

Analyse stratégique de la filière bovine française par bassin de production

- Éléments clefs de la filière française
- L'environnement concurrentiel mondial
- Quelle stratégie pour la filière française?

Carte des bassins de production

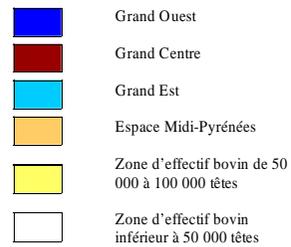
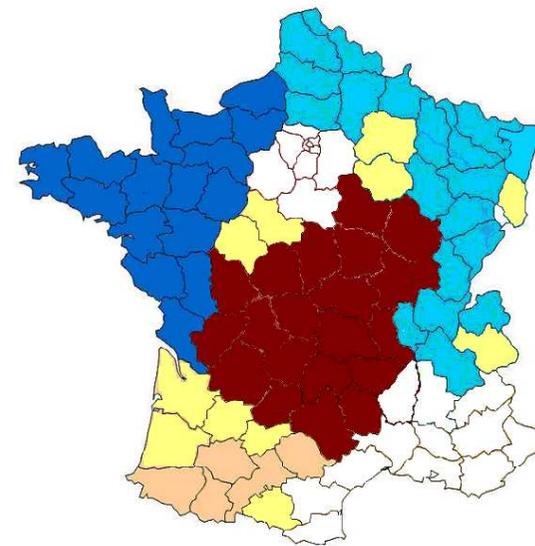
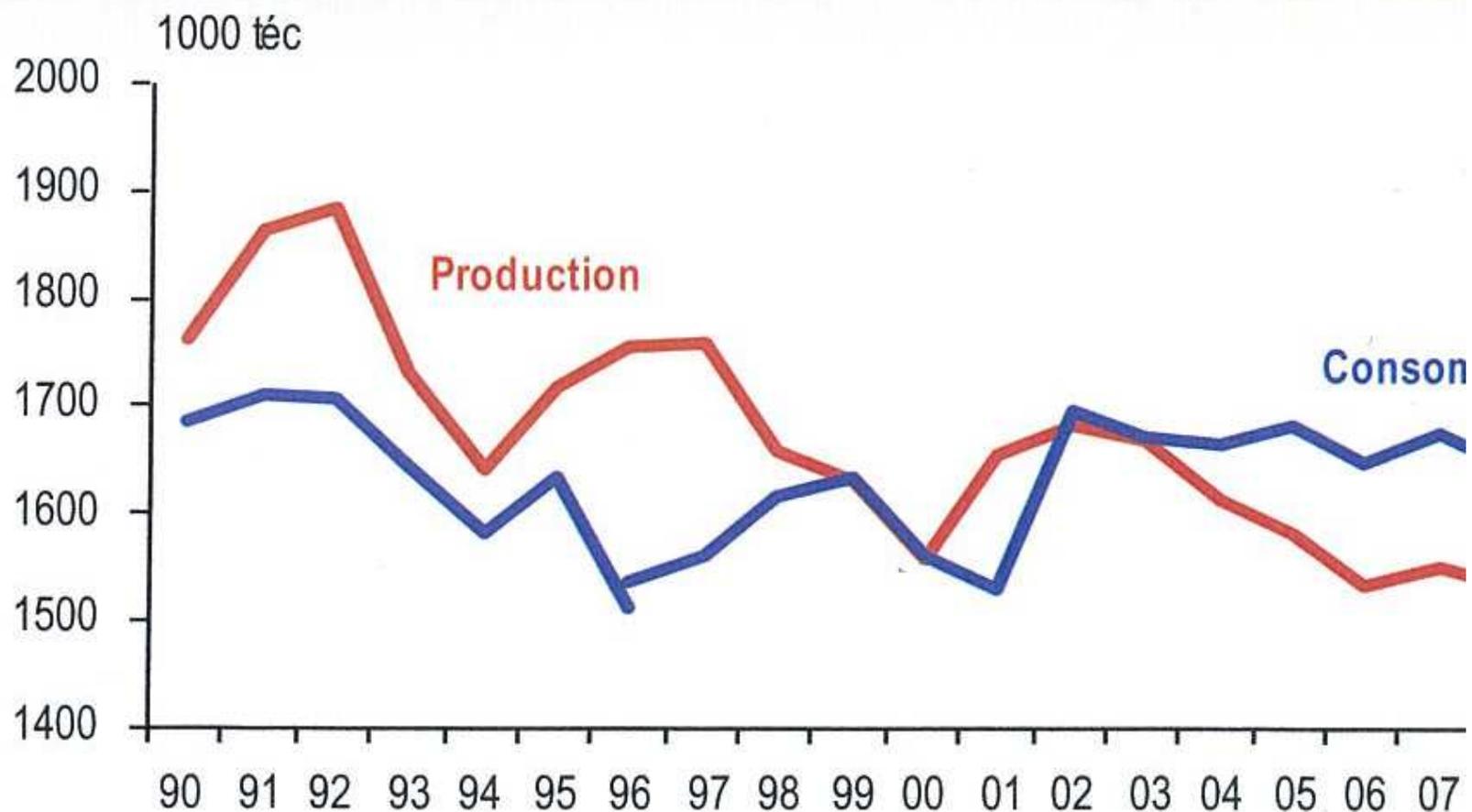


Figure 1 : les grands bassins des zones d'élevage

Production et consommation de viandes bovines en France (bovins finis)



* avec DOM   partir de 1996

Source : GEB - Institut de l'

Consommation 2009 France

D'après Kantar World Panel

	prix	volume 2009/2008
M à griller	15,08	-2,1%
M à bouillir	6,58	-6,6%
Haché frais	9,23	+1,7%
Haché surgelé	5,69	+1,5%

Consommation 2009 France

D'après Kantar World Panel

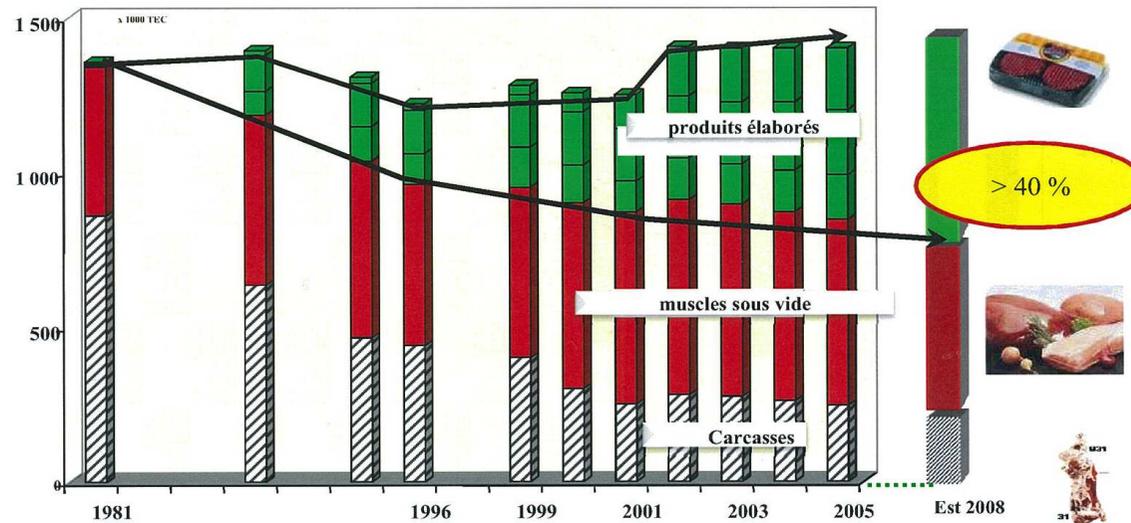
Indice de consommation par âge

	Bœuf	V Ha F	V HA S	Veau
- de 35 ans	54	82	141	39
35 - 49 ans	99	139	152	81
50 – 64 ans	131	108	68	138
65 et plus	110	62	38	137
France	100	100	100	100

Produits industriels



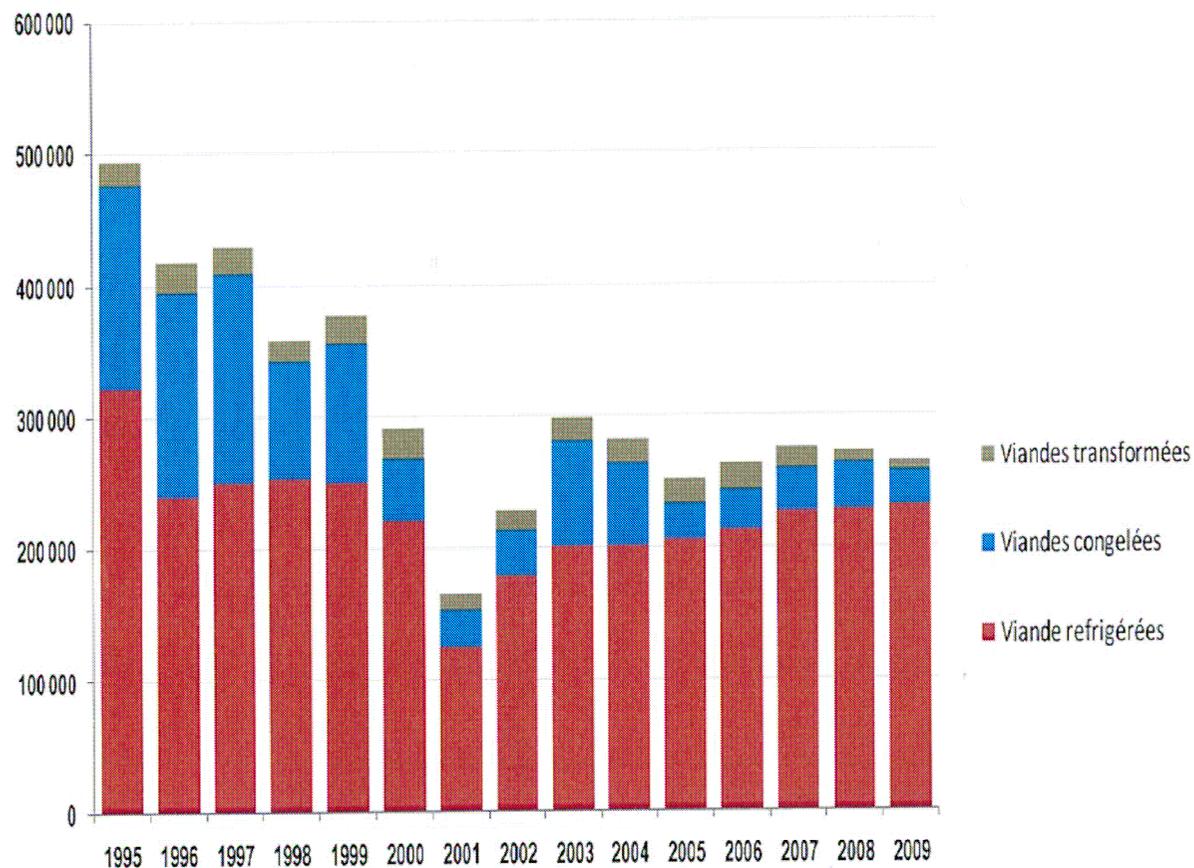
Une élaboration croissante d'UVCI qui a dynamisé la consommation





2. Evolution des marchés

Exortations françaises de viandes bovines (téc)

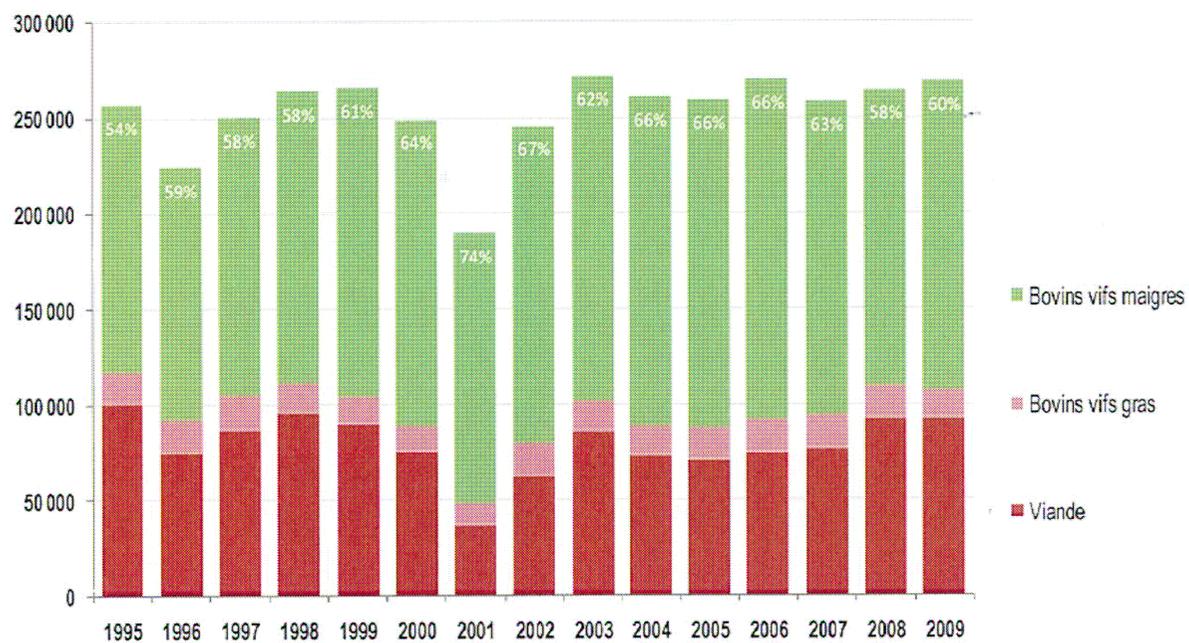


Source : GEB-Institut de l'Elevage d'après Douanes françaises



Marché italien

Téc **Exportations françaises de bovins et viandes bovines vers l'Italie**



Source : GEB-Institut de l'Elevage d'après Douanes françaises



Marché grec

Introduction

Les zones de production et débouchés

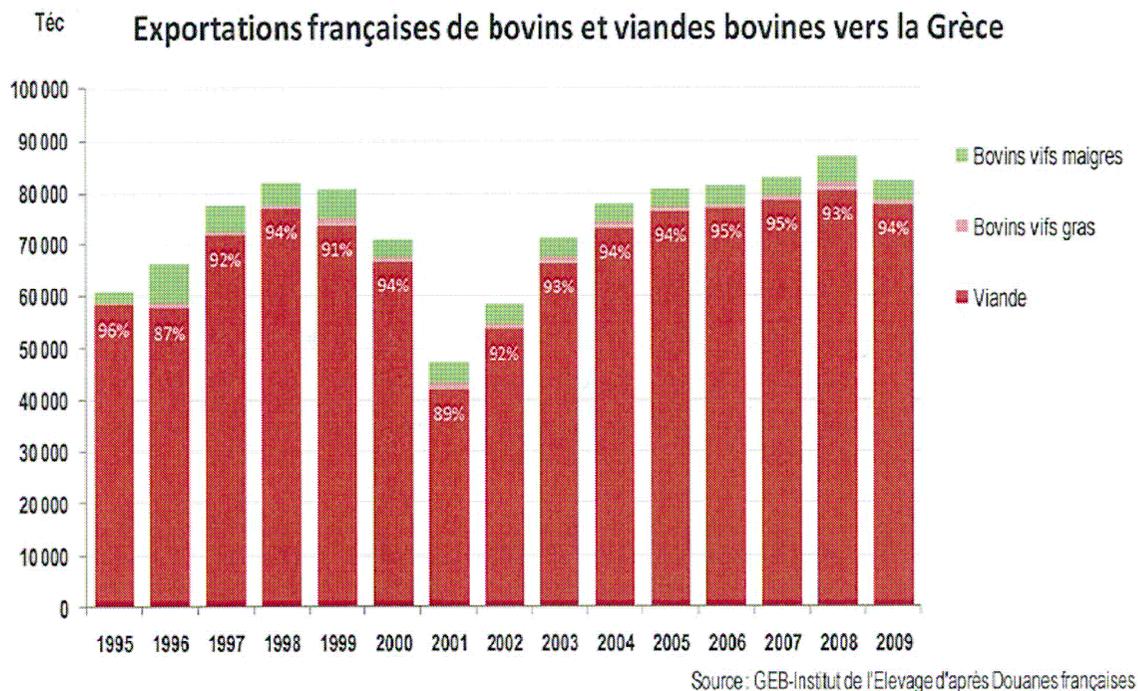
Les opérateurs exportateurs

Les flux d'exportation

Zooms pays

Perspectives à moyen terme

Scénarii pour demain



- La Grèce est surtout demandeuse de viande car elle est nettement déficitaire
- Elle importe également quelques 16 000 brouards /an
- 80% de mâles >300 kg, 3% de femelles > 300 kg et 17% de bovins de 160 à 300 kg

ABATTAGE

2000 280 abattoirs

2010 217 abattoirs

dont 39 abattoirs >10000T = 71% t nat

dont 4 abattoirs publics

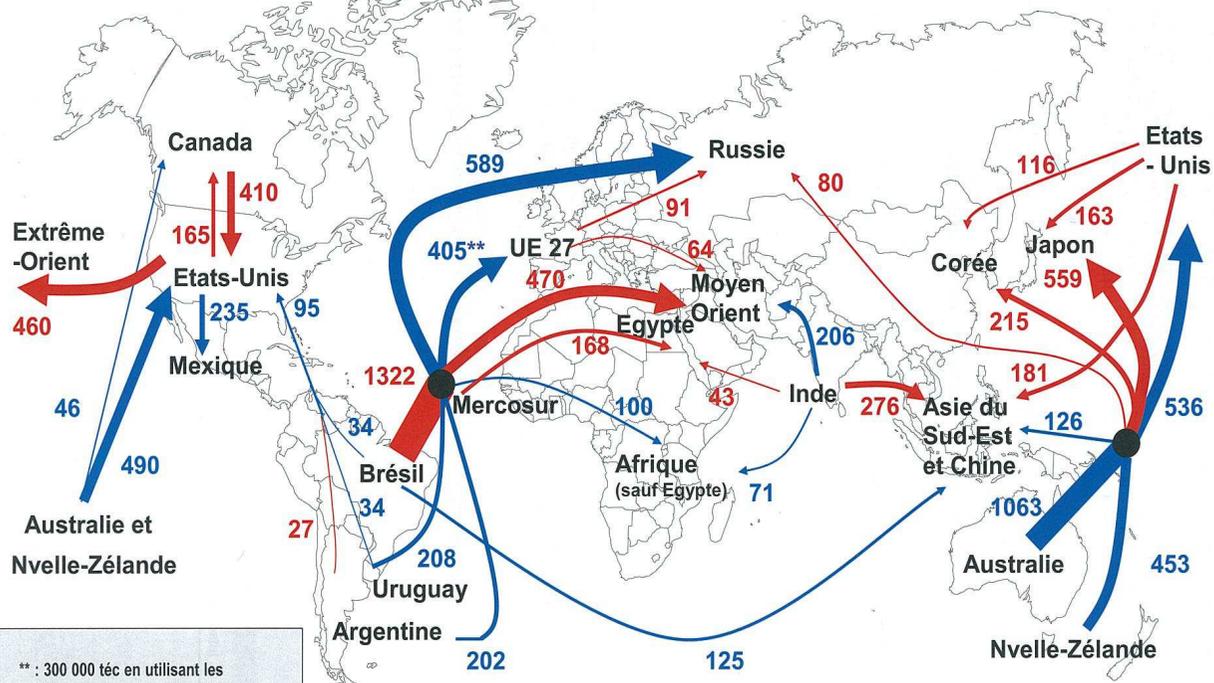
dont 30 abattoirs spécialisés

Les 4 premiers groupes:32 abattoirs= 62% T NL

L'environnement concurrentiel mondial

Figure 7.1

LES PRINCIPAUX FLUX DE VIANDES BOVINES EN 2010 (y compris les préparations - 1000 téc) *



** : 300 000 téc en utilisant les coefficients carcasses de l'UE.
A noter que tous les chiffres donnés sont ceux des exportateurs calculés avec les coefficients exportateurs.

*Les flux en augmentation par rapport à 2008 sont en rouge, ceux en recul sont en bleu
Source : GEB-Institut de l'Elevage d'après différentes sources

Croissance de la consommation mondiale de viande bovine

2010-2019 d'après FAO-OCDE

	2010(Mt)	2019
• Brésil	7246	+14%
• Chine	5866	+15%
• Corée	538	+16%
• Turquie	469	+20%
• Russie	2484	+22%
• Algérie	215	+36%
• Égypte	550	+43%
• Arabie-Saoudite	160	+56%
• UE	7636	-4,7%

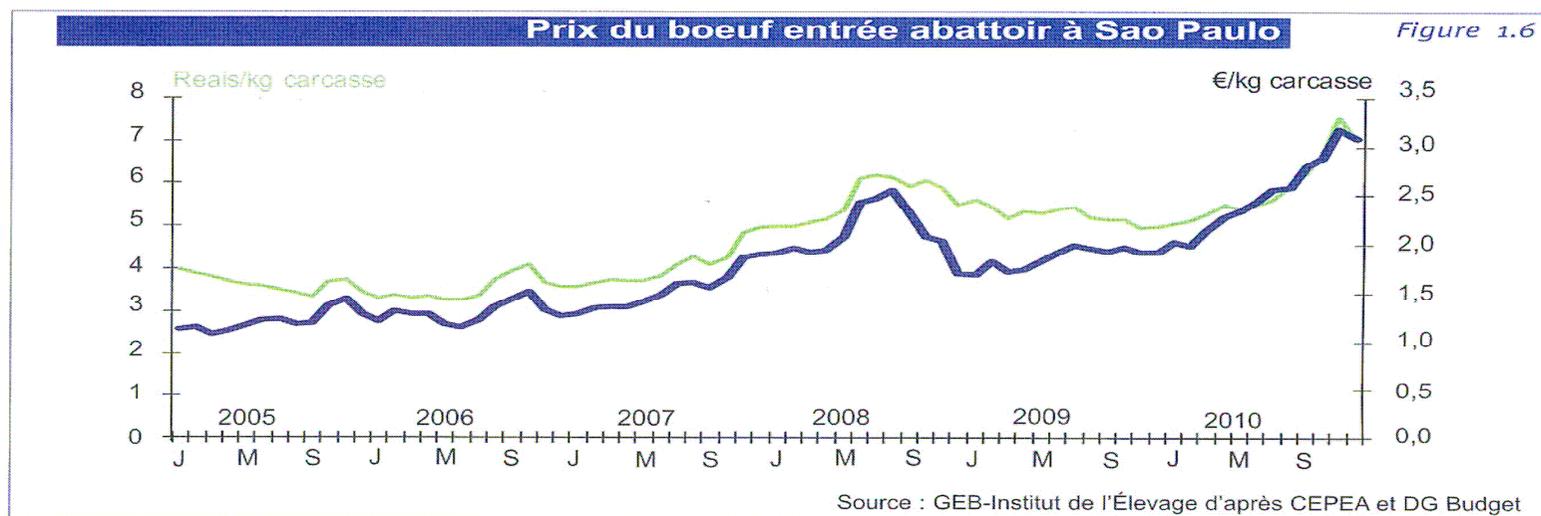
Croissance des exportations mondiales de viande bovine (D'après FAO-OCDE)

Croissance des exportations mondiales entre 2010 et 2019:

10,3 Millions de tonnes

Part prise par les principaux pays exportateurs:

Brésil	54%
USA	14%
Uruguay	13%
Inde	13%
Australie	6%



Prix 2011-2019

D'après FAO/OCDE

Brésil USA UE Brésil/UE USA/UE

2010	2393	2245	2600	-8%	-13%
2011/ 2019	2309	2548	2523	-8%	+1%

Quelle stratégie pour la filière
française?

Les stratégies possibles

- Stratégie « au fil de l'eau »
- Stratégie offensive

Stratégie »au fil de l'eau »

- Hypothèses d'évolution des marchés à 2020
 - Baisse de consommation des ménages de 5%
 - Part des bouchers:-10%
 - Hard discount:+10%
 - Ventes de steak haché:+5%
 - exportations:-15000T
 - Production d'origine laitière:-10%
 - Production veaux de boucherie:-70000têtes

Stratégie « au fil de l'eau »

Équilibres des marchés à 2020

	2010	2020
Viande T Lait	544	515
Viande T Allait	808	715(-20000ex)
Importations	365	415
Total	1717	1645
Consom des ménages	1123	1066
Consom collective	280	280
Exportations	314	299

Stratégie offensive

- Conquérir de nouveaux marchés dans les Pays Tiers
- Maintenir nos positions sur le marché intérieur et en Europe
- Gérer les négociations internationales en cohérence avec la stratégie retenue

Stratégie offensive

conquête de nouveaux marchés

Hypothèses de marchés à 2020

- Stabilité des importations
- Stabilité des exportations vers l'Union Européenne
- Augmentation des exportations vers les pays tiers de 60 000T

Maintien des autres hypothèses de la stratégie
« au fil de l'eau »

Stratégie offensive

Marchés cibles à 2020

- Turquie 15000T(3% du marché)
- Égypte 15000T (2% « »)
- Arabie Saoudite: 5000T(2% « «)
- Algérie 5000T(2% « «)
- Total JB 40000T(engraissement en + de 100000 broutards)
- Chine(Génisses) 20000T(0,3% du marché)

Stratégie offensive accompagnement à l'export

- Valoriser l'image de la viande française produite dans des conditions naturelles et sans OGM
- Incitation à l'engraissement subordonnée à la contractualisation avec l'aval
- Comité de haut niveau « profession-administration » pour la définition et le suivi de la stratégie export « Pays Tiers »

Stratégie offensive

Équilibres des marchés à 2020

	2010	2020
Viande du T Lait	544	515
Viande du T Allait	808	840(+10000ex)
Importations	365	365
Total	1717	1720
Consom ménages	1123	1066
Consom collective	280	280
Exportations	314	374

Stratégie offensive

Compétitivité amont:enjeu

- Baisser les charges de 5 à 10% pour:
 - améliorer le revenu de 10% à 15%
 - compenser l'alignement du prix de la vache R sur le prix de la vache O (en tenant compte des écarts de rendement) ce qui représente un ajustement de 8% du prix de la vache R soit 3 à 4% du produit bovin de l'exploitation

Le revenu des élevages naisseurs varie de 6000 à 35 000€ entre le tiers inférieur et le tiers supérieur (Institut de l'élevage ,réseaux bovins viande 2009)

Stratégie offensive compétitivité amont:leviers d'action

- Taille des élevage
- Bâtiment
- Alimentation
- Génomique
- Méthanisation

Stratégie offensive

Compétitivité aval

- Coût de collecte
- Rationalisation des outils d'abattage
 - Outils industriels
 - Outils de proximité
 - Outils « dilemme »

Stratégie offensive

Gérer les négociations internationales

- OMC/Mercosur:Préserver le marché Européen
- PAC
 - Aide à l'herbe dans le cadre du »verdissement» de la PAC
 - Maintien des outils couplés