

# Quelles sont aujourd'hui les perspectives de marché pour la volaille ?

Pascale Magdelaine, Directeur du Service Economie de l'ITAVI  
4 rue de la Bienfaisance 75 008 Paris

## I - Un marché mondial en croissance et des échanges internationaux en fort développement jusqu'en 2005 mais impactés en 2006 par l'épizootie influenza aviaire

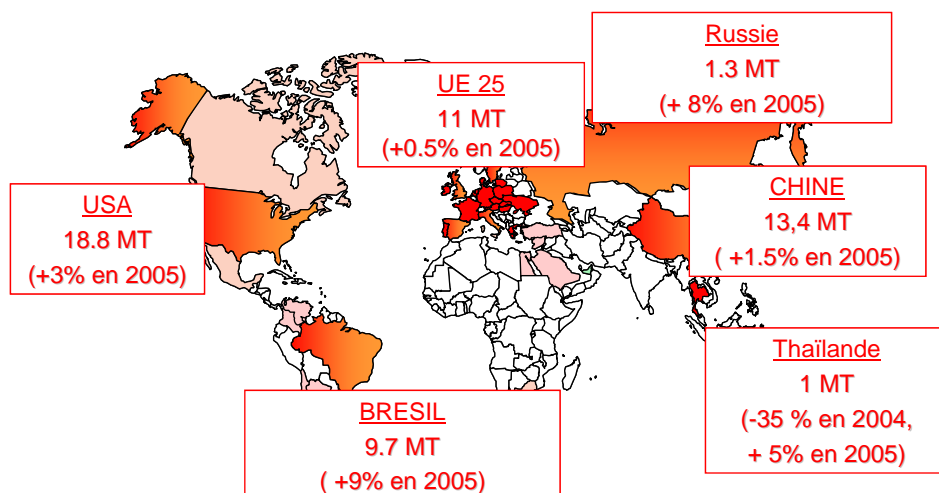
### I.1 Une croissance soutenue de la production et de la demande mondiales de volailles jusqu'en 2005

La production mondiale, estimée par la FAO à 81 millions de tonnes en 2005, a progressé de 2.3 % l'an dernier après un ralentissement en 2004. La consommation mondiale de volailles est restée dynamique, avec une consommation moyenne de 12 kg par habitant selon la FAO, en croissance moyenne de 3 à 4 % par an sur les dix dernières années, malgré un léger ralentissement lié à l'épizootie d'influenza aviaire. La demande mondiale a repris en 2005, soutenue par une reprise progressive de la consommation en Asie, même si l'épizootie était loin d'être maîtrisée. La consommation en Asie n'a cependant pas retrouvé son niveau antérieur à l'influenza aviaire, notamment au Japon où les consommateurs restent particulièrement sensibles aux risques sanitaires. La FAO prévoit en 2006 un repli de la demande mondiale d'environ 3 millions de tonnes, en conséquence de l'influenza aviaire.

La croissance de la production est restée soutenue aux Etats Unis, grâce à une bonne rentabilité notamment de la production de poulet. La production brésilienne reste également sur des rythmes de croissance élevés, le Brésil ayant clairement été le principal bénéficiaire de l'épizootie d'IA en Asie en 2005. La production brésilienne devrait cependant souffrir d'une contraction de la demande mondiale en 2006. En Russie et en Ukraine, la production est également en nette croissance en 2005 (+8% en Russie, +25% en Ukraine), une demande interne soutenue favorisant les investissements.

### Graphique n°1 : Principaux producteurs mondiaux de viandes de volailles

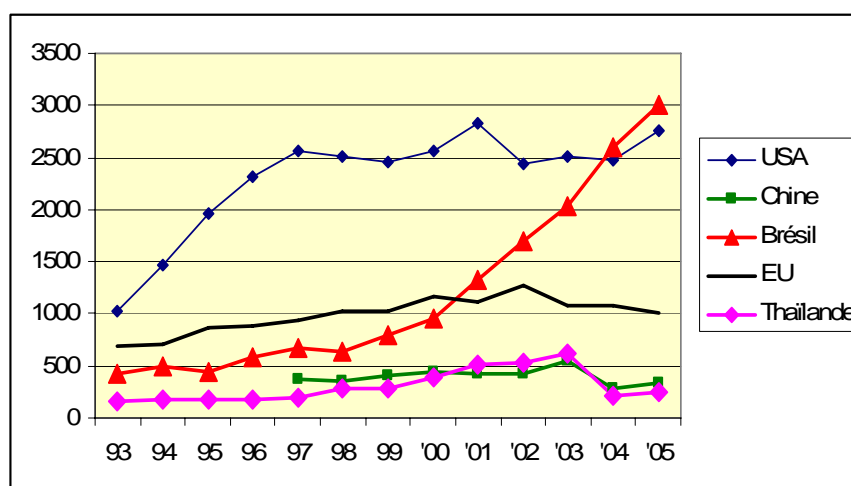
(source Office de l'élevage d'après Commission et GIRA Meat Club)



## I.2 Reprise des échanges internationaux en 2005, mais difficultés à l'international début 2006

La viande de volaille est la viande la plus échangée dans le monde, et les flux des échanges internationaux ont plus que triplé depuis 1990, passant de 2.7 millions de tonnes en 1990 à 9.7 millions de tonnes en 2005 (commerce intra UE inclus) selon la FAO, soit environ 7 millions de tonnes hors échanges intra-communautaires. Après une diminution en 2004, les échanges internationaux ont été estimés en reprise en 2005. Les importations russes se sont développées (progression des USA qui ont négocié des quotas supplémentaires et du Brésil). Les importations du Proche et Moyen Orient sont restées en croissance avec une forte progression de la part de marché du Brésil. Les importations extra-communautaires ont atteint 846 milliers de tonnes équivalent carcasse (+14%). Parmi les principaux exportateurs, les USA et le Brésil ont développé leurs ventes en 2005. A l'inverse, les exportations de l'UE à 25 ont accusé une baisse de 8% en 2005, pénalisées par un euro fort malgré des volumes en hausse sur la Russie. Enfin, la Thaïlande dont les exportations avaient chuté fortement en 2004 devrait renforcer sa présence sur le marché international avec une hausse des ventes de plus de 70% entre 2004 et 2006, essentiellement sous forme de produits cuits.

*Graphique n°2 : Principaux exportateurs mondiaux de viandes de volailles  
(source Office de l'élevage d'après Commission et GIRA Meat Club)*



Sur les sept premiers mois 2006, les exportations américaines de volailles progressent légèrement en volume (+2%), mais accusent un repli de 7% en valeur, traduisant une nette baisse des prix sur les principaux marchés, notamment sur le marché russe. Ainsi, les volumes exportés sur la Russie progressent de 7.8%, mais le chiffre d'affaires chute de 22%.

Sur la même période, les exportations brésiliennes de volailles ont reculé en volume de 11.6%. Ce recul s'est accentué en juin et juillet (resp. - 21 % et - 29 %). Une reprise vigoureuse des exportations est cependant très nette en août et au final, sur les huit premiers mois de l'année, le recul n'est plus que de 8% (-15 % sur les poulets entiers, - 6 % sur les découpes, et la progression des viandes préparées demeure forte à + 48 %). Sur huit mois, les exportations brésiliennes reculent de 14% à destination de l'Union européenne, de 19 % à destination du Moyen Orient et de 25% sur la Russie. Elles sont stables sur l'Asie, et en nette progression vers l'Afrique et le Mercosur.

Les exportations thaïlandaises de viandes de volailles ont atteint leur maximum en 2003, avec 390 000 tonnes exportées, elles ont brutalement chuté en 2004 (28 000 T) et en 2005 (5 500 T), en relation avec la propagation de l'épizootie d'influenza aviaire. Dans le même temps, les ventes de préparations cuites de poulet se sont fortement développées, passant de 103 000 T en 2002 à 236 000 T en 2005 (et 350 000 T attendues en 2006, selon l'association des exportateurs de produits élaborés à base de poulet).

Les perturbations des échanges mondiaux liées à l'influenza aviaire se traduisent donc par un affaiblissement de la demande mondiale et une réduction des volumes échangés (pour 2006, la FAO estime que les échanges de volailles pourraient diminuer de 500 000 tonnes), mais surtout par une modification du type de produits échangés, avec une nette progression des préparations de volailles et notamment des préparations cuites.

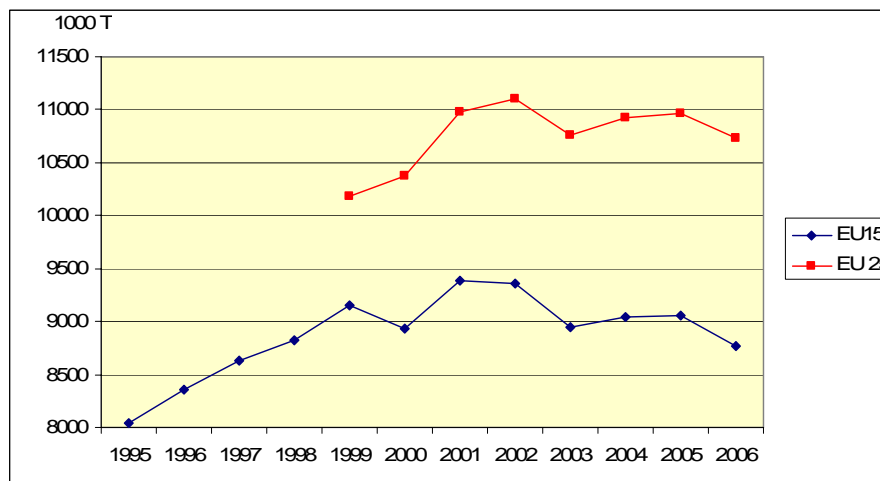
## II- Le contexte européen : un marché tendancielle en faible développement, impacté par l'influenza aviaire en 2006 et une dégradation du taux d'autosuffisance

### II.1 Une production européenne en léger repli depuis 2002, mais des dynamiques nationales contrastées

La production de l'UE à 25 a atteint 11 millions de tonnes en 2005, en légère progression depuis 2000, grâce au dynamisme de l'Allemagne et de la Pologne, et malgré une tendance au repli depuis 2003. Les premières estimations pour 2006 font état d'un nouveau recul modéré de 2.1% à 10.7 millions de tonnes, en relation avec l'épizootie influenza aviaire et la crise médiatique induite, l'ensemble des espèces étant touché.

Les dynamiques de production dans les différents Etats-membres sont cependant relativement contrastées (cf. tableau 1). La France accuse le repli le plus important depuis 2005, ses débouchés à l'exportation, sur Pays Tiers comme sur le marché intra-communautaire ayant fortement diminué depuis la fin des années 1990, alors que ses importations sont en constant développement. Parmi les autres principaux producteurs de l'Union Européenne, l'Espagne, l'Allemagne, mais surtout la Pologne affichent un fort dynamisme ; le Royaume Uni et l'Italie enregistrent des progressions modérées, alors que les Pays Bas restent impactés par la crise influenza aviaire de 2003.

*Graphique n°3 : Evolution de la production européenne de viandes de volailles (ITAVI d'après Commission européenne)*



Avec 8.1 millions de tonnes produites en 2005, le secteur du poulet est en développement de 11% depuis 2000, alors que la production de dinde (2 millions de tonnes en 2005) est en léger repli.

*Tableau n° 1 : Principaux producteurs de viande de volailles de l'UE à 25  
(ITAVI d'après SCEES et Commission Européenne)*

|                         | Production 2005<br>(1000 T) | Evolution 2005/2000 | Prévisions 2006/2005 |
|-------------------------|-----------------------------|---------------------|----------------------|
| France                  | 1 918                       | - 15 %              | - 6.1 %              |
| Royaume Uni             | 1 606                       | + 5.2 %             | - 0.1 %              |
| Espagne                 | 1 302                       | + 15.8 %            | + 0.5 %              |
| Allemagne               | 1 196                       | + 29.6 %            | - 0.5 %              |
| Italie                  | 1 112                       | + 3 %               | - 6.4 %              |
| Pologne                 | 972                         | + 66.4 %            | + 5.7 %              |
| Pays Bas                | 569                         | - 18.1%             | - 2.1 %              |
| Hongrie                 | 449                         | + 2.3 %             | + 0.4 %              |
| <b>Ensemble UE à 25</b> | <b>10 977</b>               | <b>+ 5.7 %</b>      | <b>- 2.1 %</b>       |

## II.2 Une consommation communautaire de viande de volailles en hausse, sauf en 2006

La consommation de viande de volailles au sein de l'Union Européenne à 25 s'établit à 10.65 millions de tonnes en 2005, soit 23.2 kg/habitant, en légère progression par rapport à 2004, et en progression de 3.5 kg par personne par rapport à 1995 (UE-15). Le niveau de consommation dans les dix Nouveaux Etats-membres a aujourd'hui largement rejoint le niveau de consommation au sein de l'UE-15.

Les prévisions de la Commission pour 2006 font état d'une diminution de la consommation individuelle de 1.5% à 22.8 kg. L'impact de la médiatisation de la crise liée à l'épizootie d'influenza aviaire sur la consommation et les prix des volailles a été très différent dans les différents Etats membres. Globalement l'Europe du Sud a été touchée plus précocement (dès l'été 2005 pour la Grèce et l'Italie) et plus fortement, avec des baisses de consommation annoncées de 70% en Grèce et en Italie, alors que de nombreux pays d'Europe du Nord ont été touchés plus tardivement, voire à peine impactés comme le marché britannique. Selon la Commission, après une dégradation au second semestre 2005 et durant tout le premier trimestre 2006, la situation du marché s'est améliorée progressivement au sein de l'Union européenne à partir du printemps avec des prix en hausse sous les effets conjugués d'une forte réduction de l'offre et une reprise progressive de la consommation.

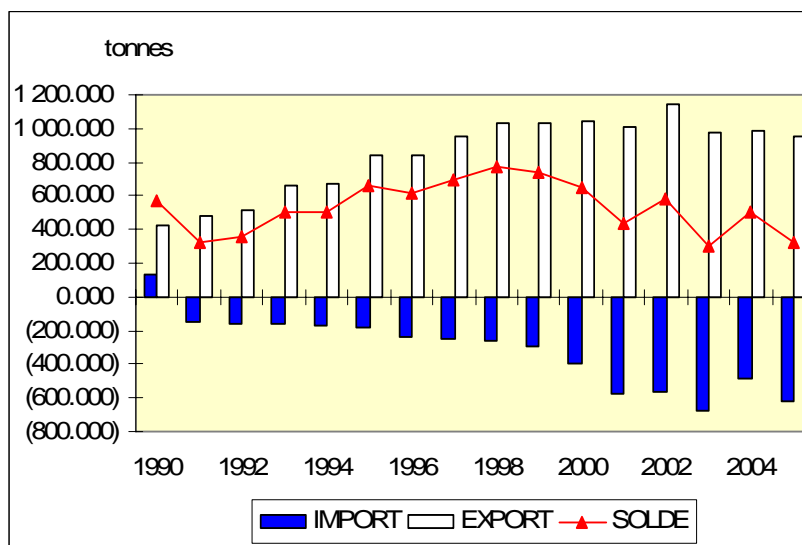
Les échanges intra-communautaires ont porté sur près de 3 millions de tonnes en 2005 (source Office de l'élevage d'après Eurostat), en progression sur les dernières années. Ils sont dominés par les Pays Bas, principal fournisseur sur le marché intra UE avec plus 800 000 T exportées, suivis par l'Allemagne (430 000 T) et la France (environ 400 000 T).

## II.3 Dégradation du taux d'autosuffisance de l'Union européenne

La position concurrentielle de l'Union européenne sur le marché mondial tend à s'affaiblir, avec des exportations extra-communautaires qui plafonnent autour du million de tonnes de 1998 à 2002 et ont tendance à diminuer depuis, alors que les importations sont nettement en

croissance. L'excédent net des échanges extra-communautaires en viandes de volaille est ainsi passé de 778 000 T de produits en 1998 à 327 000 T en 2005.

*Graphique n°4 : Evolution des échanges extra-communautaires de viandes de volailles (ITAVI d'après Commission)*



En valeur, le bilan est encore moins favorable, puisque les échanges de volailles de l'UE-25 sont déficitaires depuis 2001, le déficit atteignant 413 millions d'euros en 2005.

Sur les huit premiers mois de 2006, la dégradation des échanges extra-communautaires se confirme selon la Commission, avec une baisse de 16.5 % des exportations de l'UE à 25 vers Pays Tiers (-35% de mars à mai, mais reprise en juillet août), et un recul plus modeste de 15% des importations. La condamnation de l'UE à l'OMC concernant le panel viandes salées déposé par le Brésil et la Thaïlande devrait par ailleurs se traduire par une reprise des importations de viandes salées.

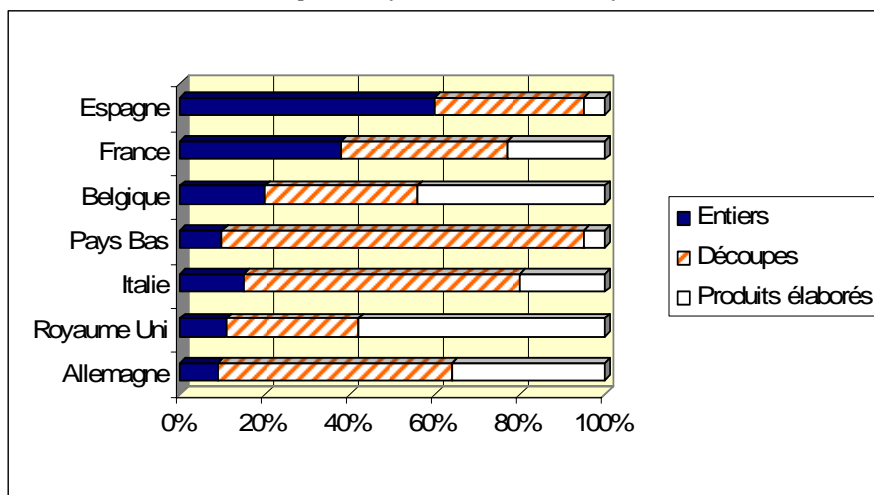
### III- Des évolutions qualitatives et une segmentation accrue du marché intra-communautaire renforcées par la crise influenza aviaire ?

#### III.1 Un marché européen mature et de plus en plus segmenté

Dans l'ensemble des pays développés, et notamment au sein de l'Union européenne, le ralentissement de la croissance de la consommation s'accompagne, comme c'est le cas en général pour des marchés parvenus à maturité, d'une segmentation forte autour de deux axes principaux : d'une part, le développement de produits plus qualitatifs (sur le plan de la qualité organoleptique et sanitaire ou répondant aux attentes plus ou moins récentes des consommateurs citoyens sur les thèmes du bien être animal et de la protection de l'environnement) ; d'autre part, le développement de produits plus élaborés répondant à la recherche de praticité et de gain de temps. La contrainte prix oriente également le choix du consommateur, mais il semble que son importance varie fortement selon le type de produit concerné. La progression de la restauration collective oriente également la demande adressée aux industriels de la volaille vers des produits transformés.

*Graphique n°5 : Degré d'élaboration de l'offre en poulet en GMS*

( ITAVI d'après Ubifrance 2003, TNS Sofres 2005)

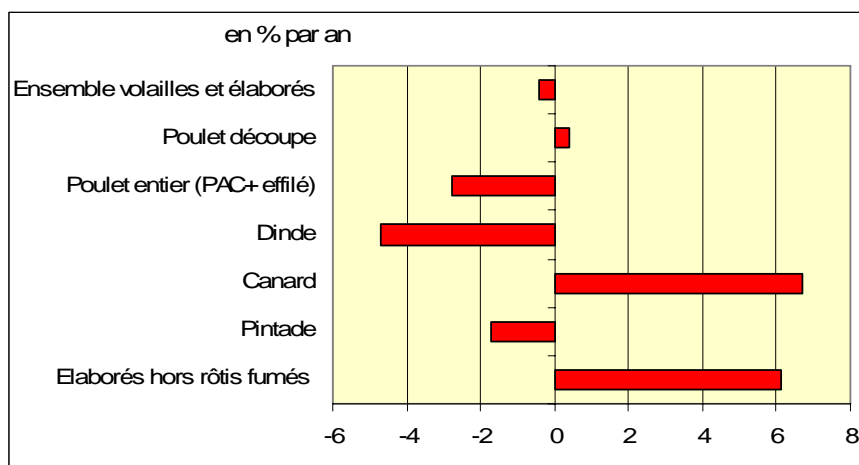


### III.1 Influenza aviaire : la consommation française de poulets entiers plus fortement impactée que celles des produits plus élaborés

La consommation intérieure française de viande de volaille a été globalement en légère hausse en 2005 pour la seconde année consécutive à 23.3 kg par personne, après un repli marqué en 2002 et 2003. Après une stabilisation des achats de viande de volailles en 2004, la tendance sur les neuf premières périodes de 2005, était plutôt à une légère reprise (+1.2%) grâce à la bonne tenue du marché du canard et des élaborés de volailles. La baisse de la consommation liée à la déclaration de cas d'influenza aux portes de l'Europe et à la médiatisation de l'épizootie a surtout été sensible en France à partir du début d'octobre avec une chute de consommation estimée par TNS Sofres à 5 % en moyenne sur le dernier trimestre. Sur les neuf premières périodes de 2006 (jusqu'au 10 septembre), les achats des ménages en viandes de volailles demeuraient globalement en recul de 5.9 %, par rapport aux mêmes périodes de l'an dernier, selon TNS-SECODIP, la baisse étant particulièrement sensible sur les achats de dinde (- 14.2 %).

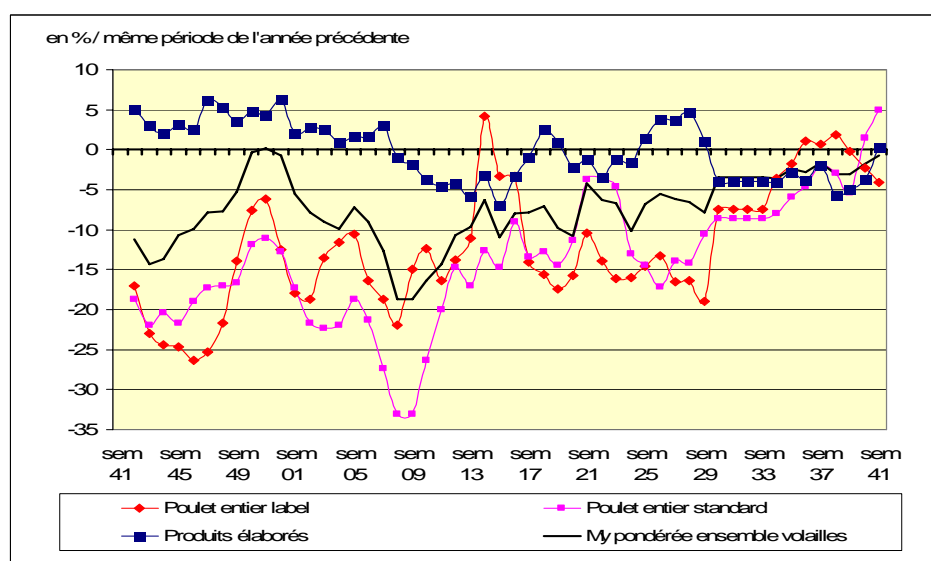
Depuis 2000, les achats des ménages en volume mesurés par le panel SECODIP apparaissent globalement orientés à la baisse. Les données SECODIP sont exprimées en poids de produits acheté et non en équivalent carcasse, ce qui compte tenu du développement des ventes de produits découpés, contribue à accentuer la baisse des volumes. En valeur, les achats des ménages de volailles et produits élaborés de volailles sont au contraire en légère progression. Cette tendance moyenne recouvre cependant des évolutions très contrastées selon les grandes familles de produits( cf. graphique n°5), avec des diminutions en volume sensibles sur le poulet entier et les découpés de dinde, une progression modérée sur les découpés de poulet et plus nette sur les produits élaborés à base de poulet ou de dinde.

Graphique n°6 : Evolution annuelle des achats de volailles par les ménages en France 2003-2005  
( ITAVI d'après TNS Sofres 2005)



Selon le panel d'entreprises suivi par la FIA, les ventes des industriels vers l'ensemble des circuits (GMS, grossistes, RHD), ont connu une première chute de l'ordre de 15% de la mi octobre à fin novembre 2005, puis une diminution moyenne de 9.5 % sur le 1<sup>er</sup> semestre 2006 (jusqu'en semaine 27). Après des baisses moyennes de 15 à 20% de la mi-février à la mi-mars (semaines 7 à 10), la situation tend à s'améliorer à partir du second trimestre pour retrouver des niveaux proches de la normale en octobre 2006. Le graphique ci dessous montre cependant que les ventes de poulets entiers ont été, dans un premier temps, plus fortement impactées que celles des autres produits de volailles. Or, l'essentiel des ventes de poulets entiers en France concerne des poulets labels (environ 2/3 des ventes de poulets entiers). Cependant, lors d'une étude réalisée par BVA pour le CIV en février 2006, 71% des personnes interrogées se disaient rassurées par le Label Rouge, parce ce qu'il s'agit d'un label de qualité exigeant la mise en œuvre d'une traçabilité et de contrôles qualité par un organisme indépendant. Cette réassurance, conjuguée avec de nombreuses promotions, ont par la suite contribué à rétablir la consommation de poulets entiers.

Graphique n°7 : Evolution des ventes des industriels français d'octobre 05 à octobre 06  
(ITAVI d'après FIA, en valeur lissée sur 3 semaines)



#### **IV- Quels enjeux pour les filières avicoles européennes face à la mondialisation et à la menace influenza aviaire ?**

A court terme, les perspectives semblent s'améliorer pour l'aviculture européenne avec un retour à la normale de la consommation dans de nombreux Etats-membres, la réouverture de nombreux marchés d'exportation et la fonte des stocks de volaille. Cependant, la contraction des débouchés intérieurs et à l'exportation a généré des réductions d'activité importantes pour tous les maillons des filières et donc des pertes de marge mettant souvent en péril la viabilité des entreprises. La filière française notamment, déjà impactée par la crise structurelle qu'elle subit depuis la fin des années 1990 du fait de la réduction de ses débouchés à l'exportation, est aujourd'hui particulièrement fragilisée. La forte hausse des coûts des matières premières en alimentation animale contribue également à la hausse des coûts de production de la volaille et à l'érosion des marges si une meilleure valorisation des produits de volaille n'intervient pas très rapidement. Enfin, la menace d'une nouvelle crise IA ne peut être écartée, les scientifiques n'excluant pas à court terme, de nouvelles contaminations d'oiseaux sauvages, voire de nouveaux foyers dans des élevages européens. Il demeure donc nécessaire de rester vigilant et de poursuivre les actions de communications destinées à bien informer et à rassurer les consommateurs sur la sécurité des produits de volailles.

A plus long terme, les différentiels de compétitivité prix entre la filière avicole européenne et ses principaux compétiteurs sur le marché international subsistent. Les négociations internationales ont été interrompues dans le cadre de l'OMC et des négociations bilatérales se sont nouées. Un accord récent entre l'Union européenne et le Brésil permet d'envisager des quotas d'importation de produits faiblement taxés pour les viandes salées, les préparations de dinde et les préparations cuites de poulet. Les quotas envisagés sont importants en volume, mais cet accord devrait permettre une meilleure anticipation des marchés par les industriels européens, sachant que le marché intra-communautaire sera toujours demandeur de matière première bon marché, destinée à la fabrication de produits élaborés en forte croissance.

Dans un contexte où le consommateur demande avant tout des produits pratiques, incorporant toujours plus de services et de praticité, les produits de qualité supérieure type label voient leur consommation diminuer et rencontrent des difficultés à se positionner sur les segments à plus forte valeur ajoutée (découpes et élaborés), en raison d'un prix élevé de la matière première. Cependant, en période de crise sanitaire, la mention d'un label de qualité apparaît comme un élément de réassurance plus efficace que les marques d'industriels ou de distributeurs, comme en témoigne un sondage récent réalisé pour l'agence de communication Palomar, 47 % des personnes interrogées déclarant que les produits alimentaires les plus sûrs sont les « produits avec un label », 34 % les produits artisanaux, contre seulement 12 % pour les produits de marque et 5 % les produits sous marque de distributeurs. Les produits sous label cumulent en effet plusieurs éléments de réassurance : obligation de traçabilité obligatoire, contrôles par tierce partie et origine régionale bien identifiée, la proximité jouant également comme facteur sécurisant en période de crise.

Face à la mondialisation la filière européenne doit pouvoir offrir une gamme de produits de volailles suffisamment large et diversifiée pour répondre aux attentes différentes (et parfois contradictoires) du consommateur-citoyen en terme de service, de prix, de qualité organoleptique et d'origine ; à chaque couple produit-marché, doit correspondre une stratégie adaptée en terme d'approvisionnement, d'innovation produit, de prix et de communication, tout en garantissant traçabilité et sécurité sanitaire, aujourd'hui éléments incontournables de toute offre de produits alimentaires.