

Interdinde

BULLETIN N° 348 DU 29 JANVIER 2010

POUR UNE COMMUNICATION ETHIQUE

C'est avec plaisir que le Cidef a constaté la communion d'idées entre ses propres actions et celles préconisées par le Ministre de l'Alimentation et de l'Agriculture Bruno LE MAIRE. Les Pouvoirs publics ont en effet décidé de lancer une campagne contre l'obésité en France afin de diminuer le nombre de personnes en surpoids, surtout chez les jeunes. Pour atteindre cet objectif, une campagne de communication va être mise en place afin d'éduquer les enfants, les ados, les étudiants.

La finalité de cette action est bien sûr de parvenir à une meilleure santé du consommateur tout en l'informant des différentes étapes suivies par les produits qu'il consomme, du terroir jusqu'à l'assiette.

Cette initiative donne tout son sens à la démarche mise en place depuis longtemps par le Cidef qui a choisi d'éduquer le consommateur tout en l'informant. Et ceci, soit par le biais d'un étiquetage plus explicite, soit par le biais de moyens plus ludiques destinés à sensibiliser les jeunes.

Notre kit pédagogique « A la découverte des aliments » réalisé avec le concours de Jamy GOURMAUD, a devancé l'opération du Ministère de « notre » Alimentation. Le premier objectif du projet de loi de modernisation de notre agriculture en cours d'élaboration, n'est-il pas de mettre en place une politique publique de l'alimentation, interministérielle, déclinée dans un plan national pour l'alimentation.

Le Cidef est bien décidé à persévérer dans cette voie et même à accentuer ses efforts. Il s'agit là d'une attitude éthique et valorisante pour nos produits. C'est également l'intérêt de tous à long terme.

Le logo Volaille Française : à suivre...



Volaille Française

L'origine française en volaille rassure 70% des consommateurs français

70% des consommateurs considèrent l'origine française comme une assurance de qualité et de traçabilité, et une production régionale comme un élément écologique et environnemental.

Une Volaille Française, on sait d'où elle vient !

Elle est née en France, élevée et alimentée en France, abattue et découpée en France.

Toutes ces étapes sont effectuées dans le respect total des réglementations d'alimentation, de bien-être, des règles sanitaires et environnementales (contrôles des services vétérinaires et des fraudes). Ce qui ne peut être garanti pour les produits importés.

Une garantie que le consommateur retrouve sur toutes les espèces et les races : du pigeon au poulet, de la caille à la dinde, du canard au chapon, de la pintade à l'oie. Un choix de produits qu'aucun autre pays que la France ne peut proposer.

Pourquoi l'origine est-elle si importante ?

Parce que pour les consommateurs, pouvoir choisir une alimentation saine pour nourrir leur famille reste un critère d'achat essentiel. Pour ses produits frais, la mention de l'origine lui permet ainsi de le faire facilement, que ce soit pour une origine régionale ou nationale. De plus il sait bien que quand une production est plus proche de chez lui, c'est bon pour l'environnement... et pour les emplois.

MARS 2010 le mois de la volaille

Pour la 3^e année, un événement incontournable

En mars prochain, l'Association de Promotion de la Volaille Française organise à nouveau « le mois de la volaille ». Sous le slogan :

« 31 façons de se régaler à prix légers »

Cette opération a pour but d'inciter les consommateurs à découvrir toute la diversité qu'offre la volaille française, à tester de nouvelles recettes et à orienter leurs achats vers les produits marqués du logo Volaille Française.

Du 1^{er} mars au 10 avril
une action promotionnelle
pour générer du trafic
et fidéliser

Contre 3 achats de volaille porteurs de l'offre, les consommateurs recevront
3 € en bons de réduction
à valoir sur leurs prochains achats de volaille.

Un plan média d'envergure

PRESSE
Télé 2 semaines et Télé Star
+ de 8 500 000 lecteurs.
Linéaires pour toucher les distributeurs et décideurs.

RADIO
RTL, Chérie FM, Nostalgie
+ de 42 millions de contacts.

RTL **Nostalgie**

Internet
Un relais sur le site Internet
www.volaille-francaise.fr

Découvrez toute la diversité de la volaille française et recevez
3€ en bon de réduction
à valoir sur vos prochains achats de volaille française.
www.volaille-francaise.fr

ASSOCIATION DE PROMOTION
DE LA VOLAILLE FRANÇAISE
184, rue de Vaugrand - 75015 Paris
Tél.: 01 53 58 48 10 - Fax: 01 53 58 48 19
www.volaille-francaise.fr

ACHATS DES MENAGES EN 2009

Les achats de volaille par les ménages ont progressé de 1,6% en 2009 dans un marché de produits carnés qui a été en progression de 0,6%.

Après TNS, les achats des ménages se sont bien comportés en 2009 avec une progression de 1,6% par rapport à 2008. Les volailles et la charcuterie tirent leur épingle du jeu alors que les viandes de boucherie reculent de 0,5%.

Les achats de produits carnés en 2009

	Part de marché	Evolution volume	Evolution prix
TOTAL	100,0%	+0,6%	-0,6%
Bœuf	10,1%	-3,4%	-0,8%
Porc frais	9,9%	-0,3%	-3,0%
Volaille + élaborés	21,2%	+1,6%	-1,4%
Jambon	9,9%	+2,8%	+1,0%
Elaborés viande de boucherie	12,3%	+2,2%	-0,2%

(Source : CIDEF d'après TNS)

Dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat, le prix a été un critère de choix important en 2009. Ainsi, le prix de détail de la volaille et des produits élaborés frais a globalement baissé de 1,4%.

Le poulet classique a été particulièrement plébiscité par les ménages. D'abord, le poulet PAC autre que label et certifié a enregistré une progression des volumes achetés de 16,6% mais grâce à un prix de détail en recul de 2,9%. Ensuite, les escalopes ont gagné 9,3% en tonnage avec un prix moyen en baisse de 2,2%. Ces chiffres traduisent l'impact de l'activité promotionnelle couplé à l'accueil plus favorable réservé aux présentations dites « économiques » au sein de la gamme.

Pour la dinde, les achats des ménages sont contrastés : après un début d'année satisfaisant, les viandes fraîches fléchissent finalement de 2,8% en 2009 alors que les produits élaborés et la charcuterie de volaille se sont mieux comportés. Les panés de dinde et les saucisses progressent respectivement de +0,8% et +32,7%. Les découpes aromatisées de volaille parmi lesquelles on trouve des escalopes de dinde marinées, finissent l'année avec une augmentation de 0,2% en volume.

Globalement, la viande de dinde fraîche n'a pas suivi les évolutions de prix constatées en poulet standard : -0,8% pour les escalopes de dinde contre -2,2% pour les escalopes de poulet. Les ventes de dinde ont été plus particulièrement pénalisées en fin d'année en raison d'une offre importante en poulet.

Les achats de volaille en 2009

	Part de marché	Evolution volume	Evolution prix
Poulet frais	41,2%	+2,9%	-1,1%
Dinde fraîche	14,1%	-2,8%	-0,2%
Canard frais	5,9%	-2,4%	-0,2%
Pintade fraîche	2,9%	+2,8%	-1,5%
Autres volailles	4,9%	+2,4%	-2,0%
Elaborés	16,0%	+3,7%	-2,3%
Surgelés	3,9%	+4,2%	+2,1%
Charcuteries de volaille	5,3%	+9,5%	-2,3%
Lapins	6,2%	-5,9%	+0,1%

(Source : CIDEF d'après TNS)

Si au sein des volailles l'évolution des achats est relativement bien corrélée au prix, il n'en est pas de même pour les viandes de boucherie. Les achats de porc frais semblent être en rupture : les volumes achetés fléchissent de 0,3% alors que les prix baissent significativement de 3%. Pour le bœuf et le veau, le recul des achats est sensible avec respectivement -3,4% et -2,4% et des prix qui ont baissé de 0,8% et de 2,9%.

Il est à noter que la demande des ménages pour les charcuteries à base de volaille reste bien orientée avec +9.5% en 2009. A noter le score remarquable des saucisses à cuire : font un score remarquable de +32%. Plus globalement, on constate un nouvel engouement des consommateurs pour tous types de charcuteries, principalement le jambon de porc. Le rythme de vie actuel favorise la prise rapide de repas, souvent sous forme de sandwiches, qui demandent moins de temps de préparation et aussi pour les prendre.

LES DOSSIERS EUROPEENS POUR 2010

L'Espagne assume la présidence de l'U.E. alors que vont s'instaurer de nouvelles bases de relations avec le Parlement européen. Madrid souhaite rappeler le caractère « stratégique » du secteur agricole.

1. RENFORCER LA COMPETITIVITE DE LA CHAINE ALIMENTAIRE

Changement de ton à Bruxelles avec la présidence espagnole qui souhaite renforcer la compétitivité de la chaîne alimentaire, d'abord en considérant les zones rurales comme des acteurs essentiels à la croissance, puis en soutenant davantage l'industrie agro-alimentaire. Le diagnostic espagnol relève que la concurrence entre produits importés et ceux qui respectent les normes très strictes de l'UE doit être loyale. D'autre part, les produits agroalimentaires européens devront trouver une place plus large sur les marchés mondiaux.

La Commission voudrait continuer à surveiller les marchés à terme des produits de base agricoles et trouver les meilleures solutions réglementaires pour éviter une volatilité compte tenu des dégâts qu'elle peut entraîner. Les fluctuations intenses des prix des produits de base agricoles et des denrées alimentaires illustrent la nécessité d'améliorer le fonctionnement de la chaîne européenne d'approvisionnement alimentaire afin d'accroître son efficacité et sa compétitivité. En outre, il serait question de rééquilibrer le pouvoir de négociation au sein de la chaîne d'approvisionnement alimentaire.

Madrid souhaiterait lancer les travaux devant aboutir à l'étiquetage du bien-être animal, avec la définition des indicateurs ad-hoc. En outre, les Ministres de l'UE réévalueront la conduite à tenir concernant la lutte contre l'encéphalopathie spongiforme transmissible (EST). Cela pourrait amener la Commission à revoir sa politique en matière d'utilisation des farines de viande et d'os.

2. NORMES DE COMMERCIALISATION

A partir de mai 2010 entreront en application de nouvelles normes de commercialisation pour la viande et les préparations de viande de volaille. Leur impact sur le commerce reste une inconnue qui place la filière dans l'expectative.

La nouveauté tient au fait que le texte définit « les préparations à base de viande de volaille » et précise que, dans « les préparations à base de viande de volaille fraîche », ne sera utilisée que de la « viande de volaille fraîche ». En effet, l'expérience a montré que dans certains cas, à la vente, les préparations de viande de volaille peuvent facilement remplacer la viande fraîche. C'est pourquoi la Commission européenne a souhaité rétablir une concurrence loyale entre la viande de volaille fraîche et les préparations à base de viande de volaille fraîche en étendant les mêmes règles aux

dites préparations et le principe qui sous-tend la définition de la « viande de volaille fraîche ».

Le règlement 1906/90 stipule une mention d'origine dans le cas de viande de volaille importée de pays tiers. Les professionnels européens voudraient étendre les dispositions en vigueur pour la mention d'origine des viandes fraîches aux préparations et produits cuits, comme cela est déjà le cas pour les viandes bovines.

L'étiquetage est en effet souvent insuffisant dans la mesure où il entretient la confusion dans l'esprit du consommateur qui associe le lieu de transformation et le lieu d'origine de la viande.

3. LA PROBLEMATIQUE OGM

Le décalage qui existe entre l'UE et le reste du monde sur l'homologation des variétés OGM crée des problèmes de plus en plus cruciaux à résoudre. L'approvisionnement en produits certifiés non OGM sur le marché mondial (avec un seuil inférieur à 0,9%) est de plus en plus difficile à tenir en raison des risques de contaminations croisées omniprésents dans les ports et les usines.

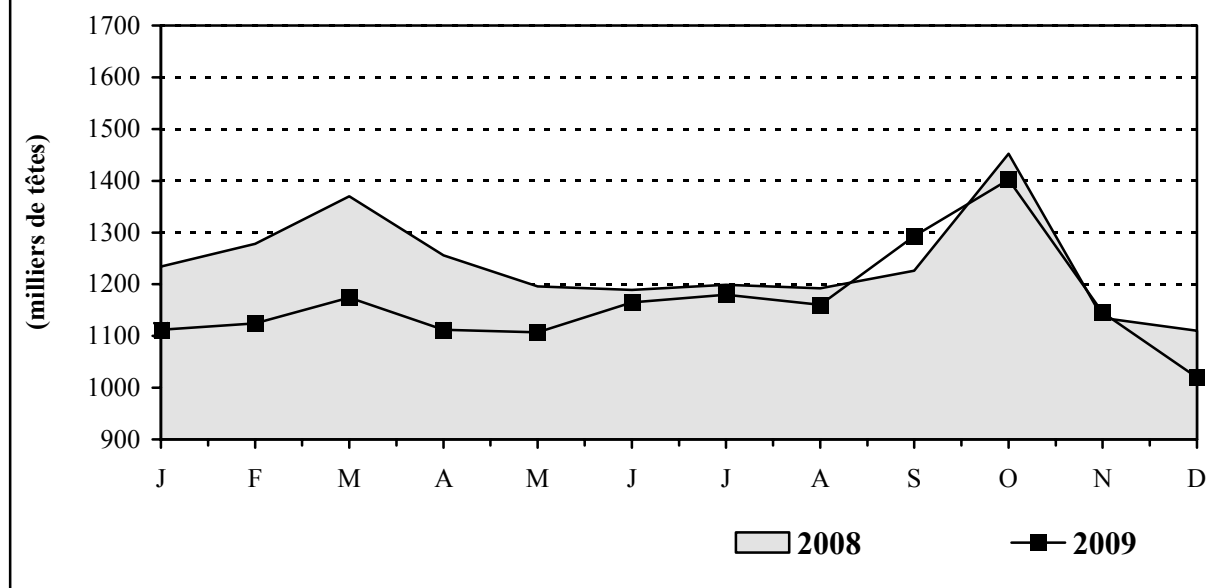
Les enjeux d'un approvisionnement en protéines végétales s'inscrivent dans un contexte d'ouverture des marchés agricoles. Cette problématique contribue à l'augmentation des coûts de production et aussi à accroître le différentiel de prix de revient entre l'Europe et les autres pays producteurs mondiaux.

4. SECURITE DES ALIMENTS

Le calendrier du règlement CE 2160/2003 impose aux Etats membres la mise en place d'un plan de maîtrise de certains sérotypes de salmonelles, assorti de mesures de gestion. Après les poulets de chair, le règlement (CE) n°584/2008 du 20 juin 2008, transposé en droit français par les arrêtés du 4 décembre 2009 et du 22 décembre 2009, fixe l'objectif communautaire de réduction de la prévalence de *Salmonella enteritidis* et *Salmonella typhimurium* chez la dinde.

L'exigence « absence de salmonelle dans 25 g » prévue à partir du 12 décembre 2010 conformément au règlement (CE) n°2160/2003 fait débat. Les professionnels demandent plusieurs aménagements : d'abord que la prise d'échantillon porte sur 10g (comme actuellement) au lieu de 25g, ensuite que ce critère de sécurité ne vise que *Salmonella enteritidis* et *Salmonella Typhimurium*. L'abattoir gérerait les autres sérotypes comme un critère indicateur d'hygiène.

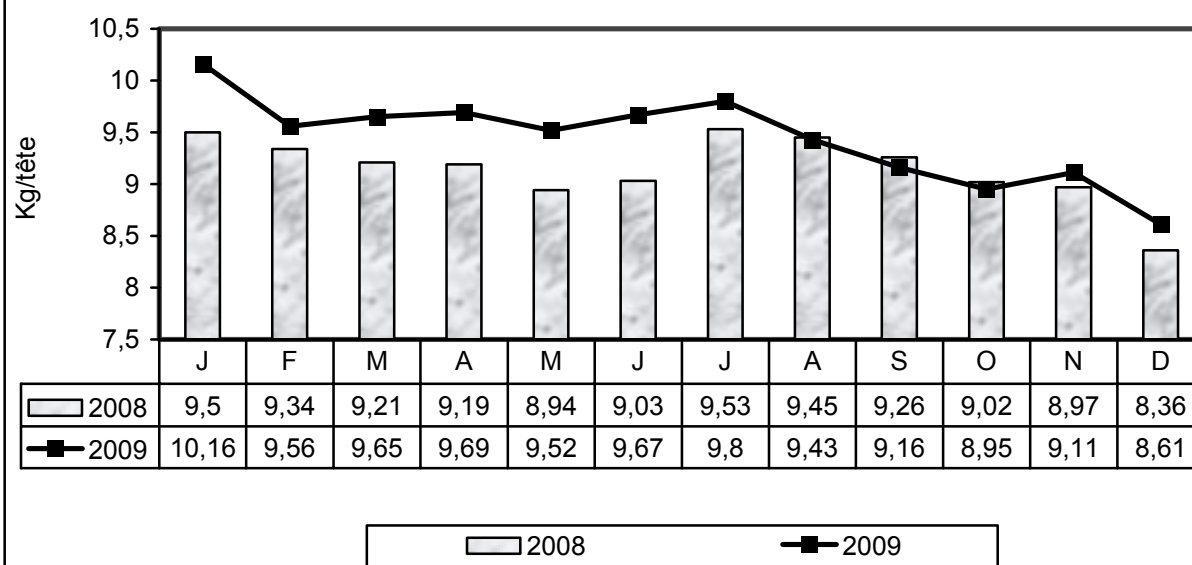
Les mises en place hebdomadaires de dindonneaux



(Source : CIDEF)

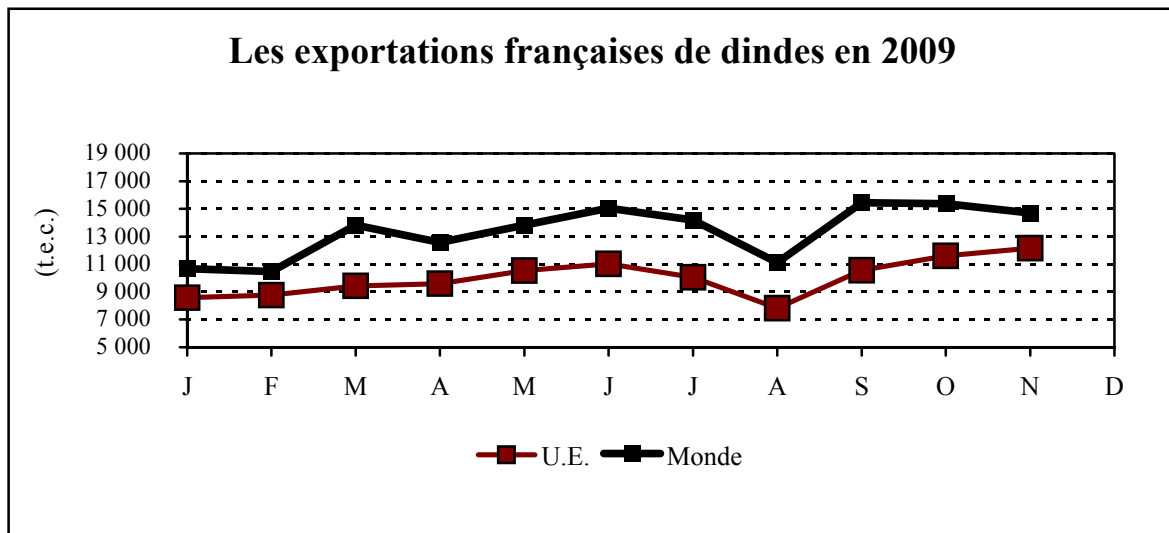
En décembre 2009, les mises en place de dindonneaux d'un jour ont atteint en moyenne hebdomadaire 1 020 000 têtes (-8,1% par rapport à 2008). Ce chiffre inclut 10 000 dindonneaux mis en place pour les transformateurs étrangers et 6 000 baby dindes. L'activité de découpe s'établit aux environs de 1 million de dindonneaux (-7,6% par rapport à 2008). On constate qu'il est de plus en plus difficile de mettre en place au moment des fêtes de fin d'année alors que la période de sortie est généralement favorable. L'alourdissement des poids moyens en décembre signale une moindre proportion de dindes entières en 2009 par rapport au nombre de dindes de découpe.

Evolution des poids moyens à l'abattage



(Source : CIDEF)

Les exportations françaises de dindes en 2009

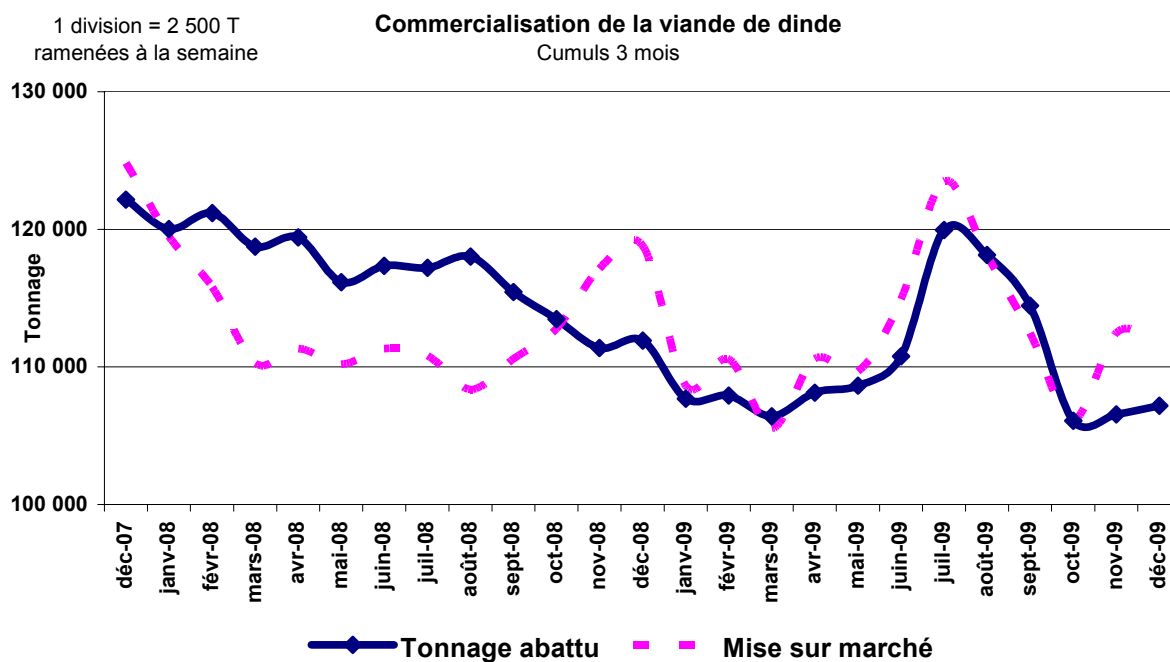


(Source : CIDEF d'après les Douanes)

EXPORTATIONS FRANÇAISES

(tonnes)	Octobre	Novembre	Cumul 11 mois 2009	09 / 08
Dindes entières	2 874,6	4 446,8	16 704,3	- 3,2%
Viandes désossées	4 420,0	3 460,4	47 500,9	- 12,3%
Préparations	1 092,3	1 095,2	14 600,1	+ 53,9%
Morceaux avec os	318,7	414,5	4 110,1	+ 6,7%

(Source : CIDEF)



(Source : CIDEF)

Cotation interprofessionnelle :

Novembre 2009 Filet sous vide : 4,94 €/kg – Cuisse barquette : 2,29 €/kg

Décembre 2009 Filet sous vide : 4,59 €/kg – Cuisse barquette : 2,32 €/kg

