

La situation et les enjeux du secteur des ovoproduits en France et en Europe

FranceAgriMer, le 3/11/11
Comité volailles et oeufs



Contexte et objectifs de l'étude

- Les filières œuf française et UE sont confrontées à un **contexte en forte évolution** et porteur d'interrogations (Directive CE 99/74)
- De plus le évolution possible vers une plus grande **ouverture du marché** intra-communautaire (accords OMC, accords bilatéraux)
- **Le secteur des ovoproduits apparaît au cœur des enjeux de la filière œufs.**
- Or ce secteur est assez mal cerné par la statistique officielle française et européenne, et la demande en ovoproduits (émanant de l'industrie ou de la restauration collective) ne bénéficie pas d'un suivi régulier
- Appréhender la **situation des secteurs français et européen** des ovoproduits, ainsi que **les perspectives d'évolution** du secteur.

- **Analyse de l'offre :**

Actualiser les connaissances sur les volumes produits et les opérateurs sur le marché français et UE, et leurs dynamiques de développement.

- **Analyse de la demande :**

Apprécier l'évolution globale de la demande sur les différents segments de marché identifiés en France (IAA et RHD), sur un plan quantitatif et qualitatif.

Méthodologie

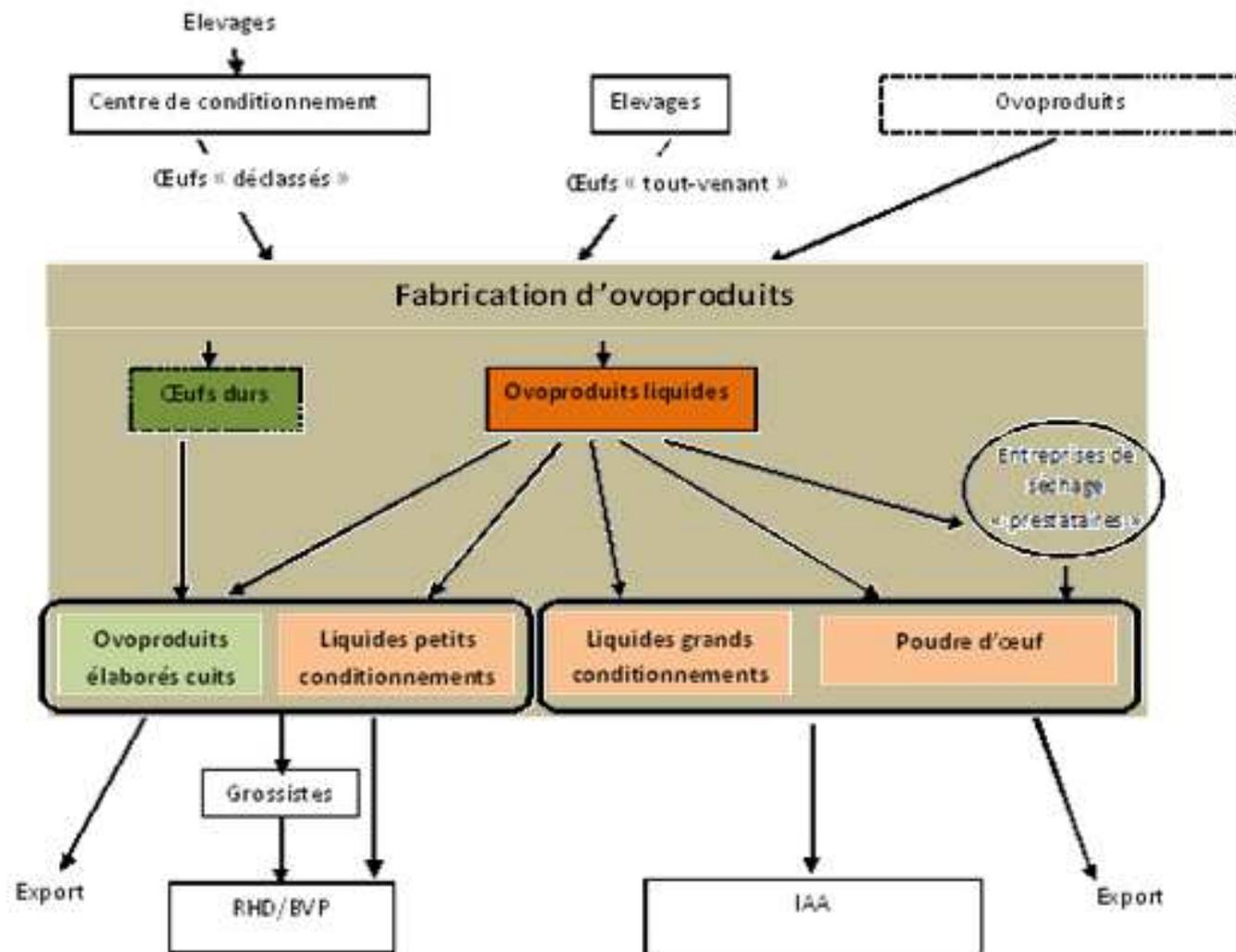
Données quantitatives

- **Statistiques officielles**
Eurostat, IEC, FAO et sources nationales Prodcorn, Alliance 7, Sifpaf
- **Enquête détaillée sur la production française** (*90 à 70 % de la production FR*)
- **Estimations experts**

Données qualitatives

- **Recherche Bibliographique**
Presse professionnelle, rapports, sites professionnels, Ubifrance ...
- **Entretiens**
 - ♦ *Experts et industriels européens (EEPA, EUWEP ...)*
 - ♦ *Fabricants d'ovoproduits FR (7)*
 - ♦ *Utilisateurs d'ovoproduits FR (RHD, IAA) (>10)*

Rappel sur les ovoproduits



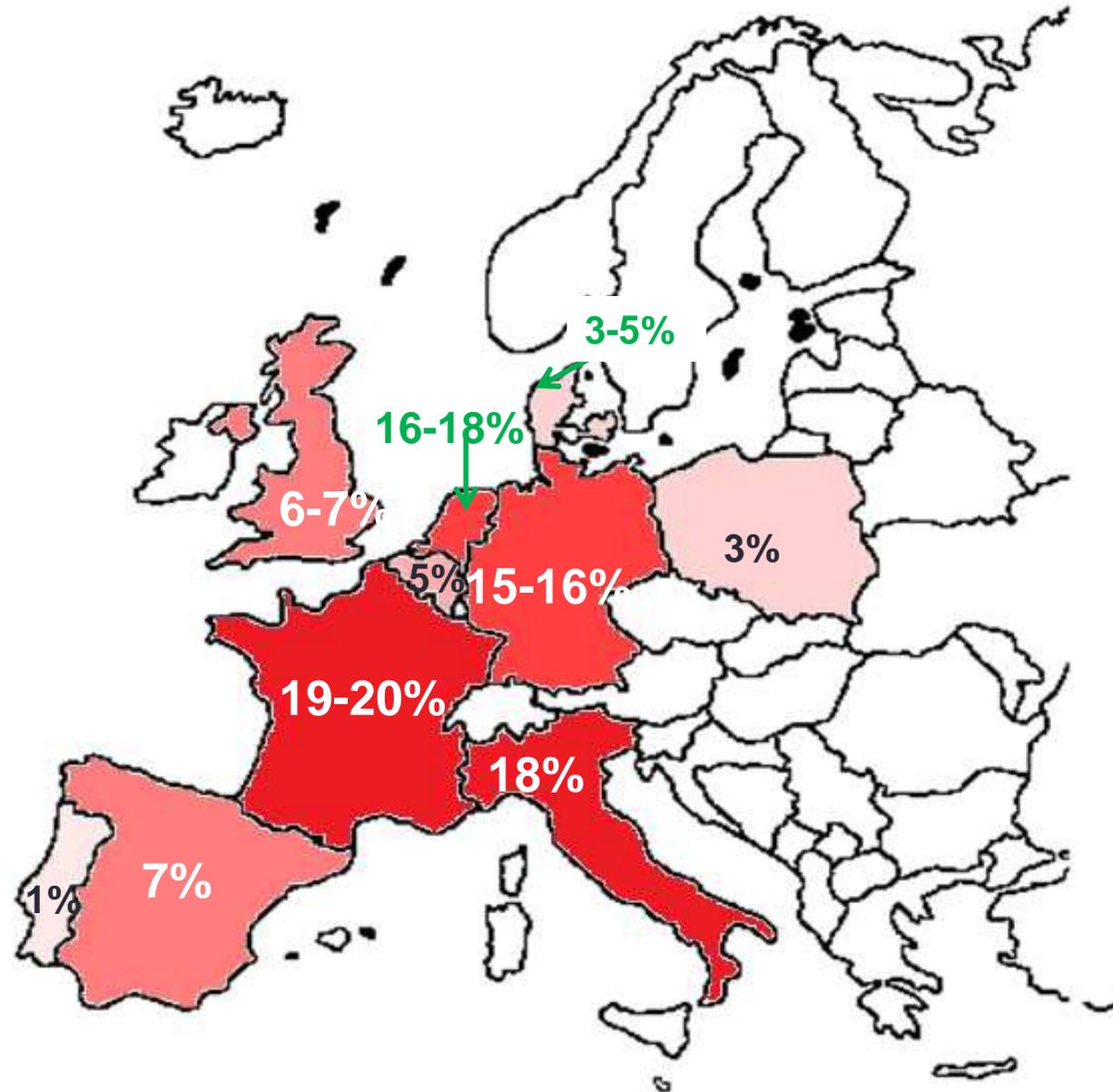
LA SITUATION EUROPÉENNE



Reconstitution des volumes produits en 2009 (TEL)

Rang		Prodcom	IEC	Experts/autres sources		Estimations ITAVI
1	France	293 865	-	246 760	<i>enquête ITAVI (2011)</i>	294 000
2	Italie	48 667*	-	257 700/ 285 000	<i>Expert (UNA)+ autres</i>	258 000 / 285 000
3	Pays-Bas	69 211*	254 000	254 000	<i>PVE</i>	254 000
4	Allemagne	138 138	-	210 000/ 250 000	<i>Expert EMA + MEG</i>	210 000 / 250 000
5	Espagne	106 393	-	-		106 000
6	RU	39 541	93 724	93 724	<i>DEFRA</i>	94 000
7	Belgique	-	-	70 000	<i>Expert industriel</i>	70 000
8	Pologne	36 482*	-	45 500	<i>Expert industriel</i>	45 000
9	Danemark	16 752	-	70 500 /35 000	<i>Experts industriels</i>	35 000 / 70 500
10	Portugal	18 678	19 650	-		19 000
Total 10		768 131				1 460 000
<i>Autres pays UE</i>		<i>56 945</i>	-	-		<i>57 000</i>
total UE 27		825 076				1 442 000 /1 544 500

Les principaux
pays
producteurs
d'ovoproduits



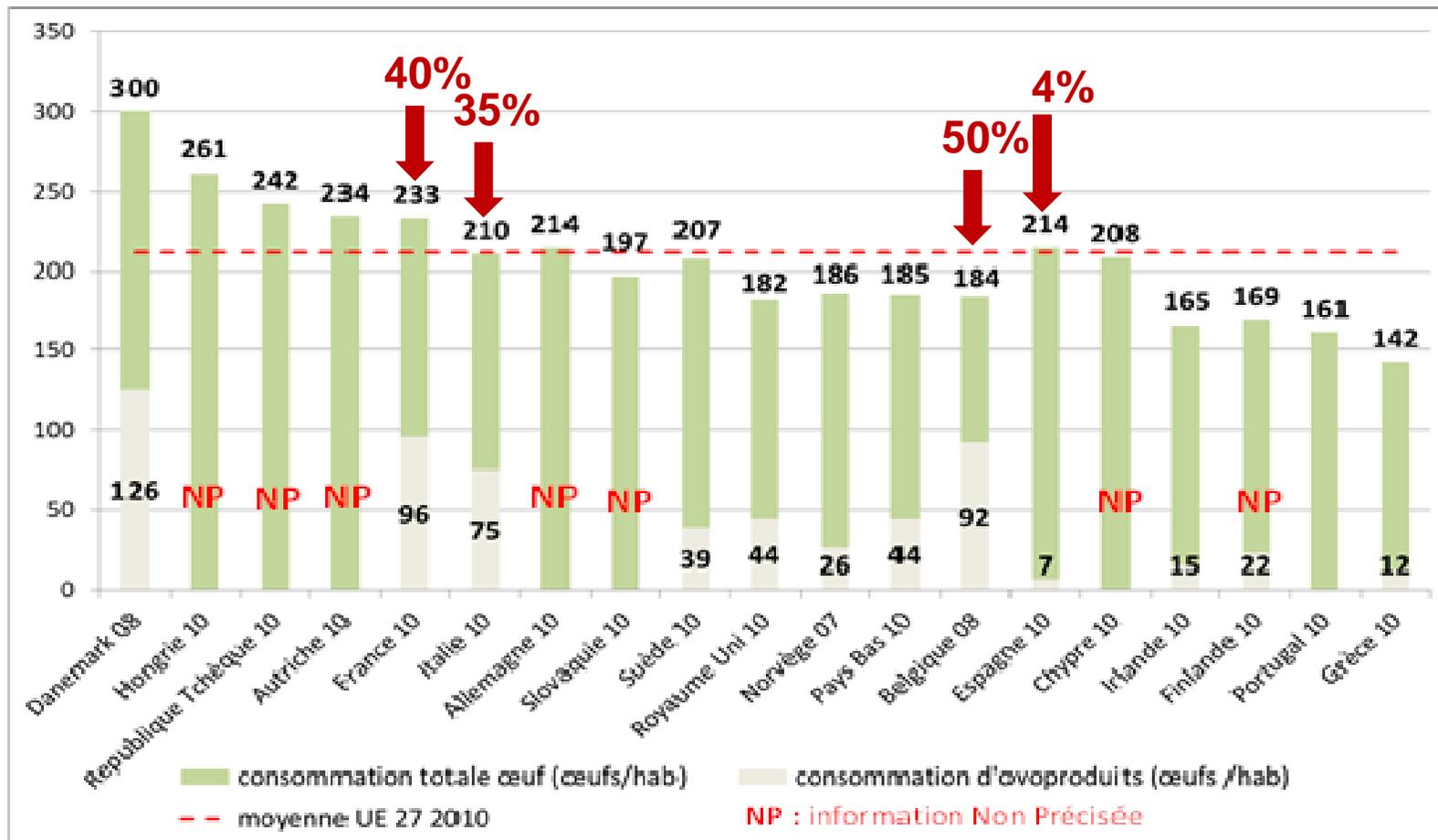
Caractéristiques générales de l'offre UE

- **Organisation en filière** pour l'essentiel de l'approvisionnement.
- Développement de **filiales extranationales** (UE ou Pays tiers), à l'exception de la France.
- Une secteur qui se **concentre**

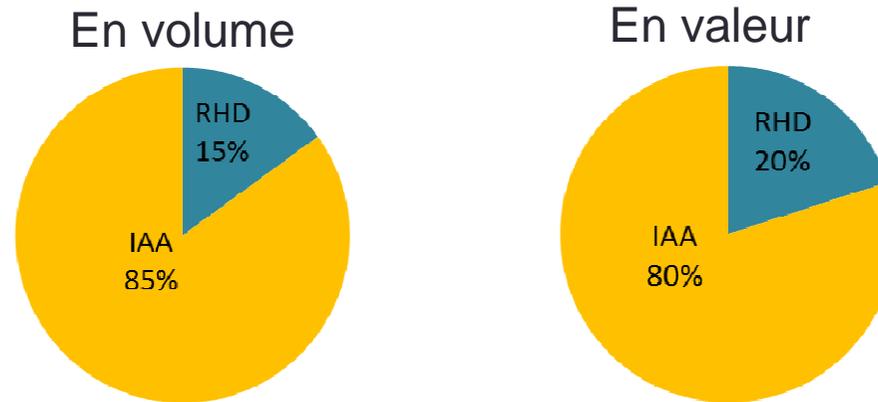
- Evolution du secteur vers une plus grande segmentation
 - les ovoproduits sont devenus le « premier maillon » d'une industrie créatrice de valeur ajoutée, répondant à une demande de plus en plus exigeante
 - 30 % des ovoproduits issus d'élevage dédiés (souches spécifiques).

La consommation d'ovoproduits au sein des différents pays de l'UE

- Au sein de l'UE à 27, la consommation alimentaire d'œufs et d'ovoproduits s'élève en moyenne à 212 œufs par habitant en 2010
- L'importance des ovoproduits dans la consommation est variable selon les pays :



© Les industries agroalimentaires : premières consommatrices d'ovoproduits



© L'importance du segment RHD est très **variable** selon les pays :

- France : 25 %
- Espagne : 16%
- Allemagne : 14%
- Italie : < 5 % (hors snack/sandwicheries).

© La consommation des IAA se stabilise alors que celle de la **RHD se développerait** (intérêt pratique, sanitaire, obligation ...)

© La demande en **poudre d'œuf** est en hausse mais reste faible (75% des volumes utilisés sont des ovoproduits liquides)

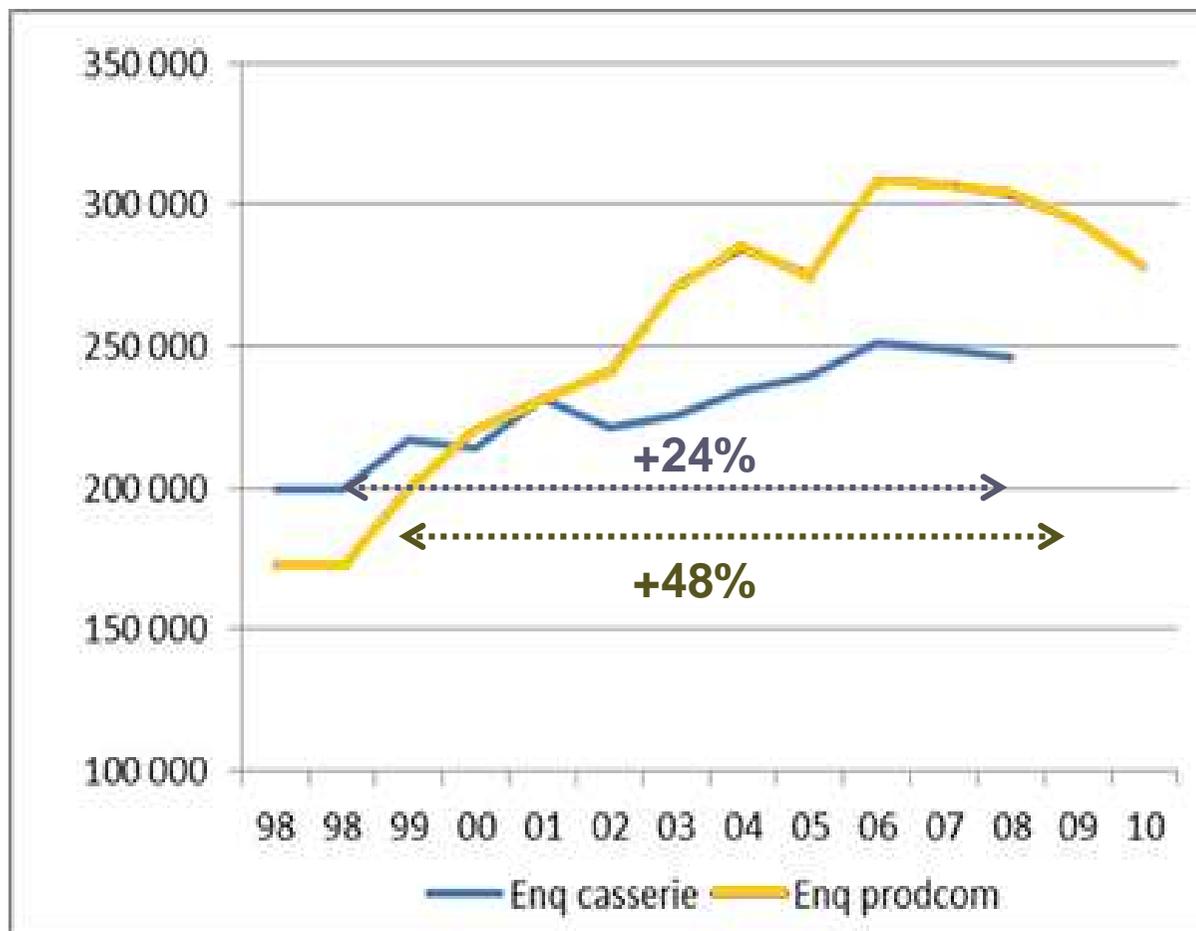
© Les ovoproduits **alternatifs** se développent même si leur importance est à relativiser (4 à 6%)

LE SECTEUR FRANÇAIS



La production d'ovoproduits en France

- Evolution de la production d'ovoproduits selon les enquêtes casserie et Prodcom (tonnes équivalent produit)



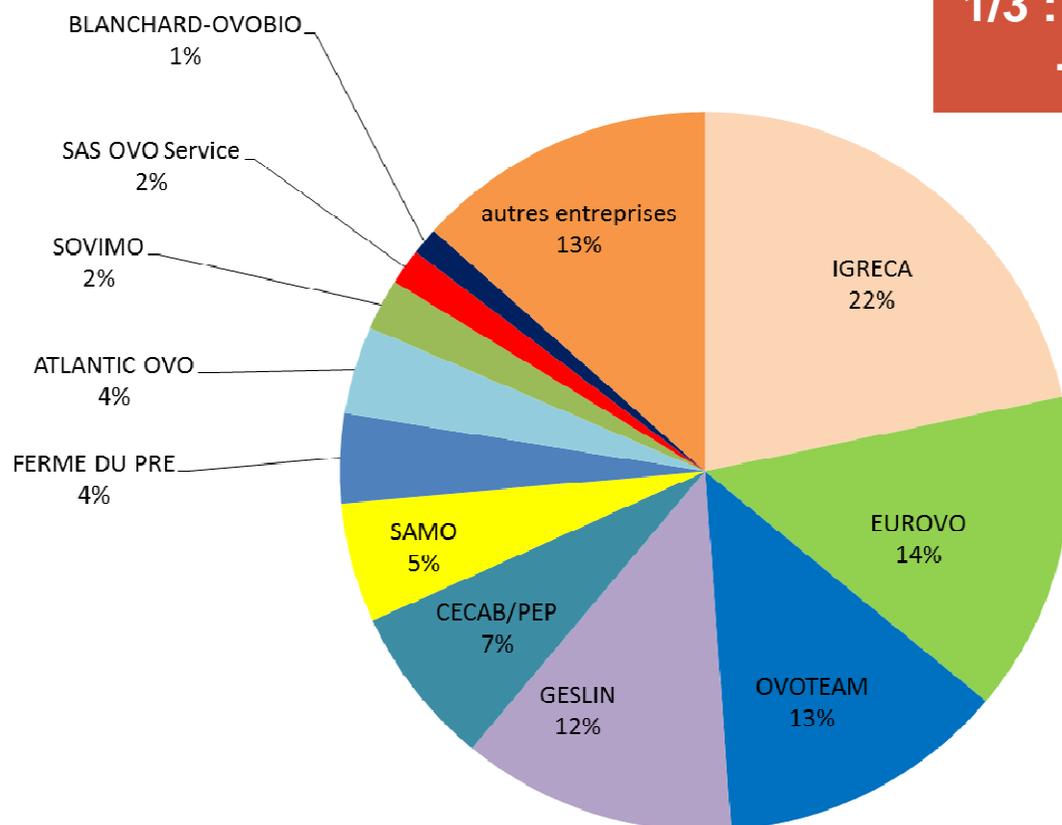
En 2010, la France a produit **278 385 tonnes équivalent liquide** d'ovoproduits dont les deux tiers d'entiers (toutes formes confondues).

Près de 13 700 tonnes de produits séchés ont été produites en 2010 (*Production d'ovoproduits séchés à usage non alimentaire incluse*)

Les principaux acteurs en 2010 (en%TEL)

Une production relativement atomisée (40 entreprises) mais des structures très hétérogènes

2/3 : 5 entreprises > 20 000 t/an
1/3 : 4 entreprises 6 000 < < 20 000 t/an
+ 20 petites unités



- L'organisation en filière domine
- La moitié* a une triple activité (production d'œufs/ CC/ fab. ovop)
- 95% produisent du liquide
- La production de poudre d'œufs et d'élaborés cuits est plus concentrée

D'après enquête ITAVI et Prodcom

Une production principalement localisée dans le Grand Ouest de la France.

- Les **Pays de la Loire** restent la première région de production française (sites >10 000 tonnes).
- L'industrie des ovoproduits bretonne est plus atomisée (12 sites en 2009 dont les tailles sont très hétérogènes)

Les utilisateurs d'ovoproduits en France

- 4 œufs /10 utilisés sous forme d'ovoproduits
- Les IAA totalisent 75% du marché
- La RHD (yc BVP) utilise 25% des ovoproduits, mais la consommation de ce segment semble être en hausse (surtout BVP avec les liquides petits conditionnements)

- 3 grands couples produits/marchés :

liquides destinés à l'industrie

poudre destinée à l'industrie

liquides et élaborés cuits pour le marché de la RHD

Une demande qui évolue

- **Les œufs alternatifs, un nouveau moyen de différenciation des IAA et de la RHD?**

- Au départ demande émanant de clients d'Europe du Nord, puis elle s'est développée en France.
- Raisons variables : démarche globale de DD, demandes locales, moyen de segmentation de gamme ...
- D'autres acteurs n'envisagent cependant pas d'utiliser des ovoproduits alternatifs à court terme.

On constate chez tous les opérateurs, si ce n'est pas un développement, au moins un questionnement sur ces types de production.

Une demande qui évolue

- **Vers un développement de la poudre d'œuf ? *Le point de vue des utilisateurs***
:

Les IAA et la RHD utilisent majoritairement des ovoproduits liquides. Cependant, presque tous ont indiqué avoir adapté et testé leurs recettes en substituant la coule par de la poudre d'œuf.

+	-
<ul style="list-style-type: none">- Sourcing globalisé- Facilité de stockage (place et DLC):<ul style="list-style-type: none">→ achats d'opportunité→ meilleure gestion des petits volumes- Réduction des coûts de transport<ul style="list-style-type: none">→ avantage économique→ et écologique	<ul style="list-style-type: none">- Nécessite des investissements car nouveaux équipements- Empêche la valorisation de la mention « œufs frais »- Prix peu avantageux aujourd'hui



La substitution ne semble pas être effectuée aujourd'hui.

Le développement de l'utilisation de poudre d'œuf dépendra fortement de la perspective d'accords internationaux s'accompagnant de la mise sur le marché communautaire d'ovoproduits plus compétitifs, et plus particulièrement de poudre d'œuf.

PERSPECTIVES ET ENJEUX DES SECTEURS FRANÇAIS ET EUROPÉENS D'OVOPRODUITS



Une évolution des structures de production

- Dans un secteur où les marges sont réduites et où la concurrence est forte, **les entreprises se consolident** et la **production se concentre** autour de groupe transnationaux
- A l'avenir, deux types de structures prédomineront :

Grands groupes
européens ou
nationaux

- organisés ou non en filière
- utilisant des œufs issus d'élevages dédiés
- **une partie de ces structures aura investi dans des filiales hors UE pour exporter sur Pays-tiers**

Petites structures
locales/nationales

- aux coûts de structure réduits
- fonctionnant avec des œufs déclassés
- production destinée à un marché local (ou de 1^{er} prix)

Un besoin de différenciation de l'offre en ovoproduits

Le point de vue des utilisateurs :

Différenciation technologique

- Produits techniques (aliments fonctionnels)
- Nouveaux conditionnements (ex : BVP et petits c°)
- La demande pourrait tendre vers un produit où l'œuf ne serait qu'un ingrédient (mix d'ovoproduits et autres ingrédients, plats préparés...)

Différenciation par les modes de production

- De nouveaux marchés s'ouvrent avec le développement des ovoproduits alternatifs

Développement des services

- Apporter de la valeur ajoutée au produits en fournissant des services
- Projets de co-développement avec les IAA,
- Informer les clients sur la situation des marchés

Enjeux 2012 : mise en application de la norme bien être

- Les Etats membres ne seront pas totalement aux normes au 1^{er} janvier 2012
- L'UE n'envisage pas de dérogation pour allonger la période de mise aux normes.
- Des discussions sont en cours et des propositions émergent de la part des parlementaires et de la Commission pour répondre aux inquiétudes des professionnels face aux distorsions de concurrence intra-UE et de pays-tiers.

- Si prix de revient de l'œuf UE trop élevé → risque d'importations d'ovop. liquides
- Si les ovop. liquides trop chers à cause de la diminution de l'offre UE → risque d'importation de poudre de pays tiers (Asie, Amérique du Sud).

- **Aujourd'hui, les utilisateurs européens ont une préférence pour les ovoproduits UE :**

- qualité sanitaire reconnue,
- haute qualité technologique,
- gages de BEA,
- prix compétitifs,
- proximité (avantage important puisque la majorité des ovoproduits consommés dans l'UE sont liquides (DLC courte))



- L'avenir du secteur UE dépendra fortement des accords de l'OMC qui pourraient ouvrir les quotas aux importations et réduire les restitutions aux exportations, ainsi des agréments UE - pays tiers (Mercosur, Ukraine ...).
- Les filières œufs devront également gérer une volatilité accrue des prix des MP

Le secteur européen devra se démarquer afin de valoriser au mieux sa production d'ovoproduits

Merci de votre attention

**Place à la
discussion**

