les abattages de porc ont atteint 25.5 millions de porcs en 2007.

Le taux d'approvisionnement s'établit à 106.4 %, l'Allemagne et l'Espagne renforcent leur part de marché dans les importations et les exportations ont peu progressé.

> La filière porcine française perd de sa performance relative ce qui, avec les spécificités propres à ses différents bassins, pose 2 questions :

- **L'amélioration de la compétitivité individuelle** de chacun de ses maillons,
- **Les relations verticales entre ses différents maillons.**

Indépendamment de la nécessaire compétitivité des élevages, l'organisation économique doit progresser.

### Maillon production : propositions

Les éleveurs de porc français sont regroupés dans 73 organisations de producteurs dont le nombre a été divisé par 2 depuis 1990 ; ils représentent 94% de la production nationale. En 2006 les 15 premiers groupements (> 500 000 porcs) ont représenté 68% de la production groupée.

> **Une réelle concentration des groupements doit continuer** dans les zones de production afin de poursuivre l'amélioration de la qualité et du prix dans les services apportés aux adhérents, et de participer in fine au renforcement de la compétitivité globale du porc fourni aux abatteurs des différentes régions de production.

La concentration des groupements de producteurs suivra également celle de l'abattage.

## Maillon abattage / découpe : propositions

Les 4 régions (Bretagne, Pays de Loire, Poitou Charente, Basse Normandie) représentent 77% des abattages français de porcs. Les 10 premiers abattoirs français appartenant à 7 entreprises représentent 56% des abattages. Le premier groupe français abat 3.7 millions de porcs ; au niveau Europe Danish Crown abat 22 millions de porcs, Vion 19 millions, Tonnieux 10 et Westfleisch 5.4 millions.

> **La productivité des outils d'abattage et de découpe doit être améliorée** ce qui implique notamment des efforts de modernisation, de saturation, de capacités industrielles critiques, et de spécialisation. La performance du parc industriel français d'abattage et de découpe doit être doublée d'un **mouvement de concentration des opérateurs**, domaine où la France accuse un retard particulièrement significatif par rapport notamment à l'Europe du Nord, permettant de massifier l'offre française de carcasses et de pièces sur un marché devenu international. L'alliance Prestor-Gad-Cecab est une première opération qu'il faut saluer, d'autres réflexions sont en cours. **Il est souhaitable que se dégage de ces initiatives un leader français structurant** d'un minimum de 7 millions de porcs et que d'autres regroupements s'opèrent.

> Par ailleurs, **des initiatives sélectives doivent être prises par des abatteurs-découpeurs français pour intégrer des maillons spécifiques de la transformation** permettant d'utiliser des pièces difficiles à commercialiser, de développer des produits de niche ayant une dimension terroir, ou encore de mieux valoriser les pièces vendues en frais au travers notamment d'UVCI. Il faut rechercher l'équilibre et la meilleure valorisation matière par un bon mix produits/mix clients. La séparation abattage-découpe/transformation n'est pas une règle universelle, des organisations différentes existent dans d'autres pays.

## Maillon Charcuterie / Salaisonnerie : propositions

La production française de charcuterie salaison s'est établie à près de 1,36 MT en 2006 en augmentation comme les 2 années précédentes de 1.5 % par an.

**Le nombre important d'entreprises reste stable à 354** ainsi que les grandes zones de production : 26% en Bretagne, 17 % en Pays de Loire, et 16% en Rhône-Alpes.

Le marché est dominé par des entreprises multinationales et des sociétés françaises importantes ont été vendues (Aoste) ou sont à vendre (Madrance).

Des leaders français se développent dans les produits traiteurs et les plats cuisinés et non dans la charcuterie. Les entreprises françaises de charcuterie impliquées dans l'amont (Brocéliande, Floc'h, Aubret) sont encore modestes ; deux distributeurs français sont impliqués dans l'abattage porc et la charcuterie (Kerméné-Leclerc et Onno-Ranou ITM). Les deux leaders français de l'abattage ne semblent pas avoir de stratégie de transformation au-delà des UVCI et de la saucisserie ; leurs investissements dans la charcuterie sont limités.

**Le vrai danger**, à moyen terme, est une entrée massive de pièces de découpe nord ou sud américaines avec **un contrôle des grandes marques de charcuterie française par des leaders porcins mondiaux**.

**Les cessions d'entreprises du secteur d'aval** qui pourraient intervenir à court ou moyen terme seront pour la filière française **des rendez-vous décisifs** :

- soit des **entreprises internationales**, éventuellement intégrées en amont dans l'abattage à l'étranger mettent la main sur de nouvelles marques de référence pour le marché français ;

- soit les **acteurs de l'agroalimentaire français** sont capables d'organiser des projets performants en terme entrepreneurial et financier et parviennent à jouer un rôle d'avenir dans cette industrie stratégique pour la production porcine française.

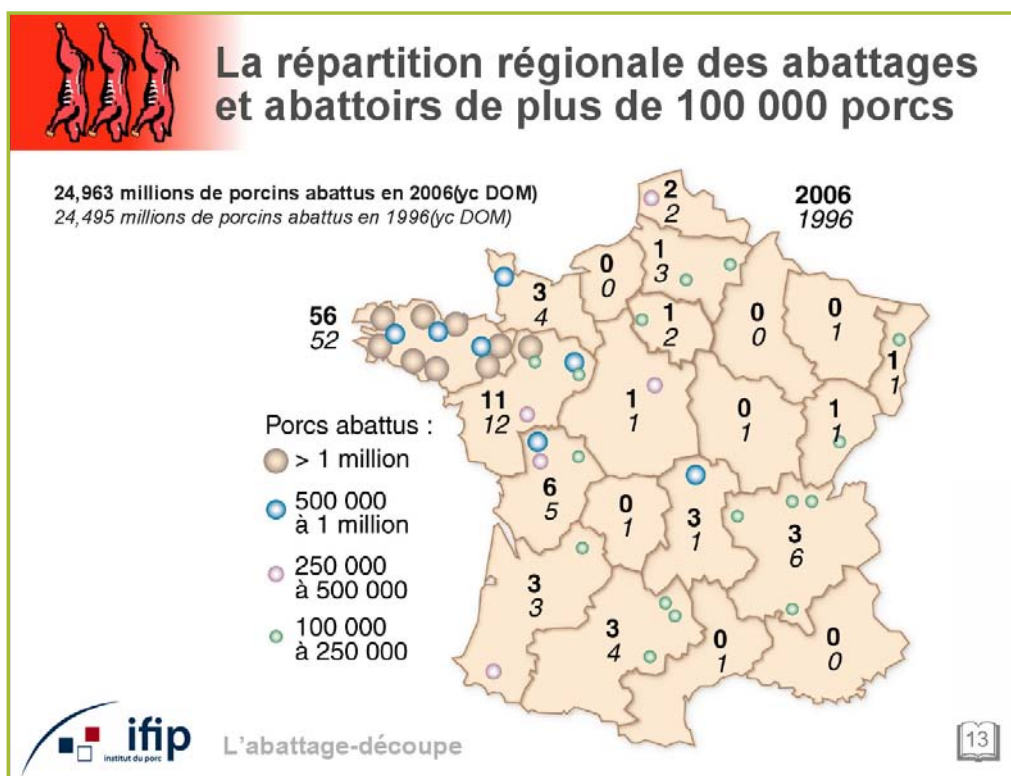
> **La France doit se doter d'un champion national de la charcuterie et de la salaisonnerie** qui soit un leader structurant capable de rivaliser d'un point de vue industriel et commercial avec les multinationales que sont l'Américain Smithfield (Aoste) et le Suisse Nestlé (Herta), cela dans un contexte de rapport de force avec la Grande Distribution.

## Groupements de producteurs

Région	Nb d'OP	Total porcs charcutiers
ALSACE	1	147 387
AQUITAINE	5	603 059
AUVERGNE	4	845 082
BOURGOGNE	2	378 515
BRETAGNE	21	15 186 316
CENTRE	2	70 043
CHAMP.ARDENNES	1	78 127
FRANCHE COMTE	1	78 129
LANG.ROUSSILLON	1	16 823
LIMOUSIN	2	149 219
LORRAINE	3	103 379
MIDI PYRENEES	7	607 625
NORD PICARDIE	6	943 423
NORMANDIE BASSE	2	746 588
NORMANDIE HAUTE	1	252 951
PAYS LOIRE	6	2 190 891
POITOU CHARENTE	2	208 839
PACA	3	37 877
RHONE ALPES	2	59 274
RÉUNION	1	100 037
TOTAL	73	22 803 584

> **des regroupements devront s'opérer dans beaucoup de régions et certaines unions devraient évoluer vers une véritable entité économique.**

## Abattage/découpe



> la production porcine ne tiendra dans certaines régions que s'il existe des outils d'abattage-transformation compétitifs et rentables, indépendamment bien sûr de certains circuits courts pouvant être fournis à partir de petits abattoirs de proximité.

### LES 15 PLUS GROS SITES D'ABATTAGE DE PORCS

(sources CDF et UNIPORC-OUEST)

	Dpt	Porcs abattus en 2007	Rang en 2007
COOPERL LAMBALLE-22	22	2 236 079	1
COOPERL MONFORT-35	35	1 689 139	2
SOCOPA EVRON-53	53	1 564 842	3
GAD LANDIVISIAU-29	29	1 443 579	4
KERMENE St JACUT -22	22	1 384 381	5
EUROPIG JOSSELIN-56	56	1 370 073	6
BERNARD LOCMINE-56	56	1 366 497	7
SOCOPA CHATEAUNEUF-29	29	1 174 071	8
ABERA St BRICE-35	35	1 048 916	9
ARCA SAINT MAIXENT-79	79	904 927	10
GATINE VIANDES LA GUERCHE-35	35	873 186	11
BIGARD QUIMPERLE-29	29	834 787	12
AIM Villedieu les Poêles-50	50	815 628	13
LOUDEAC VIANDES-22	22	670 079	14
CHARAL/SABIM SABLE-72	72	568 583	15

## Abattage/découpe

### Premiers groupes d'abattage en 2007-2008

(en millions de porcs abattus / an)

FRANCE		EUROPE		MONDE	
COOPERL	3,70	DANISH CROWN	20,5	SMITHFIELD	27,00
SOCOPA	3,30	VION	18,00	DANISH CROWN	20,50
GAD + CECAB	2,20	TÖNNIES	12,00	VION	18,00
FLOC'H & MARCHAND	2,00	WESTFLESICH	5,40	TYSON	17,50
ABC	1,70	COOPERL	3,70	LUOHE SHUANGHUI	15,00
ARCA	1,4	SOCOPA	3,30	TÖNNIES	12,00
KERMENE	1,4	GRAMPIAN	3,00	JBS GRUPO	12,00
SVA	1,0	D & S Fleish	2,60	CARGILL	10,00
GLON SANDERS	1,00	GAD + CECAB	2,20	OLYMEL	8,00
AIM	0,8	SWEDISH MEAT	2,20	HORMEL	7,00

(Source : Unigrains)

> la taille des entreprises françaises est inférieure aux leaders européens.

La Bretagne est un des plus forts centres européen de production et de première transformation agricole. Elle s'est hissée à cette place en ayant toujours mis l'accent sur les volumes et l'efficacité industrielle plutôt que sur le marketing. De nouvelles étapes sont nécessaires.

## Charcuterie salaison

### Les charcutiers français et européens en 2007

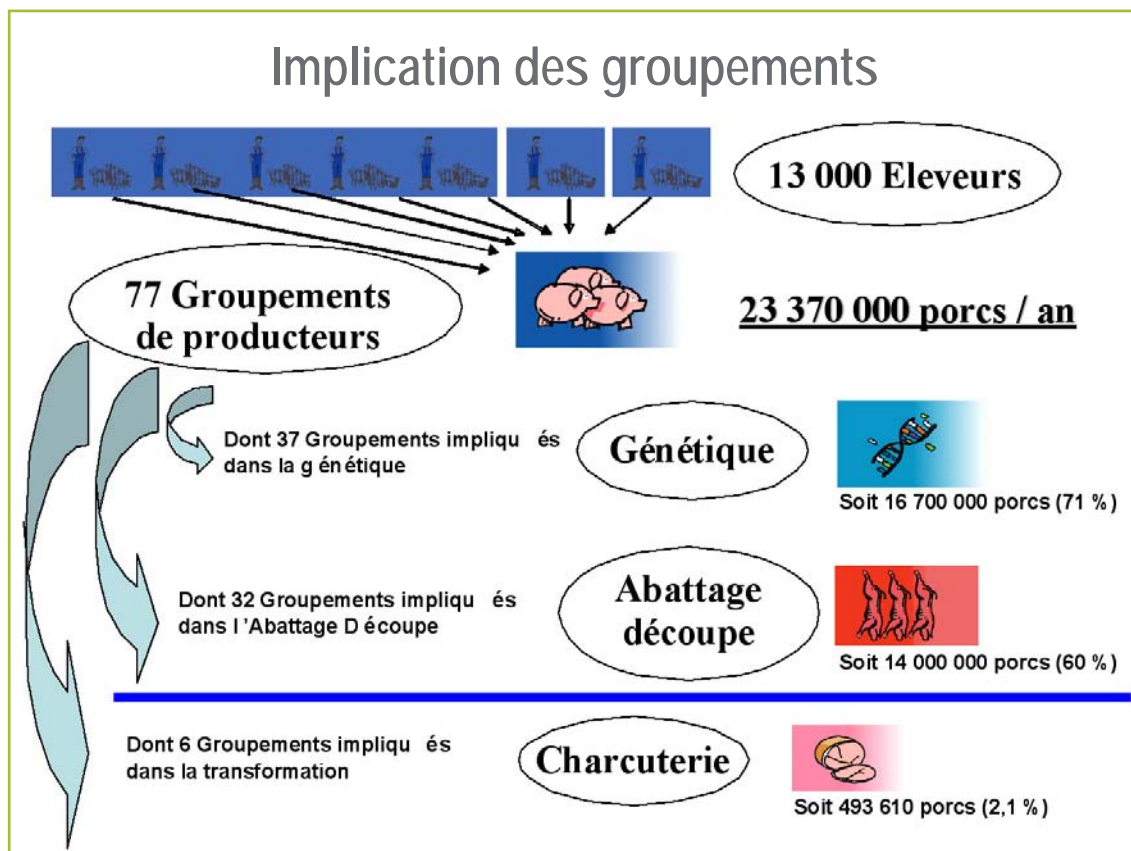
(CA en milliards €)

FRANCE			UNION EUROPEENNE	
SMITHFIELD FOODS	(USA) marques Aoste, Jean Caby, Justin Bridou, Caliste, Cochonou	0,9	DANISH CROWN (Tulip) DK	1,6
CCA (Monique Piffaut)	William Saurin, Prédault, Henri Antoine, Müller, Salaison de l'Arrée	0,6	SMITHFIELD USA	1,5
HERTA	Nestlé	0,6	NESTLE (Herta) CH	1,5
MADRANGE (+Geo)	Groupe familial	0,5	KERRY FOODS IRL	1,2
IFM (Soparind)	Groupe Bongrain (marques Chevallier, Souchon, Lhuissier Bordeaux Chenel)	0,4	CAMPOFRIO Espagne	1
FLEURY MICHON charcuterie	Familial + coté	0,3	HERISTO Allemagne	0,9
INTERMARCHE	Monique Ranou, Onno, Salaisons du Lignon, Délices d'Auzan, Salaisons de la Touques	0,3	ZUR MUHLEN Allemagne	0,9
UNICOPA	Brocéliande, Suchel, Boizet, ALH	0,2	VION Allemagne	0,8
KERMENE	Leclerc	0,2	Plusieurs intervenants autour de 0,6 Md€	
SOPRAT		0,2		

(Source : compilations Unigrains)

> La réelle valeur ajoutée est celle que le consommateur perçoit et paie. La France doit disposer d'entreprises de taille adaptée, préparant leur avenir et investissant dans l'innovation.

## Implication des groupements (chiffres 2005 – 2006)



> La coopération est très présente sur les maillons filière génétique, groupements, abattage mais très peu impliquée sur la transformation charcuterie. Les modèles d'organisation sont très différents suivant les pays en matière porcine. Smithfield est présent sur la totalité des maillons de la filière.

Créé par la loi d'orientation agricole du 5/01/2006, le Haut Conseil de la Coopération Agricole (HCCA) a été installé en mars 2007. C'est un établissement public doté de la personnalité morale. Ses missions sont les suivantes :

- Contribuer à la définition et à la mise en œuvre des politiques publiques en matière de coopération agricole et veiller à son adaptation en conciliant efficacité économique et développement territorial
- Être le garant du respect des textes et des règles de la Coopération agricole et délivrer et retirer l'agrément des coopératives
- Définir les principes et élaborer les normes de la révision
- Assurer le suivi de l'évolution économique et financière du secteur coopératif

Le HCCA est administré par un Comité directeur composé de 12 membres, 7 membres élus par les coopératives agricoles et leurs unions, 5 qualifiés, nommés par le Ministère de l'Agriculture. Le Président en est Xavier BEULIN. Deux commissaires du gouvernement siègent au HCCA.

Le HCCA comprend 3 secteurs administrés chacun par un conseil composé de membres du Comité directeur et de personnalités extérieures :

#### ***Une section juridique***

Présidente : Mme Isabelle COUTURIER

#### ***Une section révision***

Président : M. Michel FOSSEPREZ

#### ***Une section économique et financière***

Président : M. Philippe VASSEUR

#### **La section économique et financière**

La section économique et financière est chargée :

- D'assurer la veille économique des filières en centralisant les informations en provenance des entreprises coopératives et des différentes sources professionnelles et publiques

- D'encourager toutes actions susceptibles de renforcer l'organisation économique des producteurs, des marchés et des filières au sein du secteur coopératif
- De faciliter les relations coopératives et le développement des entreprises coopératives sur les marchés nationaux, communautaires et internationaux
- De contribuer à la mobilisation des fonds professionnels existants pour favoriser les restructurations et les développements internes et externes des coopératives agricoles

Elle est composée de membres du Comité directeur du HCCA et de personnalités extérieures où l'on retrouve le Crédit Agricole, la Caisse de Dépôt et de Consignation, Sofiprotéol et Unigrains.

Le secteur économique examine les différentes filières, les enjeux, les facteurs de réussite ou de blocage et émet des propositions. Son deuxième rapport concerne la filière porcine.

#### **La création du HCCA**

La création du Haut Conseil de la Coopération agricole s'inscrit dans le cadre de la réflexion menée depuis plusieurs années par Coop de France sur la modernisation et l'adaptation des coopératives agricoles. Il s'agit de doter la Coopération agricole d'une instance unique et indépendante chargée de contribuer à l'élaboration des orientations concernant les domaines juridique, économique et stratégique pour les coopératives agricoles. La Coopération est un outil de développement agricole majeur pour la France et une puissance économique aux caractéristiques spécifiques. La composition du Haut Conseil de la Coopération agricole est une opportunité pour fédérer les efforts des professionnels et des partenaires financiers, en liaison avec les pouvoirs publics et renforcer la légitimité de la Coopération.