



“Les abatteurs n'ont pas trop de marge de manœuvre”

Yves Trégaro,

chef du Bureau prospective - FranceAgrimer

Propos recueillis par Christophe Zapata
christophe.zapata@aveniragricole.net

Comment analysez-vous la situation actuelle du marché de la viande bovine ?

Le marché de la viande bovine repose sur deux types de viande : celle de vache laitière, considérée par l'éleveur laitier comme un coproduit d'une activité principale qui est le lait, et celle de vache allaitante (55 % du marché) qui se vend plus cher par la classification des carcasses. Quand la GMS passe un marché avec un abattoir, c'est essentiellement avec de la viande de vache laitière, car elle recherche les prix les plus bas. Mais quand, comme en 2007 et un peu en 2010, le marché en vaches laitières s'assèche, l'abattoir doit honorer son contrat avec de la viande de vache allaitante ou avec de la viande étrangère moins chère, d'Irlande, d'Allemagne ou d'Espagne, car le prix de revente à la GMS est déjà fixé. Voici schématiquement la situation de l'industrie de la viande. C'est très nouveau car jusqu'ici la production laitière, et donc celle de la viande de vache laitière étaient stables. Il y a fort à parier que le marché de la viande va connaître encore les contre-coups des fluctuations du prix du lait.

Les éleveurs n'ont pas obtenu les 0,60 €/kg qu'ils réclamaient, qu'en pensez-vous ?

L'éleveur a subi une série de hausses sur le matériel, le carburant, les engrais et cette année sur les concentrés. A cela s'ajoute une mauvaise récolte de fourrage, qui oblige à des dépenses supplémentaires et chères en ce moment. Ce qui peut apparaître comme un simple rattrapage de revenu pour le producteur, n'est pas ressenti de la même manière par le transformateur toujours tenu par ses

engagements vis-à-vis de ses clients. L'augmentation de 0,60 €/kg demandée, les aurait mis complètement à plat. A leur niveau, 60 centimes c'est l'équivalent de leur masse salariale (1). Mais cela a permis de remettre tout le monde autour de la table et c'est essentiel pour trouver des solutions de sortie de crise acceptables par tous.

Quelle solution peut-on envisager ?

Aujourd'hui le marché de la viande bovine est européen. La mise aux normes environnementales en Italie aura des répercussions sur la vente des brotards français. La France consomme plus de quartiers avant. Elle doit donc exporter des quartiers arrières. Elle doit aussi exporter en grande partie sa production de jeunes bovins, le consommateur français veut de la viande rouge et la viande de JB est claire. Au niveau de l'industrie de la viande, Bigard est peut-être le numéro 1 européen mais il est talonné par Vion et Danish Krone qui lui font une concurrence sans merci. Et la viande d'Amérique Latine arrive via la restauration hors foyer, grâce à son prix très concurrentiel. Cela donne un prix de la viande toujours tiré vers le bas et des éleveurs en race allaitante qui essaient de se rattraper sur la conformation avec des carcasses plus lourdes. SVA tente d'avoir les carcasses qui lui conviennent (plus légères) avec un prix négocié avec les éleveurs. C'est un début de contractualisation...

(1) Parue dans la newsletter n°45 du SNIV

POUR EN SAVOIR PLUS
www.sniv.fr



“Le marché de la bio va continuer à se développer malgré le contexte de crise”

Elisabeth Mercier

est directrice de l'Agence bio.

Elle était récemment l'invitée d'une journée d'information à destination des enseignants d'établissements agricoles, à Angers.

Il y a une dizaine d'années, on était dans une situation de déni de la bio. Puis peu à peu on l'a tolérée. La très forte progression de l'agriculture biologique a débuté à l'été 2006. Les clignotants sont au vert depuis fin 2007, depuis le plan Barnier. La bio est passée du militantisme à la reconnaissance publique.

On comptait fin 2009, 16 500 exploitations en bio en France. Cela représente à peine plus de 1 % des agriculteurs, et 2,6 % de la SAU globale. Mais l'augmentation était de 16 %, et cela va encore s'amplifier cette année ! Il y aura près de 5 000 nouvelles exploitations converties en un an. Provence-Alpes-Côte-d'Azur et Languedoc-Roussillon ont dépassé les objectifs de 6 % de la surface fixés par le Grenelle de l'Environnement. En Pays-de-la-Loire, c'est à 3,5 %, un chiffre qui reste supérieur à la moyenne nationale. La Loire-Atlantique est au-delà des 6 %, comme treize autres départements.

En ce qui concerne l'emploi, la bio représente 100 000 à 150 000 équivalents temps plein, mais ces chiffres sont difficiles à évaluer.

Si elle progresse, c'est parce qu'il y a un marché. L'an dernier, les achats de produits biologiques en France s'élevaient à 3 milliards d'euros. C'est encore très faible, mais la progression est importante, puisqu'on a doublé depuis 2007. Le marché se développe malgré le contexte de crise. On note aussi que les consommateurs sont nombreux à acheter dans des points de vente différents. Près d'une personne sur deux consomme de temps en temps des produits bio. C'est le reflet de cet intérêt croissant pour les questions environnementales. Le défi à relever aujourd'hui c'est à la fois augmenter le nombre de producteurs, les volumes et sécuriser la mise en marché. Pour cela, il nous faut développer des partenariats avec des acteurs qui s'engagent sur le moyen terme. Pour accompagner les conversions, il est important aussi de former les jeunes. Cela permettra d'éviter que les agriculteurs qui partent en retraite ne laissent leurs terres revenir au conventionnel. Les enseignants vont former les acteurs de demain, c'est pour cela qu'il faut leur apporter des outils.

Antoine Humeau
antoine.humeau@aveniragricole.net



“Occuper le terrain de l'information est une clef pour être plus compétitif”

Christian Harbulot

est directeur de l'Ecole de guerre économique, qu'il a participé à fonder. Il estime que le lieu de “guerre” ne s'exprime plus seulement sur le terrain militaire mais aussi sur les places financières par les contre-informations, entre autres. C'est ce qu'il a expliqué à l'assemblée générale de Coop de France aviculture, le 15 novembre.

Le modèle alimentaire américain est un énorme échec, tant au niveau sanitaire que du système de production. Mais jamais les Etats-Unis ne le reconnaîtront. Pour garder leur place sur les marchés mondiaux, ils “plomberont le modèle concurrent”, c'est-à-dire européen, qui prône un “je veux manger sans être malade”. A l'inverse, “aucun gouvernement ne partira en opposition avec le modèle américain. Ce serait une déclaration de guerre”.

Vocabulaire belliqueux pour décrire des stratégies de marché. On en est bien là, juge Christian Harbulot, spécialiste en intelligence économique. Sur les marchés agricoles, on assiste à des “transferts de méthodologie entre le monde militaire et civil, et à l'importance croissante du management offensif de l'information dans le développement des activités économiques. Il ne s'agit plus simplement de communiquer, mais de mieux occuper le terrain par la production de connaissances et de contrer les attaques multiples qui jaillissent par la société de l'information”. OGM, grippe aviaire, soja, tout peut être un argument pour se placer de

façon optimale sur un marché. Du moins, il ne faut pas hésiter à se poser la question, conseille Christian Harbulot. D'autant qu'il n'y a pas que les Américains, d'autres puissances se positionnent, telle la Chine avec “ses vieilles habitudes” de régimes communistes.

Comment se protéger ? Christian Harbulot propose de travailler dès maintenant sur “une meilleure utilisation de l'information au service des acteurs économiques, une approche lucide des enjeux de la compétition mondiale, et surtout, d'avoir la volonté de ne pas subir la loi du plus fort”. Occuper le terrain de l'information “est une clef pour être plus compétitif”. Il s'agit de gagner la bataille de l'information, en prenant l'initiative et en perturbant l'action de l'adversaire. Le “principe de précaution est une arme terriblement efficace”, en particulier face aux lobbys protectionnistes. “Le monde agricole français est divisé mais il conserve son pouvoir d'action”, analyse-t-il. “Tout Français a un cerveau reptilien d'origine paysanne. Il faut travailler cela à partir d'un discours professionnel car actuellement, les discours non professionnels parlent bien mieux !”