

Cycle de conférences sur l'AB et ses pratiques

Les 6 et 7 octobre 2021

Au Sommet de l'Élevage et en webconférence

Un événement

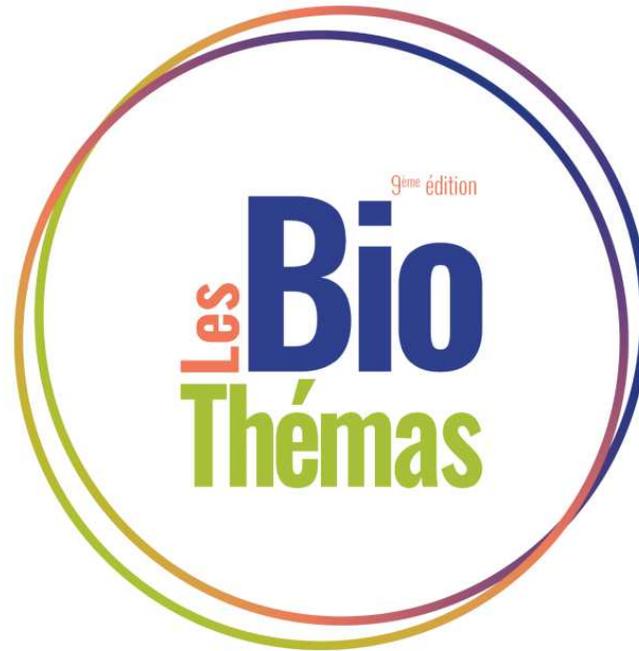




Ruminants bio :

Performances des systèmes bovins laitiers face aux aléas climatiques, perspectives de développement pour les filières allaitantes et nouvelle réglementation pour les ruminants

Jeudi 7 octobre 2021



La bio vue par les opérateurs économiques de la filière Leviers pour adéquation O/D

Par Cassandre Matras et Catherine Experton



Quels opérateurs enquêtés?

- 6 abatteurs
- 14 OP dont 2 OPNC

- Organisations de producteurs :
 - 4 spécialisées **AB**
 - 7 spécialisées **Ovins**
- Abatteurs :
 - 1 spécialisé **AB**
 - 4 spécialisés **Ovins**



Sentiments/ressentis
 des OP et abatteurs
 enquêtés qui sont ici
 retranscrits

Deux catégories identifiées parmi les OP :

- **Catégorie 1** : ceux qui parviennent majoritairement à valoriser 100% des agneaux en Bio :

-4 spécialisés en **AB** et un spécialisé **Ovins** mais qui passe par un spécialisé AB

-Les spécialisés **AB** commercialisent de 5 000 à 20 000 agneaux Bio par an, selon la structure.

- Structures qui ont investi sur le développement de la Bio, achètent à des OP en dehors de leurs éleveurs adhérents

- **Catégorie 2** : ceux pour qui l'agneau Bio a peu d'intérêt / difficile de trouver des débouchés/ trop petits volumes / parfois aucune idée de la valorisation finale mais souhaitent pour certains de développer le Bio :

5 spécialisés en **Ovins** et 2 toutes espèces/tous types de labels. Ces OP commercialisent de 300 à 4 000 agneaux Bio/an, selon la structure. Les bio servent parfois de variable d'ajustement des volumes des autres SIQO.

Analyse de catégorie 2

- **Les OP qui ne sont pas spécialisées en Bio** sont sur de très petits volumes AB collectés/semaine comparé aux volumes conventionnel/Label Rouge/ IGP -> demande beaucoup d'organisation, mobilise des transports et engendre des **surcoûts** pour quelques agneaux. « *On ne peut pas se permettre d'envoyer un camion pour aller chercher 3 agneaux* ».

OP multi-espèces : les agneaux pèsent peu en général, le bio encore moins.

- **Difficile de pérenniser des débouchés** sur de si petits volumes/semaine. Irrégularité de l'offre : certains débouchés sont parfois perdus ou doivent être réactivés. **Plus facile de faire passer en label, avec le reste.**



Un événement



Quels leviers identifiés en amont?

- La complémentarité d'offre entre les bassins N et S : permet aux abatteurs d'avoir une offre plutôt lisse tout l'année. Besoin d'une grande zone de collecte. (3/14 OP et 6/6 abatteurs)

Paradoxal => aussi souhait d'utiliser les outils à une échelle plus locale.

- Le dessaisonnement : 3/6 abatteurs + quasi tous les OP

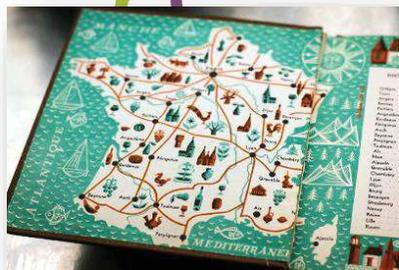
-avec une incitation financière (9/14 OP) : double grille de prix => caisse de péréquation . Comment maintenir un prix Bio supérieur? Comment une grille nationale peut-elle satisfaire toutes les régions? (périodes de surplus/manques d'offre différent).

- avec les choix de races (5/14 OP)

- mais attention de bien finir les agneaux (2/6 abatteurs)

-étaler la production, soit dessaisonner en partie.

« A un jeune qui veut s'installer je lui ai dit ok, ça me plaît, mais il faut que tu arrives à me sortir au moins 3 périodes d'agnelage »



Quels leviers identifiés en amont?

Bonne connaissance des élevages, meilleur suivi technique, tri, prévisionnel de sorties :

9/14 OP. Certaines OP ont des techniciens mais pas en Bio. Certaines OP très organisées, beaucoup de prévisions et d'ajustements, d'autres rien de tout ça (ne dépend pas de la catégorie).

Le report sur un an : résultats positifs avec races herbagères « *laisse traîner tout l'été, et moi je les récupère janvier/février de l'année d'après* ». Résultats négatifs avec race rustique : « *des agneaux qui n'ont pas trop de viande, qui ne se finissent pas à l'intérieur* »... 2/14 OP.

Bonne connaissance des attentes des clients et des agneaux vendus : bouchers, rustiques, orientation des carcasses selon la qualité sur tel ou tel débouché : « *des clients qui vont très bien absorber les rustiques, d'autres pas du tout, [COOP] ils le savent* » 1 OP/14.

Meilleur suivi technique des éleveurs pour améliorer la régularité des agneaux Bio abattus (conformation, poids, âge...): proposé par tous les abatteurs et près de 6 OP/14. « *L'agneau bio n'a pas bonne presse auprès des professionnels. Il faut d'abord travailler sur la qualité du produit et une régularité.* » Impression des abatteurs parfois biaisée par petits volumes (cf. diapo suivante) et stratégies de certaines OP qui privilégient les « beaux » agneaux Bio pour d'autres circuits.

Quels leviers identifiés en amont?

- Les agneaux des non-adhérents (TNA), une variable d'ajustement pour les OP : très paradoxal : le moins possible car préfèrent des adhérents pour mieux sécuriser l'apport ... mais en même temps, variable d'ajustement quand la coop' manque d'offre ! (4/14 OP)
- Proposer une double démarche : pour que les agneaux puissent être commercialisés sous l'un ou l'autre des deux SIQO en fonction de la demande. Une coop' propose AB + AOP et une autre coop' LR+AB. 2 OP/14
- Travail avec des petits revendeurs : sécuriser les ventes d'agneaux Bio / abatteurs. 1 OP a trouvé ce moyen pour se détacher des abatteurs, selon elle trop demandeurs de volumes et qui ne valorisent pas suffisamment le Bio.
- S'interroger sur l'intérêt d'une offre lissée. Ex : agneau pré-salé du Mont saint-Michel rare, cher et demande élevée – produit de micro-niche avec ≈2 500 agneaux/an. 1 OP

Quels leviers identifiés en amont?

- **Augmenter les approvisionnements** pour une meilleure régularité en Bio et permettre de structurer la filière (les débouchés seront assurés/sécurisés et le système fonctionnera mieux). 7/14 OP + 1 OP considère *a contrario* que la production dans sa région est excédentaire face à la demande (*peut-être au moment de l'ITW?*)
 - Avec les **nouvelles installations** (mais profils néo-ruraux moins productifs)
 - Avec la **prolificité** des races élevées
 - Avec des **prix plus attractifs**, qui permettraient de mieux couvrir les CP en Bio et ainsi offrir une meilleure rémunération aux éleveurs. Certains respectent le CDC de l'AB mais y perdraient financièrement donc pas de conversion....
 - **Augmenter le nombre d'adhérents/sécuriser** les approvisionnements des OP (*vs la vente directe, les TNA,...*).
 - **Travail avec abatteurs pour débouchés** : déclassement de carcasses d'agneaux Bio, reclassées en standard ou label. 3-4 OP : soit par manque de débouché, soit pb qualité carcasse, soit pic de sorties AB, soit stratégie économique : « *Pour maîtriser coût de revient, plus intéressant de faire partir les Bio avec les volumes des conventionnels chez les clients actuels comme Système U, Carrefour etc.* »

Le soucis du prix en AB, accentué depuis deux ans

- Grilles de prix en Bio qui n'ont, pour la plupart des coop', pas été révisées depuis des années. Une OP : une seule grille sur l'année car « prix supérieurs à la moyenne ».
- Or, depuis 2 ans en France, forte baisse des importations de viande ovine qui tire la cotation de l'agneau vers le haut + regain d'intérêt pour les labels, l'agneau français voire l'agneau local. FORTE HAUSSE DES PRIX DE L'AGNEAU EN CONVENTIONNEL.
- Certaines coop' « *perdent de l'argent* » depuis plusieurs années.

Résultat : des prix en Bio proches de ceux en conventionnel et labels... et des CP pourtant plus élevés.

OP	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
AB	8,97	7 à 7,30	7,33	6,70		7,2 à 7,5		7,80	nd	7,80		6,5	7,5	6,89
Info	Prix moyen en 2020	Prix vente filières qualités	Classé R	Prix moyen 2019		Prix vente meilleures catégories		Prix de vente abattoir		Prix moyen		Prix moyen	Prix vente meilleures catégories	Prix moyen 2020
Contre-Saison	+0,7		+0,65			+0,35 à +0,7		+0,7		+0,7		+0,5	+0,2	

« Les agneaux Label Rouge sont mieux valorisés que les Bio en ce moment »



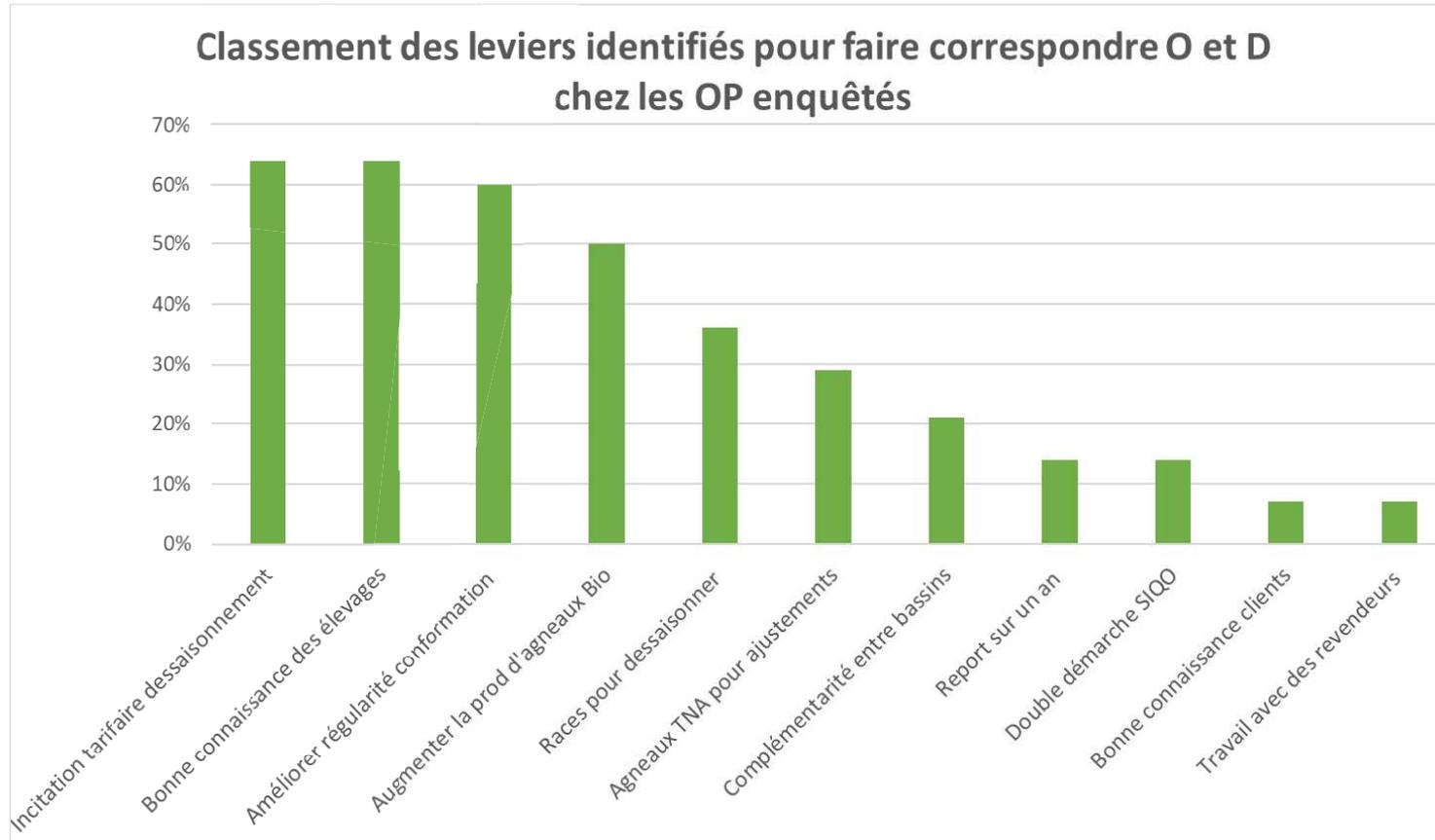
Quels leviers identifiés au niveau de l'aval?

- Souplesse des abatteurs dans leur fonctionnement : correspond aux attentes des clients.
- Les grossistes, variable d'ajustement pour les abatteurs : (2/6). Rôle tampon en prenant parfois un peu plus ou *a contrario*, en complétant leurs achats auprès d'autres opérateurs.
- Cibler au mieux les animaux en fonction des attentes des clients + gros portefeuille client (échelle France) : quasi tous les abatteurs.
- Un abatteur/atelier de découpe qui récupère les pièces les plus difficiles à commercialiser auprès des bouchers. 1 abatteur/6.
- La vente directe, permet de fidéliser certains adhérents : *«C'est sûr que ceux qui arrivent à le faire, ils valorisent bien mieux et ils s'en sortent bien mieux, [...] mais tout le monde ne peut pas le faire»*. Au moins 7/14 OP. Paradoxal : certaines OP aimeraient ces agneaux en VD quand manquent d'offre... mais quand d'offre?

Quels leviers identifiés au niveau de l'aval?

- **Payer les agneaux Bio au juste prix : Contractualisation? Egalim?** « Pas encore d'actualité » pour 2 OP et 3 OP travaillent avec des instances qui vont « créer des références en calcul de CP » dont une « déjà dans cette philosophie ». 1 OP « Argument marketing » « La marge ne peut pas être faite sur le prix d'achat des agneaux, elle ne peut l'être que sur la vente ». 6 OP pas de réponse ou à côté (coût adhésion coop'). 1 OP est « consciente du problème ».
- **Promotions au moment des pics de production** (opérations et animations dans les magasins) et mise en avant de la viande Bio/locale/traçable... ex: campagne Agneau Bio d'Automne (avis partagés parmi les enquêtés).
- **La congélation des carcasses :** permet de gérer la saisonnalité et l'équilibre matières, sur un très court terme. Certains clients comme la restauration commerciale acceptent sans soucis.

Conclusion : principaux leviers évoqués par les OP



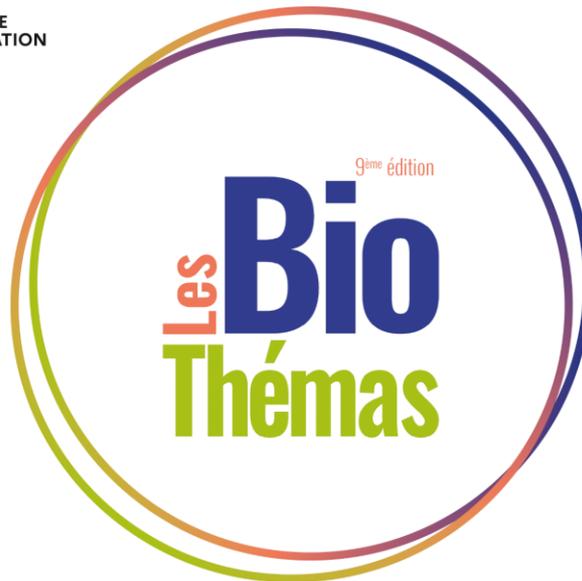
Chez tous les **abatteurs**, la complémentarité entre bassins a été évoquée, la moitié ont parlé du dessaisonnement, 4/6 de l'accompagnement technique des éleveurs (régularité et qualité), 2/6 de la congélation et 2/6 des grossistes comme levier d'ajustement face à la fluctuation de l'offre.

Les spécificités liées à l'Agriculture Biologique

- **Un marché de l'agneau Bio qui peine à se démarquer** des autres SIQO : autres labels, spé territoriale, géographique, gustative... Avis très divergents des opérateurs enquêtés – qui dépend de leur engagement/historique concernant les SIQO.
- **De trop faibles volumes offerts** qui empêchent une réelle structuration de la filière agneaux Bio (mais aussi pas mal de carcasses déclassées). Irrégularité le long de l'année.
- **L'absence d'hormones** qui complique le dessaisonnement / la saisonnalité particulièrement marquée en Bio.
- **L'irrégularité des agneaux** : poids, âge, conformation. Soulignée par abatteurs et quelques OP. En réalité pas plus de carcasses en O et P qu'en conventionnel mais peut-être marque beaucoup les abatteurs car petits volumes.
- Une **dépendance accrue aux facteurs météorologiques**.



Merci de votre attention



Cycle de conférences sur l'AB et ses pratiques

Les 6 et 7 octobre 2021

Au Sommet de l'Élevage et en webconférence

Un événement

