

FILIÈRE
VIANDE
PORCINE

Stratégie 2030

Comment rester
dans la course ?

*Accompagner
la transformation
des exploitations
agricoles françaises*

Quelles déclinaisons des options stratégiques dans les filières ?

AVANTAGE **COMPÉTITIVITÉ**

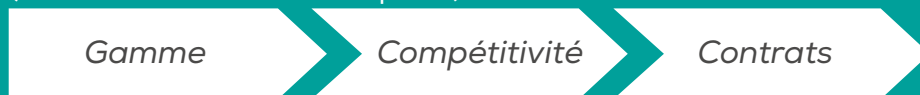
Concurrence sur le standard



Je peux tenir mieux que mes concurrents

AVANTAGE **CONTRACTUEL**

Au moins une source de valeur ajoutée distincte (sans OGM, sans antibiotiques...)



Je veux quelque chose qui sécurise et valorise

AVANTAGE **SYSTÈME**

Bio, labels, etc.



Je bouscule mes pratiques, je décloisonne mes ateliers, je raisonne global

AVANTAGE **CLIENTÈLE**

Chartes, origine, réseaux commerciaux locaux et digitaux



Je vais jusqu'au client avec une vraie différenciation

AVANTAGE COMPÉTITIVITÉ

Les Stratégies par l'exemple



Viande porcine : le porc standard sous le logo « Porc Français »

L'exploitant choisit d'allier compétitivité et montée en gamme et de produire des porcs « standard made in France », en réponse aux attentes de consommation à domicile et hors foyer sur le marché national.

L'avantage Compétitivité est fondé sur :

- Une recherche permanente de réduction des coûts de production grâce à :
 - des gains de **performances techniques** (Indice de consommation des aliments, productivité des truies, taux de pertes...),
 - la **rationalité des différentes phases d'élevage** (naissage, post-sevrage, engraissement),
 - l'atteinte d'un **certain niveau d'autonomie** de l'exploitation pour l'**épandage de déjections** et la production de l'**alimentation animale** grâce à la mise en valeur de surfaces agricoles,
 - des **investissements réguliers** dans les installations.
- Une montée en gamme permettant de répondre aux attentes des consommateurs dans les domaines :
 - **sanitaire** : poursuite de la réduction de l'utilisation des **antibiotiques**,
 - **bien-être animal** : réduction des pratiques traumatisantes (coupe des queues, meulage des dents, castration...), augmentation des surfaces par animal, ajout de matériaux manipulables (paille...), adaptation voire suppression de la contention des animaux, éclairage naturel,
 - **environnement** : diversification des assolements, réduction des produits phytosanitaires, substitution des engrais chimiques par des fertilisants organiques, réduction des odeurs et émissions gazeuses, amélioration du paysage.

Les moteurs d'une transformation

- **Le plan de la filière porcine** issu des États Généraux de l'Alimentation qui prévoit :
 - que la **production de porc standard sous le logo « porc français »** devienne **majoritaire en volumes**, afin de répondre à la demande française de produits compétitifs en termes de prix pour une consommation à domicile et hors foyer,
 - **d'étoffer les exigences du logo « le Porc Français »**, socle de base de la production, en l'adossant à une démarche RSE¹ pour améliorer la « compétitivité hors prix » de la filière vis-à-vis de ses concurrents européens.
- Nombre d'élevages sont aujourd'hui à transmettre. L'amélioration des conditions d'élevage est de nature à **attirer davantage les jeunes repreneurs**, plus sensibles que les générations précédentes à ces questions.

Les opportunités décisives

- Je peux bénéficier d'**aides à l'investissement pour moderniser mon exploitation** ; voire d'offres d'investisseurs extérieurs pour entrer dans le capital de mon entreprise.
- L'utilisation des **nouvelles technologies** me permet d'optimiser les performances de mon élevage,
- Dans ma région une **MAEC « système monogastrique »** est proposée pour encourager une plus grande autonomie des élevages en matière d'alimentation animale combinée à une conduite des cultures en agroécologie.

1. Responsabilité Sociale d'Entreprise.

AVANTAGE CONTRACTUEL

Les Stratégies par l'exemple



Viande porcine : Le porc qui offre « un plus »

Première démarcation des produits à base de porc, sans OGM, sans antibiotique, avec oméga 3, qui ne demande pas d'investissements structurels aux éleveurs. Une plus-value intéressante pour faire évoluer son élevage avec un temps d'avance par rapport à la réglementation.

L'avantage Contractuel est fondé sur :

- Un mode d'élevage qui, sans remettre en cause le modèle classique de production porcine, intègre **quelques modifications de pratiques** pour réaliser un **premier niveau de segmentation des produits**.
- Des **contrats** généralement tripartites (producteurs – abatteurs/transformateurs – distributeurs) garantissant une plus-value aux producteurs.
- Des **gammes de produits** offrant un certain nombre de garanties aux consommateurs, parmi lesquelles :
 - une alimentation des animaux quelque peu différente (non OGM, oméga 3, céréales produites dans la région),
 - un moindre recours aux antibiotiques,
 - une suppression de certaines pratiques traumatisantes (castration, coupe des queues),
 - un peu plus de surface par animal.
- Pas ou peu d'investissement spécifique** pour les éleveurs.
- Un **contrôle externe** du respect des engagements **pour les contrats sous signes officiels de qualité (labels rouges)**, interne ou externe pour les **autres types de contrats**.

Les moteurs d'une transformation

- Une volonté des exploitants de **sécuriser leur chiffre d'affaires**, au moins **sur une partie de leur production**, face à une **volatilité des cours du porc** qui se combine depuis 10 ans avec une **fluctuation** tout aussi forte **du prix des matières premières**.
- L'existence d'un marché pour des produits intermédiaires porteurs de réassurance, entre le conventionnel et l'agriculture biologique. Si la sécurité sanitaire des aliments est considéré comme un acquis pour les sociétés occidentales, celles-ci expriment aujourd'hui une **inquiétude diffuse autour de certaines techniques de l'agriculture moderne** (OGM, produits chimiques, antibiotiques...) qu'elles perçoivent comme pouvant engendrer des problèmes de santé à long terme.
- Les **distributeurs**, désignés responsables de la baisse de revenu des agriculteurs, qui cherchent à reprendre l'initiative en signant des **contrats plus équitables avec les producteurs** tout en répondant aux attentes des consommateurs.

Les opportunités décisives

- Mon groupement de producteur me propose un **contrat tripartite** avec un transformateur et un distributeur ; les contraintes sont compatibles avec mon système de production actuel, sans investissement supplémentaire.
- Je peux me fournir en alimentation animale **non OGM**.
- Mes **bâtiments** me permettent d'obtenir de bonnes performances techniques sans trop de problèmes sanitaires.
- Je bénéficie d'un accompagnement technique pour réduire l'**usage des antibiotiques**.

AVANTAGE SYSTÈME

Les Stratégies par l'exemple



Viande porcine : un porc élevé différemment

Démarcation qui garantit au consommateur un mode d'élevage différent, très éloigné du modèle conventionnel. Certains cahiers des charges portent aussi sur la qualité de la viande, d'autres sur l'absence totale de produits d'origine chimique (bio).

L'avantage Système est fondé sur :

- Un mode d'élevage différent, qui construit une cohérence globale et rend possible de :
 - tenir compte du **bien-être animal** au travers du logement (sur paille, plus d'espace, accès au plein air, parcours), d'une conduite différente (sevrage plus tardif, moins de pratiques traumatisantes),
 - garantir une **alimentation des animaux** sans OGM,
 - limiter le **besoin de recourir aux antibiotiques**,
 - construire un **lien élevage-cultures** en s'imposant : que les céréales soient produites sur la ferme ou à proximité ; que peu, voire aucune protéines, ne soient importées ; que des parcours soient adoptés, tels ceux identifiés par l'Inao portant une végétation typique d'une aire géographique délimitée...
- Un contrôle externe du respect des engagements pour intégrer une filière à forte valorisation.
- Certains cahiers des charges offrent des garanties supplémentaires, parmi lesquelles :
 - une **qualité de viande supérieure** grâce à une race de porcs spécifique (porc gascon, porc kintoa) couplée à des pratiques d'élevage très spécifiques (parcours, âge à l'abattage plus tardif) sur une zone géographique bien délimitée,
 - un **modèle d'agriculture familial** au travers d'une limitation du nombre d'animaux par atelier (porc certifié Cohérence),
 - le respect du cahier des charges de **l'agriculture biologique**.

Les moteurs d'une transformation

- La remise en cause par la société** du modèle classique de production de porc, **en termes de bien-être animal et d'environnement**. Très cadré et très homogène sur la conduite d'élevage, il permet en outre peu de **possibilités de différenciation du produit final** auprès du consommateur (le produit obtenu est très homogène, en couleur, faible teneur en gras, comportement à la cuisson...).
- Des **demandes** nouvelles, d'une part pour de la viande de porc issue d'un **autre mode d'élevage**, d'autre part, pour un **produit plus qualitatif**, ayant une plus forte teneur en gras.
- Le plan de filière issu des États Généraux de l'Alimentation, qui prévoit une **augmentation de la production de porc AOP** (1 % d'ici 5 ans) **et biologique** (10 % d'ici 10 ans). Ces objectifs peuvent laisser espérer un soutien financier des filières concernées.

Les opportunités décisives

- J'ai renforcé le **lien au sol** de mon élevage en augmentant les surfaces que je cultive. J'ai en parallèle investi dans une **fabrique d'aliment à la ferme**. L'élevage est aujourd'hui **plus autonome d'un point de vue alimentaire**.
- Mes **bâtiments** sont **amortis**, je peux envisager des **réinvestissements** pour faire évoluer le logement des animaux.
- J'ai repris des **bâtiments anciens qui peuvent s'adapter plus facilement** aux cahiers des charges des démarches « systèmes ».
- Je suis sur une **aire géographique** qui bénéficie d'une démarche spécifique.

AVANTAGE CLIENTÈLE

Les Stratégies par l'exemple



Viande porcine : Transformation de tout ou partie de la production, couplée à la vente directe au consommateur.

Recherche d'une plus grande valeur ajoutée, alternative à une stratégie d'augmentation des volumes produits, voire dans certains cas, conséquence d'une baisse de volumes subie (réglementation locale, main-d'œuvre, état des bâtiments...).

L'avantage Clientèle est fondé sur :

- Une technique et une expérience de la **transformation** pour donner de la valeur aux produits (charcuterie, viande...).
- Une **sensibilité commerciale** et un savoir-faire relationnel pour faire connaître sa structure et vendre ses produits.
- Une connaissance du **marché local** et un intérêt pour les démarches marketing : donner de la visibilité au consommateur et se faire une place au sein de la concurrence.
- Une **diversité de produits** (salaison - denrées non périssables) qui permet d'accéder à une diversité de débouchés : magasin à la ferme, marchés, vente en ligne, association de producteurs (AMAP, boutique...)...
- Une **innovation régulière** sur le produit, le conditionnement, l'image, la logistique...

Les moteurs d'une transformation

- Demande croissante des consommateurs pour des **produits différenciés**, basés sur des modes de production respectueux de l'animal, de l'environnement (élevage sur paille, accès à l'air libre, sans antibiotiques...). Recherche d'un lien plus étroit avec le producteur.
- Recherche d'une **indépendance** vis-à-vis des autres acteurs de la filière.
- Aides à la mise en place d'outils de **transformation** et de point de vente (individuel ou collectif).

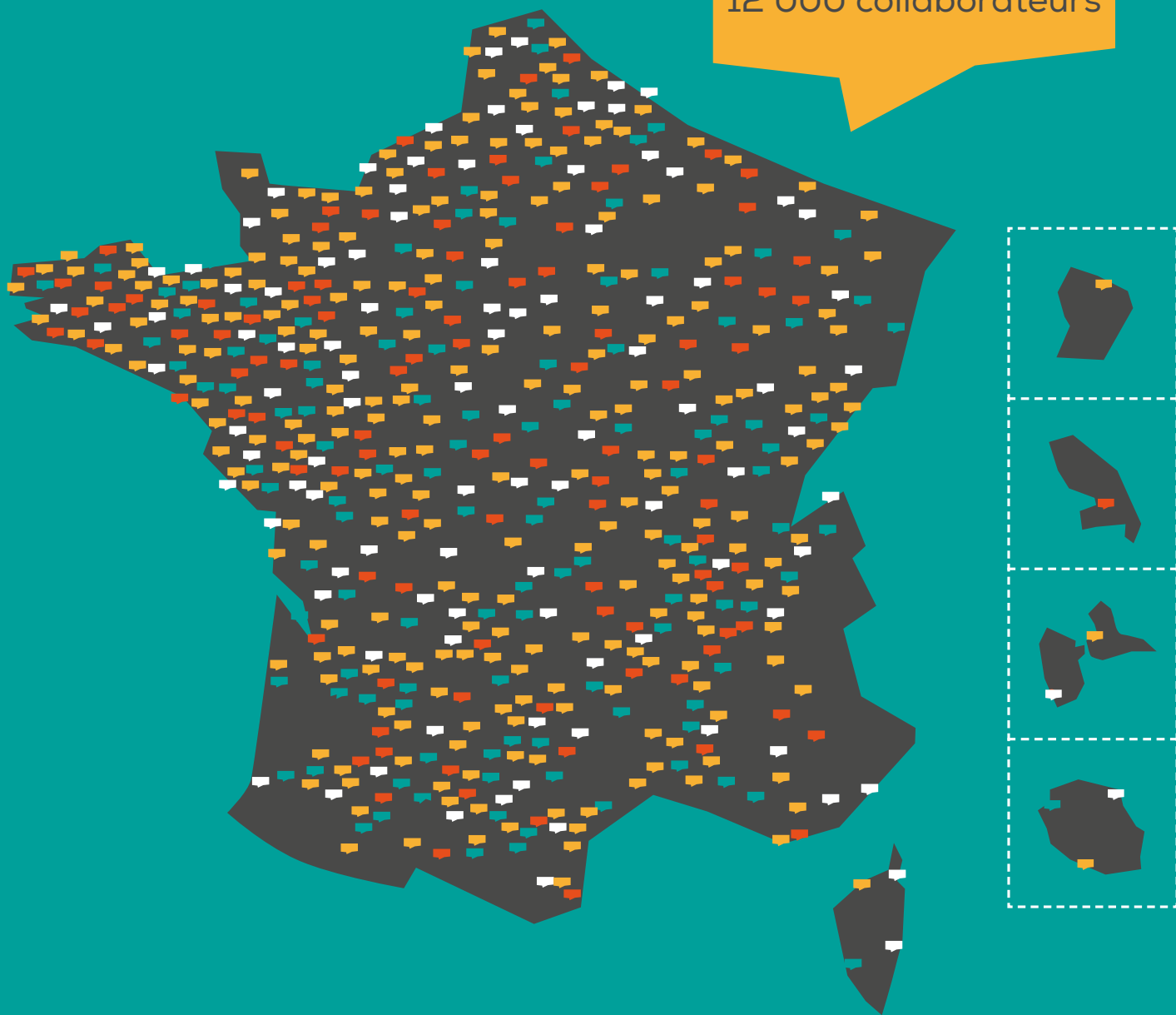
Les opportunités décisives

- Mon projet réunit des compétences techniques de production et de transformation, et des compétences relationnelles et commerciales. Cela permet de redonner du **sens au métier**.
- Les **nouvelles technologies** de l'information, la communication par internet (site web, réseaux sociaux...) permet de me faire connaître rapidement et largement. Ma **communication** peut être active et renouvelée régulièrement.

CERFRANCE

Le Réseau de conseil et d'expertise comptable

320 000 clients
700 agences
12 000 collaborateurs



Implanté partout en France,
Cerfrance est le partenaire privilégié
de la performance
des chefs d'entreprise.

**Conseil National
du Réseau Cerfrance**
18 Rue de l'Armorique
75015 PARIS
Tél. 01 56 54 28 28

www.cerfrance.fr


CERFRANCE
entreprendre, ensemble