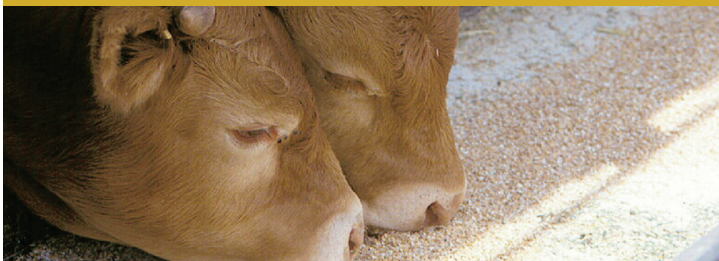


FranceAgriMer

> Les synthèses de FranceAgriMer

avril 2014 • numéro **3** GRANDES CULTURES ET ÉLEVAGE /



**ENJEUX ET STRATÉGIES
DES FABRICANTS
D'ALIMENTS POUR
ANIMAUX**

**La compétitivité du
maillon nutrition animale
vue par ses acteurs
et ses interlocuteurs**



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA ME

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex
Tél. : +33 1 73 30 30 00 / Fax : +33 1 73 30 30 30

www.franceagrimer.fr

Le contexte de l'étude

En réponse à une préoccupation des deux syndicats professionnels français des fabricants d'aliments pour animaux, Coop de France Nutrition Animale et le Syndicat National de l'Industrie de la Nutrition Animale (SNIA), dans un contexte économique difficile pour les filières animales, FranceAgriMer a réalisé une étude sur les stratégies mises en place par les fabricants d'aliments pour animaux, sur la compétitivité de ce maillon et son positionnement au sein des filières animales. La démarche d'étude s'est organisée autour des trois questions classiques de la réflexion stratégique : Quels sont les atouts et handicaps de ce secteur dans le contexte actuel ? Quelles sont les opportunités et menaces pour demain ? Quelles sont les perspectives stratégiques de ce maillon ?

L'étude a ainsi été conduite en deux temps :

- une enquête téléphonique auprès de directeurs d'usine d'aliments pour animaux pour recueillir leur perception et leur analyse du contexte actuel. L'entretien portait sur la pertinence des cahiers des charges, leur stratégie actuelle en termes d'investissement, de formulation, de relations avec leur environnement et leur vision sur l'avenir de leur métier et des filières animales.
- des entretiens complémentaires ont été réalisés auprès d'acteurs en relation avec ce maillon, en amont et en aval, pour recueillir leur perception et leurs attentes des fabricants d'aliments pour animaux.

Les deux volets ont été réalisés courant 2013. Lors de la première phase, 26 directeurs d'usines ont été interviewés ; lors de la seconde phase, ont été sollicités 19 interlocuteurs gravitant autour du maillon nutrition animale.

L'analyse développée dans cette synthèse est le résultat des 45 interviews réalisées. Ces éléments ne reflètent pas forcément toute la réalité mais le ressenti des fabricants d'aliments pour animaux et de leurs interlocuteurs à un moment donné. Seules les informations évoquées plusieurs fois ont été reprises. Ainsi, il se peut que certaines idées développées lors des entretiens n'apparaissent pas dans la synthèse.

Il s'agit d'une enquête associée à des entretiens qui visaient à recueillir l'avis des opérateurs de la nutrition animale et de leur environnement économique. Par choix, l'analyse a porté uniquement sur l'état des lieux et les enjeux vus par les acteurs du secteur. Les éventuelles recommandations exprimées sont issues de l'enquête et ne résultent pas de l'expertise propre des chargés d'études.

FranceAgriMer tient à remercier l'ensemble des opérateurs qui ont participé à l'enquête et qui ont accepté de livrer leurs analyses et leurs perceptions librement.



Volet 1 : la perception du contexte par les fabricants d'aliments pour animaux

26 directeurs d'usines ont été interviewés. **50 %** de privés, **50 %** de coopératives, ils sont répartis sur l'ensemble de la France métropolitaine. La fabrication d'aliments pour toutes les espèces terrestres est représentée.

Le maillon nutrition animale vu par ses acteurs

Un acteur à part entière des filières animales

Les fabricants d'aliments pour animaux se considèrent comme faisant partie intégrante des filières animales. Ils en sont un des premiers maillons et contribuent à leur performance. Le rôle qu'ils doivent jouer dans l'organisation des filières fait cependant débat au sein de la profession. Certains estiment que ce n'est pas leur rôle d'aider à la structuration de filière et souhaitent rester indépendants. D'autres souhaiteraient, au contraire, plus s'investir mais la mauvaise opinion qu'ont certains acteurs d'eux les retient. De manière générale, selon les fabricants d'aliments pour animaux, leur rôle est peu reconnu et valorisé au sein des filières animales. Ils ont parfois le sentiment qu'ils peuvent être considérés comme de « simples fournisseurs » ou comme des « profiteurs ».

Les relations avec les acteurs du monde animal

Néanmoins, en règle générale, les fabricants d'aliments pour animaux entretiennent de bonnes relations avec les éleveurs comme avec leurs fournisseurs. Au-delà des échanges et des missions de conseil auprès des éleveurs, certains fabricants d'aliments pour animaux peuvent faire des avances de trésorerie ou participer à des investissements. Dans le contexte actuel, ils affirment même être en première ligne pour aider les éleveurs bien que ce ne soit pas leur rôle. En aval, avec l'industrie, les relations sont variables et de manière générale plutôt faibles (à l'exception des filières intégrées ou sous signe de qualité). Les fabricants d'aliments pour animaux regrettent de ne pas avoir plus d'échanges. Ils reconnaissent qu'un

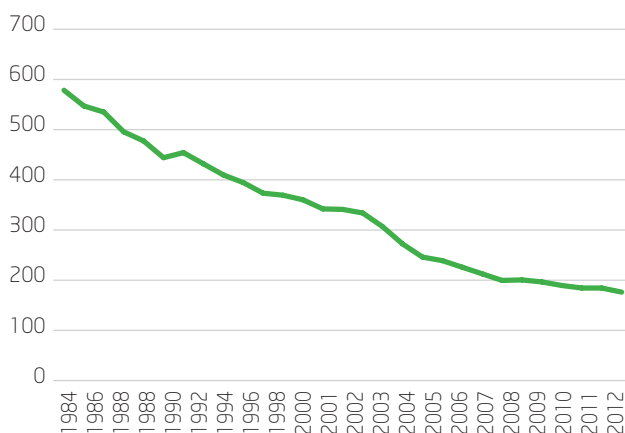
meilleur partage des informations et une meilleure connaissance des attentes de chacun améliorerait le fonctionnement de la filière dans son ensemble.

L'avenir du maillon nutrition animale

Les fabricants d'aliments pour animaux sont relativement pessimistes quant à leur avenir. Avec des marges de manœuvre réduites (faible rentabilité se traduisant notamment par des investissements limités) et le peu de visibilité à court terme, ils se sentent pris dans une éternelle course en avant : la diminution de leur coût de revient. Leur métier, bien qu'à maturité, subsistera toujours mais va connaître d'importantes modifications ces prochaines années. Pour eux, la restructuration déjà engagée au sein du secteur va s'accroître. Selon les opérateurs, au vu des difficultés actuelles, l'augmentation des volumes d'aliments produits sera un élément essentiel pour pouvoir subsister et la diminution du nombre d'acteurs est inévitable et souhaitable. Elle va s'accompagner d'une réduction du nombre d'usines, d'un redéploiement géographique des usines avec une augmentation du rayon de livraison dans certains cas et de plus de partenariats entre fabricants afin de maîtriser au mieux les coûts de production (exemple : partenariat pour les livraisons pour éviter aux camions de rouler à vide ; spécialisation des usines).

Une diminution régulière du nombre d'entreprises fabricant des aliments pour animaux...

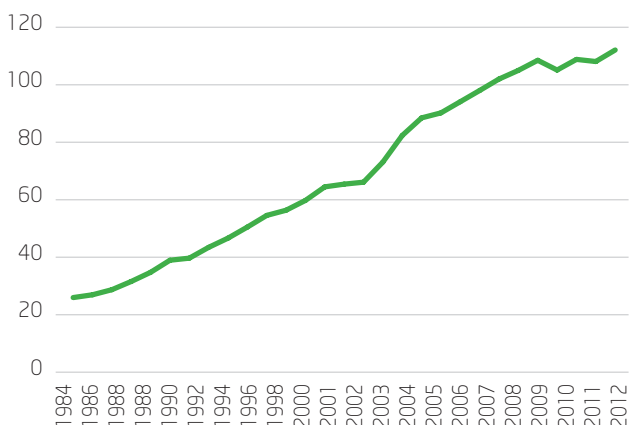
(nombre d'entreprises)



Source : FranceAgriMer d'après Coop de France Nutrition Animale et le SNIA

... mais une hausse continue de la taille moyenne des entreprises

(tonnage moyen par entreprise, en milliers de tonnes)



Source : FranceAgriMer d'après Coop de France Nutrition Animale et le SNIA

La compétitivité de l'élevage et de l'aval

Parallèlement, l'élevage va continuer à évoluer fortement : diminution du nombre d'éleveurs avec une augmentation de la taille des élevages, développement de nouvelles formes d'organisation de la production sur le modèle de l'Europe du Nord, développement de la fabrication à la ferme. Les fabricants d'aliments pour animaux vont devoir s'adapter et innover pour répondre aux nouvelles attentes.

Cependant, ils se considèrent plus épargnés car ils arrivent plus ou moins à répercuter les hausses des coûts. En revanche, pris en tenailles, les éleveurs et les acteurs des outils de transformation semblent subir une plus grande pression. Les difficultés de leur aval sont une menace pour les fabricants d'aliments pour animaux : leur existence dépend de la bonne santé de l'élevage et de l'aval. Pour eux, les vrais enjeux stratégiques se situent à leur aval et non pas à leur niveau. Même si des changements peuvent et doivent être réalisés à leur maillon, les efforts doivent être mis sur la compétitivité de l'élevage et de l'aval.

Les cahiers des charges

La production sous cahier des charges

Un cahier des charges définit précisément les caractéristiques du produit et les exigences de production tout au long de sa fabrication à respecter. Il peut imposer des exigences particulières quant à l'alimentation des animaux.

Dans cette étude, a été considérée comme production sous cahier des charges toute production sous :

- signes d'identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO),
- certification de Conformité Produit,
- démarches privées.

Le développement des cahiers des charges

Après les crises sanitaires des années 1990, les cahiers des charges se sont développés, d'une part, pour assurer une plus grande traçabilité des produits et, de ce fait, rassurer les consommateurs, et, d'autre part, pour différencier les produits. Par ailleurs, certains fabricants d'aliments pour animaux avancent l'idée que la baisse de la compétitivité de la France a entraîné la multiplication des cahiers des charges dans l'objectif de protéger le marché français de la concurrence étrangère.

Cette multiplication s'est accompagnée de nombreuses dérives. Pour les fabricants d'aliments pour animaux, il existe des vrais et des faux cahiers des charges :

- les vrais sont des démarches justifiées qui apportent une réelle valeur ajoutée aux éleveurs. Ils permettent notamment de maintenir des filières dans des zones fragiles.
- les faux sont des démarches « marketing », construites sans concertation avec les personnes compétentes. Dans ce cas, les surcoûts sont le plus souvent non compensés.

Les surcoûts

Les cahiers des charges entraînent d'importants surcoûts dont les sources sont :

- les cotisations aux organismes de gestion ou à l'administration qui gèrent ces cahiers des charges,



- l'organisation de la production : la gestion de petits volumes, le rinçage des circuits de fabrication des aliments, l'adaptation de la livraison (exemple : cellules dédiées, circuits de livraison spécifiques),
- les audits, analyses et contrôles qualité (internes comme externes),
- les matières premières et les contraintes liées à la formulation.

La question de la compensation du surcoût par une valorisation supérieure du produit animal est au cœur des problématiques actuelles des fabricants d'aliments pour animaux et des filières animales. Bien que le surcoût soit le plus souvent répercuté sur le prix de l'aliment, ce n'est pas forcément le cas sur le prix du produit final, ce qui est fortement pénalisant pour l'ensemble de la filière.

Le non OGM

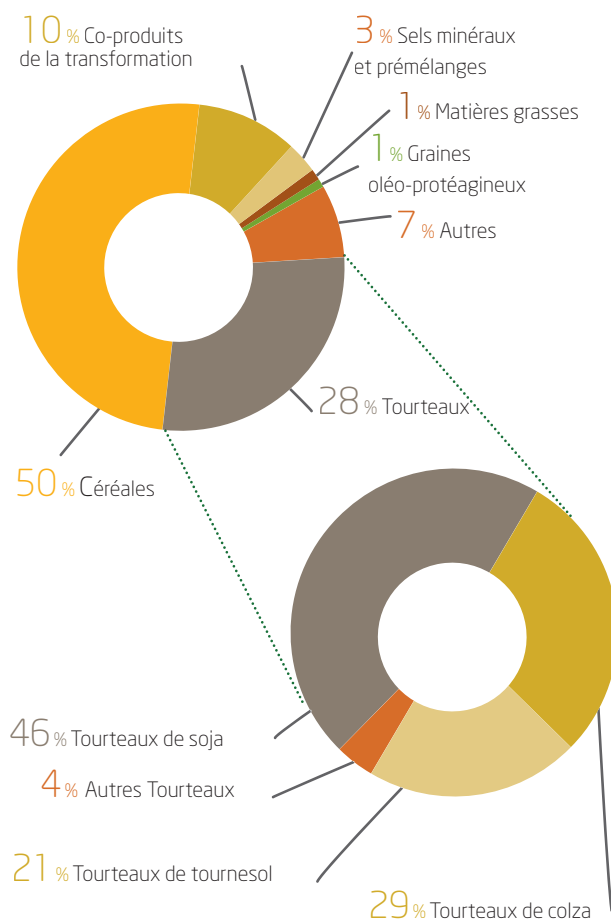
Un des principaux postes de surcoût reste la contrainte soja non OGM du fait d'un prix plus élevé et d'une gestion spécifique. De plus, garantir des lots absolument non OGM reste problématique : les risques de transferts entre lots sont élevés ; la fiabilité des analyses fait débat. Par ailleurs, la question de sa disponibilité future reste entière. Pour certains fabricants d'aliments pour animaux, les disponibilités dans les pays sources (Brésil essentiellement) semblent être de moins en moins assurées. Or, dans la plupart des cas, il n'est pas possible de se passer totalement du soja dans les formulations et la demande de matières premières non OGM est très fréquente au sein des cahiers des charges. Par ailleurs, d'autres pays européens ont abandonné cette contrainte du fait de son coût, rendant leurs produits plus compétitifs face aux productions françaises. Ainsi, l'utilisation du soja non OGM est un handicap pour de nombreux fabricants d'aliments pour animaux.

Enfin, la substitution totale du soja par d'autres protéines non OGM produites en France ne semble pas être réaliste pour la plupart des fabricants, notamment dans un contexte de réductions des aides aux utilisations industrielles des graines oléo-protéagineuses. Bien que le développement des biocarburants ait contribué à réduire la dépendance de la France aux importations, il est, pour l'instant, difficile et trop cher de produire en quantité suffisante des protéines végétales sous nos latitudes.

La gestion des cahiers des charges

La participation des fabricants d'aliments pour animaux à la création et à la gestion des cahiers des charges est très variable mais reste délicate dans tous les cas. Ils sont associés, dans la moitié des cas, à la gestion et toutes les situations sont possibles. Même dans les cas où ils sont associés, cela résulte d'un travail de confiance sur le long terme qui nécessite toujours de la vigilance de la part des fabricants. A l'opposé, d'autres peuvent également être mis devant le fait accompli, ce qui est préjudiciable pour la

Les principales matières premières incorporées dans l'alimentation animale



Source : FranceAgriMer d'après Coop de France Nutrition Animale et le SNIA

réussite du cahier des charges. Les fabricants aimeraient être plus intégrés aux démarches pour pouvoir échanger sur les contraintes et les besoins de tous les acteurs, expliquer les surcoûts pour que les détenteurs choisissent en connaissance de cause et évitent des erreurs.

L'opinion des fabricants d'aliments pour animaux

L'opinion des fabricants face aux cahiers des charges n'est pas tranchée. En règle générale, l'existence des cahiers des charges n'est pas contestée ; c'est leur multiplicité et la perte d'efficacité qui sont regrettées par de nombreux fabricants, mais pas par tous.

► Un tiers des répondants n'a pas d'opinion particulière : ils s'adaptent à la demande exprimée. Ce n'est pas à eux d'évaluer les conséquences mais à l'aval (ceux qui demandent) de réfléchir à leurs propres intérêts. Ils répondent simplement aux besoins des clients.

► Pour un autre tiers d'entre eux, les cahiers des charges restent avant tout un avantage. C'est une contrainte nécessaire pour maintenir l'élevage dans les zones où il n'y a pas de production de masse, où rien d'autre ne peut être fait (zone à faible densité d'élevage). Ils permettent de démarquer les produits finis, de rassurer et de fidéliser les consommateurs ainsi que d'apporter une plus-value aux éleveurs.

► Pour le dernier tiers, les cahiers des charges pourraient être un avantage mais sont à l'heure actuelle un inconvénient. Ils sont trop nombreux. Les dérives les décrédibilisent et les rendent illisibles. Les contraintes sont supérieures aux avantages. Les éleveurs ne récupèrent pas la plus-value et les fabricants ont du mal à faire passer les surcoûts. Par ailleurs, ils estiment ne plus pouvoir faire leur métier, à savoir l'optimisation des formules et de la logistique puisqu'ils sont obligés de respecter les contraintes même si elles ne sont pas optimales au point de vue économique et technique. Les surcoûts engendrés entraînent une perte de compétitivité par rapport à la concurrence européenne.

Les enjeux

- Faire évoluer les cahiers des charges pour mieux prendre en compte les attentes et les contraintes de chaque acteur et les surcoûts.
- Simplifier et créer un socle commun permettant de réduire le nombre de formules dans l'objectif de recréer du volume. Le maintien de cahiers des charges peut être pertinent s'ils sont justifiés mais ceux qui n'apportent aucune plus-value doivent être arrêtés. Par ailleurs, il faut les harmoniser : de nombreux cahiers des charges similaires ou proches devraient être regroupés.
- Mieux valoriser auprès des consommateurs la qualité induite des cahiers des charges.
- Développer les filières protéines françaises bien que la faisabilité fasse fortement débat.
- Arrêter les filières garanties « non OGM ». Néanmoins, l'acceptabilité de cette orientation par les consommateurs pose question.

Les enjeux des filières animales

L'harmonisation de la réglementation

Les fabricants ne demandent pas d'avoir moins de réglementation mais d'avoir une interprétation et une application de la réglementation harmonisées entre les acteurs et au niveau européen pour gommer les sources de distorsion de concurrence. Certains pays européens n'appliquent pas forcément la législation européenne. Ils estiment que la France a une réglementation plus stricte par rapport aux autres pays européens. Pour les fabricants, il est ainsi très difficile d'être compétitifs à tous les stades de la filière (nutrition animale, élevage, aval). La critique ne porte pas sur la réglementation de l'alimentation animale mais sur les sujets annexes : les transports (écotaxe, différences de législation entre transporteurs et fabricants), les coûts de l'énergie, les bâtiments, etc. Par ailleurs, des lourdeurs administratives ont été également citées.



De plus, la superposition des contrôles, notamment dans le cadre des cahiers des charges, est dénoncée car elle entraîne des coûts supplémentaires. Les fabricants d'aliments pour animaux reconnaissent l'importance des contrôles - et de la réglementation - pour assurer une traçabilité et une sécurité alimentaire mais il est possible de les optimiser, de les simplifier et d'en réduire leur nombre.

Les démarches qualité et sécurité des aliments pour animaux

Depuis le début des années 2000, les professionnels de la nutrition animale ont développé différents outils dans l'objectif d'améliorer la sécurité et la qualité des aliments pour animaux ainsi que leur traçabilité :

- des Guides de Bonnes Pratiques (Fabrication d'Aliments Composés, d'Aliments Minéraux et de Prémélanges) validés par les pouvoirs publics en tant que guides d'hygiène et d'application des principes HACCP.
- un système de contrôle annuel de l'application des guides dans les usines par tierce partie.
- un plan collectif d'autocontrôles des contaminants chimiques et biologiques.

Une association, Oqualim, a été créée afin de coordonner l'ensemble de ces démarches et d'en accroître la visibilité.

En 2013, environ **210** usines ont été certifiées Oqualim. **70** % des tonnages d'aliments composés conventionnels et plus de **90** % des tonnages d'aliments bio de prémélanges, d'aliments minéraux et d'aliments diététiques produits en France ont participé aux plans d'autocontrôles.

Les enjeux

- Harmoniser l'application des règles au niveau européen : « avoir le même dénominateur commun ».
- Mieux protéger les produits français (réglementation, étiquetage).
- Mettre en place une réglementation sur les transports et l'énergie souple et favorable aux filières animales.
- Faire accepter les pratiques par la société civile.
- Continuer la valorisation des Guides des Bonnes Pratiques et de la démarche Oqualim pour diminuer le nombre de contrôles.

La structuration de la filière

Mises à part les filières intégrées, chaque maillon d'une filière raisonne à son niveau sans vision globale et sans tenir compte des contraintes et besoins des autres acteurs. Pour les fabricants, la filière dans son ensemble pâtit de cette méconnaissance de l'intérêt commun.

Les enjeux

- Structurer chaque maillon :
 - préparer la concentration et construire des partenariats.
 - mieux échanger et se regrouper pour parler d'une seule voix.
- Structurer l'ensemble de la filière pour raisonner de manière globale :
 - faire circuler les informations pour mieux connaître les attentes de chacun.
 - reconnaître le rôle de chacun et valoriser chaque maillon.
- Réfléchir en termes de filière (coopération entre les maillons).
- Aider l'aval où il y a un fort besoin d'investissement.
- Développer une stratégie partagée et soutenue par tous.

L'amélioration de la compétitivité de l'aval pour reconquérir les marchés

La France a perdu de nombreuses parts de marché au profit de ses concurrents directs d'Europe du Nord. De nombreux produits sont désormais importés en France. Plusieurs raisons sont avancées : une organisation efficace de la production, un pragmatisme et une mise en place de plans d'actions pour renforcer la compétitivité des filières animales (exemple : Rapport Van Doorm aux Pays-Bas).

Selon les fabricants d'aliments pour animaux, ce manque de compétitivité a incité les acteurs à se focaliser sur les marchés de niche. Or, dans les faits, les marchés de niche ne représentent que 20 % des débouchés. Les marchés industriels, qui répondent à la consommation de masse, ont été oubliés ou sous-estimés. Les deux marchés coexistent : il ne faut pas vouloir les opposer ou les fusionner mais les aborder simultanément. Le développement des filières de qualité doit être complémentaire à la reconquête

des marchés standards ; cette dernière nécessite des investissements, une évolution de la réglementation et de l'opinion du grand public.

En parallèle, des opportunités s'ouvrent à l'exportation. La hausse du pouvoir d'achat des ménages dans les pays émergents entraîne une modification de leur alimentation, plus tournée vers les viandes. La France est en retard mais, en agissant vite, il est encore possible, selon les fabricants, de rentrer sur ces marchés. Pour y parvenir, il est primordial de réfléchir aux gammes françaises et à l'adéquation des gammes de produits aux marchés (français et étrangers). Plus globalement, la filière doit répondre à la question suivante : quel modèle de production veut-on développer pour quels débouchés ?

Une réflexion doit être alors impulsée par les politiques et les professionnels. Or, de nombreux fabricants d'aliments pour animaux ont souligné le manque de choix politiques ces dernières années. Il manque une vision soutenue et lisible : un environnement stable ne peut que renforcer la compétitivité des industries françaises. Il est nécessaire alors de faire un choix politique et de donner une orientation claire et durable comprise par les professionnels.

Les enjeux

- Introduire du pragmatisme, remettre en cause le modèle actuel et définir de nouveaux modes de pensée.
- Développer de nouveaux modèles de production et de valorisation :
 - innover (exemple : développer de nouveaux produits transformés).
 - créer de nouvelles opportunités de marché.
- Améliorer la compétitivité de l'élevage :
 - travailler sur la réglementation (besoin de se rapprocher des normes des leaders européens).
 - faire accepter les pratiques à la société civile.
 - investir.
- Moderniser les outils de l'aval.

Une meilleure répartition de la valeur ajoutée

Les hausses de prix des matières premières sont difficilement répercutées sur l'ensemble des maillons de la filière. Ainsi, même si les fabricants arrivent à « faire passer » certaines hausses de matières premières dans le prix de l'aliment, les éleveurs et les abattoirs n'arrivent pas à faire de même avec la distribution. Ils ont le sentiment que la grande distribution impose ses conditions. Il n'y a pas de contre-pouvoir, ce qui rend les relations déséquilibrées.

Par ailleurs, les consommateurs n'ont pas conscience de la réalité de l'agriculture. Ils ont dans leur tête une image dépassée, ce qui complique l'acceptabilité de certaines pratiques. De plus, ils semblent mal connaître ce que représentent les cahiers des charges, leurs contraintes n'étant pas assez mises en avant.

Enfin, les atouts français ne sont pas forcément bien valorisés. Les filières se sont focalisées sur les questions d'alimentation mais, selon les fabricants d'aliments pour animaux, les vraies questions sont ailleurs : les questions de traçabilité et de sécurité sont bien plus importantes. C'est une erreur de ne pas communiquer sur ces atouts réels.

Les enjeux

- Présenter les différents métiers existant au sein des filières animales.
- Expliquer les hausses des prix aux consommateurs et renforcer la transparence sur les coûts.
- Communiquer sur les atouts français : inciter les consommateurs à acheter français car cela permet de maintenir la valeur ajoutée et l'emploi en France.
- Mieux étiqueter les produits finis français pour les différencier des produits importés.
- Se structurer pour établir un meilleur rapport de force avec la grande distribution et réglementer plus leur activité.



Volet 2 : le regard extérieur sur le maillon nutrition animale

Des **19** interviews des acteurs gravitant autour du maillon nutrition animale, des négociants en matières premières à la grande distribution, **5** thématiques principales se dégagent. Elles sont assez proches de celles des fabricants d'aliments pour animaux.

Le maillon nutrition animale vu par ses interlocuteurs

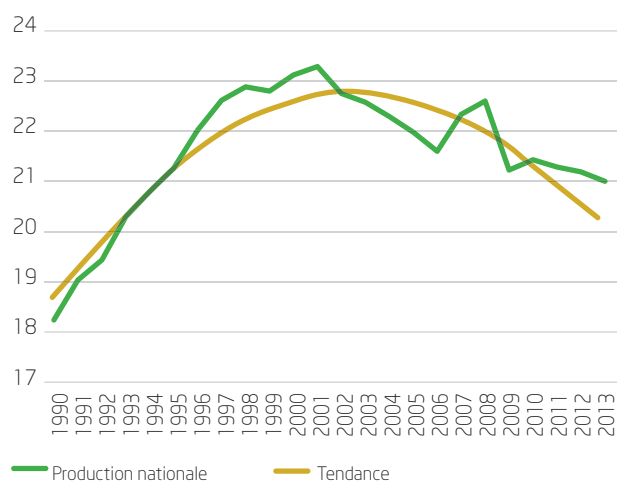
L'importance de la nutrition animale est largement reconnue pour les acteurs des filières animales. Elle a des conséquences sur le produit final et la santé de l'homme ainsi que, plus directement, sur les résultats techniques et économiques des élevages. Mais leur rôle n'est pas forcément assez reconnu et suffisamment mis en avant.

Le maillon nutrition animale bénéficie d'une image d'un secteur compétent et dynamique, sans réel problème de compétitivité. Les fabricants d'aliments pour animaux sont perçus comme maîtrisant leur métier (formulation, contrôle, qualité, traçabilité) mais n'ayant pas de fortes marges de manœuvre et subissant les fluctuations des marchés internationaux. Dans un contexte de concurrence accrue et de forte aversion au risque, il est devenu très complexe d'acheter des matières premières. La performance des fabricants d'aliments pour animaux n'est ainsi plus liée à leurs compétences en matière de formulation mais à leur gestion du risque. Enfin, il est admis que le niveau des investissements est faible ; ce qui pourrait peser sur les performances futures des usines et des groupes.

Le vrai enjeu se situe au niveau de la compétitivité de l'aval. Le manque de dynamisme des filières animales françaises, leurs difficultés financières et les problèmes d'acceptabilité des modes d'élevage pèsent sur le maillon nutrition animale. Il n'est plus tiré par le développement de l'élevage mais subit la décroissance des productions.

Une érosion de la production française d'aliments composés résultant des difficultés des filières animales

(en millions de tonnes)



Source : FranceAgriMer d'après Coop de France Nutrition Animale et le SNIA

Le métier de nutrition animale a fortement évolué. Les éleveurs sont de plus en plus informés et se transforment en « agro businessmen ». Les marges de manœuvre des fabricants sont de fait plus étroites, les obligeant à s'adapter. Ainsi, certains apportent désormais un service complémentaire à la vente d'aliments. Le rôle de conseil des fabricants se développe. Cette mutation est nécessaire pour capter sa clientèle, notamment face au développement de la fabrication à la ferme et à la restructuration qui s'exerce dans ce secteur.

Une certaine méfiance envers les fabricants existe du fait de certaines pratiques : pour certains, il y a un manque de transparence sur les prix, sur les rapprochements entre groupes ou encore un manque de rigueur dans le suivi de l'origine et de la qualité des matières premières, etc. De nombreux acteurs du secteur animal regrettent le peu de partenariat avec les fabricants et certains comportements opportunistes (vente à perte pour récupérer une clientèle, ce qui est analysé comme contre productif à terme pour le maillon). Tout de même, les fabricants semblent prendre conscience de l'importance de l'aval et de la prise en

compte de leurs besoins. Les fabricants sont de plus en plus impliqués dans les démarches locales, notamment dans le cadre des cahiers des charges.

Les enjeux

► Valoriser les différents rôles de la nutrition animale (notamment celui de valorisation de certaines matières premières), mettre en avant leurs pratiques et communiquer sur leur apport et la sécurité de la production.

► Développer la contractualisation bien que les acteurs des filières animales ne soient pas encore prêts de fait d'intérêts encore trop divergents. Cependant, les filières animales ont besoin de réfléchir en commun sur l'optimisation globale de leur filière notamment pour la maîtrise des coûts et pour ce qui concerne la répartition de la valeur ajoutée tout au long de la filière.

► Augmenter la transparence du maillon nutrition animale en expliquant la formation du prix auprès de leurs clients. Les relations entre maillons ne pourront qu'en être améliorées.

► Modifier le comportement des fabricants d'aliments pour animaux : penser plus à l'intérêt global, être moins opportunistes.

Les cahiers des charges

La perception des cahiers des charges est également très variable. La plupart des acteurs reconnaissent l'intérêt défensif des cahiers des charges. Dans un contexte concurrentiel fort, les cahiers des charges segmentent le marché et permettent de protéger les fabrications françaises des importations. Ils contribuent ainsi à maintenir les élevages en France. Les cahiers des charges sont également vus comme un gage de qualité (ce qui est primordial en cas de crise sanitaire), et comme une garantie de régularité du produit (facteur de fidélité). Ils apportent une image positive de la filière, qui profite à l'ensemble des produits même les standards.

Par ailleurs, la mise en place et la gestion des cahiers des charges participent, dans de nombreux cas, au rapprochement entre les acteurs d'une filière et contribuent à la structuration des filières. Les différents acteurs de la

filière sont obligés de se concerter et de s'adapter aux besoins et contraintes des autres pour la réussite de la démarche.

Cependant, de nombreuses dérives existent. Tout d'abord, la multiplication des cahiers des charges de ces dernières années a rendu illisible l'offre sur le marché pour certains acteurs. Certains craignent que les consommateurs se détournent de ces produits du fait d'une incompréhension de l'offre. De plus, des démarches apparaissent sans aucune concertation et sans réelle valeur ajoutée pour le produit final. Elles peuvent, de plus, être incohérentes avec celles déjà existantes. La méfiance des éleveurs et des fabricants d'aliments pour animaux envers les cahiers des charges s'en retrouve renforcée : il est de plus en plus difficile de leur faire accepter les inconvénients et les surcoûts inhérents, d'autant plus que la valorisation de ces contraintes dans le prix du produit final n'est pas réellement assurée la plupart du temps, selon la grande majorité des interlocuteurs.

Pour une partie des interviewés, le problème vient du fait que les cahiers des charges ne sont pas orientés vers le marché. Or, pour eux, toutes les contraintes des cahiers des charges devraient être valorisées auprès du client pour permettre de récupérer une plus-value supplémentaire ; sinon elles sont inutiles.

Par ailleurs, l'ensemble des acteurs partage l'opinion que le côté industriel de la production a été sacrifié par un côté moralisateur des pratiques actuelles. Or, les cahiers des charges ne peuvent pas répondre à l'ensemble de la demande domestique et extérieure. Il est nécessaire de dissocier les marchés internes (dont les marchés de niche) et étrangers pour reconquérir les marchés.

Enfin, pour la plupart des acteurs, les contraintes liées aux matières premières sont considérées comme peu bloquantes au final. La véritable question est celle du non OGM qui pose des problèmes d'approvisionnement, de surcoûts pesant négativement sur l'ensemble de la filière et des difficultés de contrôle et de traçabilité.



Les enjeux

- Rationaliser l'offre des cahiers des charges.
- Renforcer le dialogue entre les acteurs d'une même filière.
- Communiquer sur les contraintes pour capter la valeur ajoutée : les cahiers des charges comme gage de traçabilité, de sécurité et de régularité.
- Relancer la production industrielle pour répondre à la demande intérieure et extérieure.

Les principales problématiques des filières animales

La stratégie d'approvisionnement et la problématique des protéines

De nombreux acteurs critiquent les stratégies d'approvisionnement développées par les fabricants d'aliments pour animaux (couverture risque-prix). Bien que le niveau des connaissances de la gestion des risques semble assez bon au sein de ce maillon, de nombreuses interrogations subsistent quant à leurs bonnes utilisations. Les comportements opportunistes actuels des fabricants concernant l'approvisionnement en matières premières sont contre-productifs. Selon certains interviewés, il est nécessaire que les fabricants travaillent plus sur les marchés à terme, et moins sur les marchés spot. Pour eux, la rentabilité serait renforcée et le produit mieux tracé, de la production à la livraison.

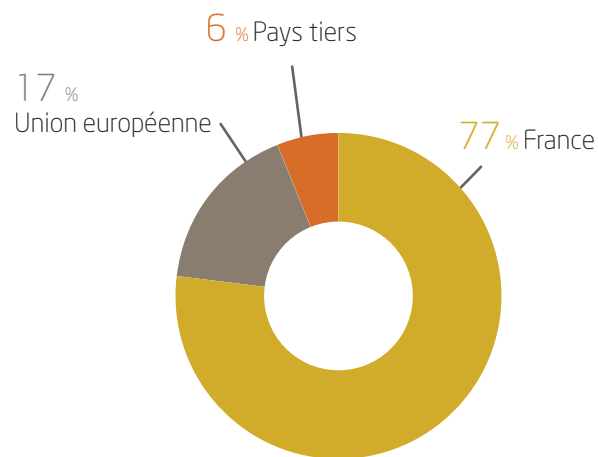
Concernant le problème de disponibilités du non OGM, il ne fait pas débat : pour les différents interlocuteurs, le risque de pénurie n'existe pas réellement mais certains soulignent que les comportements d'approvisionnement des acteurs doivent évoluer. Privilégier les marchés à terme contribuerait à pérenniser les filières d'approvisionnement de soja non OGM.

La dépendance de la France aux importations des matières premières est considérée comme une menace pour l'ensemble des acteurs. Le développement des filières protéines françaises pourrait être une solution pour la réduire. Des expérimentations existent déjà à des niveaux régionaux mais le prix est plus élevé : est-on prêt à payer

ce surcoût ? Une solution avancée est de communiquer sur l'origine des protéines auprès des consommateurs, ce qui permettrait une meilleure valorisation mais de nombreux doutes subsistent. Par ailleurs, il y a un risque que les pays actuellement exportateurs de matières premières décident de ne plus les exporter et de les utiliser directement pour produire de la viande qui serait par la suite exportée.

L'origine des matières premières incorporées dans les aliments composés pour animaux

Les matières premières incorporées dans l'alimentation animale sont à **77 %** d'origine française. La majorité des importations concerne le tourteau de soja du fait d'un fort déficit en protéine de l'Europe et de la France. Ainsi **40 à 50 %** de l'approvisionnement en protéines sont importés chaque année.



Source : Coop de France Nutrition Animale et le SNIA

De plus, de nombreux interviewés s'inquiètent du devenir des politiques relatives aux énergies renouvelables. Ces dernières impactent directement la nutrition animale qui utilisent de nombreux coproduits (tourteaux de colza, de tournesol, etc.). Cela a permis de réduire la dépendance de l'Europe aux importations de protéines. Pour eux, il est primordial de maintenir ces aides au risque de renforcer la dépendance aux importations et d'augmenter les coûts de production.

Enfin, pour certains acteurs, le non OGM n'est absolument pas remis en cause ; c'est même une contrainte obligatoire. Le consommateur y est favorable, ainsi les professionnels doivent y répondre afin de renvoyer un message positif et de donner une bonne image de la filière.

Les enjeux

- Renforcer le développement des protéines au niveau local (R&D, énergies renouvelables).
- Modifier les stratégies d'approvisionnement.
- Travailler sur les questions de sécurité et de traçabilité.
- Communiquer sur l'origine des approvisionnements.

Les relations avec les consommateurs et la communication

Le comportement à avoir face aux consommateurs n'est pas tranché. Deux courants se distinguent :

- pour certains acteurs, les consommateurs ne veulent pas savoir la réalité et on ne doit pas la leur expliquer. La communication doit se concentrer sur les produits issus de cahiers des charges, qui ont une forte image positive, ce qui bénéficie à toutes les productions. Casser l'image qu'a le consommateur de l'agriculture n'est pas la solution et serait au contraire dommageable.
- au contraire, pour d'autres, il est nécessaire de rendre plus transparentes les pratiques du monde agricole pour mieux faire connaître ce milieu. Il y a trop de non-dits, d'idées fausses. Il est nécessaire de valoriser les pratiques actuelles auprès des consommateurs pour les rassurer sur la qualité des produits et la sécurité sanitaire. Cela permettrait de faire évoluer les mentalités et de faire accepter certaines contraintes agricoles.

En revanche, ce qui est largement partagé, c'est la nécessité de valoriser les contraintes mises en place dans les cahiers des charges. Il ne sert à rien de se fixer une exigence sur laquelle il n'est pas possible de communiquer et donc d'être rémunéré.

Par ailleurs, tous s'accordent sur l'existence de relations déséquilibrées avec la grande distribution. Le fait de ne pas avancer ensemble renforce son pouvoir. Certains avancent la nécessité de légiférer pour encadrer ses pratiques et permettre une meilleure répartition de la valeur ajoutée tout au long de la chaîne.

Les enjeux

- Améliorer la communication sur les contraintes des cahiers des charges.
- Choisir la stratégie de communication à développer à l'égard des consommateurs.
- Rééquilibrer les relations avec la grande distribution.

La réglementation et la prise de décisions politiques

La perception de la réglementation de la part de ces acteurs est largement partagée et rejoint celle développée par les fabricants d'aliments pour animaux.

Une harmonisation de la réglementation au niveau européen est souhaitée. Les différences de législation entre l'Allemagne et la France (notamment pour la main-d'œuvre) expliquent en partie les différences de réussite économique entre ces deux pays.

Par ailleurs, l'interprétation et l'application de la réglementation en France sont ressenties comme étant trop restrictives, bloquant toute dynamique dans les filières animales. Or, l'élevage a besoin d'une forte dynamique pour se maintenir : ainsi les contraintes pesant sur l'élevage autant que les distorsions de concurrence doivent être réduites. Par ailleurs, certains avancent que trop de concessions sont faites à des groupes minoritaires, pénalisant la grande masse. Les besoins du plus grand nombre doivent être pris en compte pour relancer la filière : il faut être pragmatique.

Pour la plupart des interlocuteurs, il est grand temps d'agir. Le temps du constat est passé ; des décisions doivent être prises. Les filières animales françaises souffrent d'indécision et d'incohérence : les politiques comme les



professionnels doivent décider ce qu'ils veulent pour l'élevage français et mettre les moyens pour y arriver. Le cas du non OGM est le plus représentatif selon eux : soit on est pour le non OGM et par conséquent on l'interdit partout et on accepte de supporter les surcoûts, soit on est contre et on l'autorise dans tous les cas ; mais on ne peut plus l'interdire en France et autoriser les importations.

Les enjeux

- Harmoniser la législation européenne.
- Réduire les contraintes pesant sur l'élevage.
- Mettre en place un plan d'action pragmatique et cohérent, soutenu par les politiques et les professionnels.

La logistique

La logistique est un sujet de préoccupations pour certains interviewés, notamment la législation en matière de transport. Les frais logistiques sont en augmentation (exemple : écotaxes, augmentation du prix du pétrole). Par ailleurs, certaines implantations d'élevage ne sont pas vues comme optimales, entraînant des frais supplémentaires.

La logistique dans les ports français semble également interpeller certains acteurs. Le développement de l'offre dans les ports français a réduit les volumes déchargés par acteur mais avec des coûts fixes stables, entraînant ainsi une augmentation des coûts des matières premières. Les ports français souffrent aussi d'une faible attractivité par rapport à leurs concurrents du nord de l'Europe. Cependant, d'autres acteurs ne partagent pas ce sentiment.

Les enjeux

- Améliorer la gestion dans les ports français.
- Alléger la législation sur les transports.
- Optimiser la logistique : implantation usine, regroupement commande.
- Développer une politique d'installation tournée vers les outils industriels.

Conclusion

Dans un contexte économique de filières animales en difficulté, les fabricants d'aliments pour bétail et leurs interlocuteurs de la filière partagent largement les mêmes constats et préoccupations. Les enjeux se rejoignent autour de trois axes majeurs :

➤ les cahiers des charges et la question du non OGM

Les acteurs de filières animales sont partagés sur la question. Leur opinion varie principalement selon les filières dans lesquelles ils sont engagés. Les filières de proximité qui mettent en avant la valeur territoire, sont plutôt favorables à la non utilisation de matières premières contenant des OGM, au maintien des cahiers des charges pour se démarquer et tenter de valoriser les surcoûts qui en résultent. Les autres, fournisseurs d'aliments pour des filières standard, sont soucieux de maintenir le niveau de compétitivité prix de la filière, prise dans son ensemble, face à la concurrence européenne (Allemagne, Belgique, Espagne, Pays-Bas,...) voire mondiale (Argentine, Brésil, Thaïlande, Uruguay,...). Ils sont donc dans la logique de pouvoir bénéficier des matières premières aux meilleurs coûts, souhaitent pouvoir utiliser les grains et tourteaux issus de plantes OGM et bénéficier d'une réglementation harmonisée au niveau européen.

➤ le rôle dans la filière

Dans les filières de dimension régionale, le fabricant d'aliment apparaît comme un acteur à part entière, s'impliquant dans la structuration de la filière et assurant le lien avec les producteurs et les acteurs de l'aval... Dans les zones à forte densité, son activité est plus centrée sur la fabrication d'aliment au sens strict et la maîtrise du prix de revient des formules. Cependant, tous s'accordent sur la nécessité de renforcer le dialogue entre les différents acteurs pour une plus grande synergie de filière et pour développer de nouveaux modèles de production. Cela passe par une plus grande transparence et une valorisation des savoir-faire de chaque maillon.

➤ la communication vers le grand public

Comme pour une grande partie de l'agriculture française, le secteur de l'alimentation animale est en général très mal connu des consommateurs, avec souvent des idées fausses et une certaine incompréhension. Les cahiers des charges ne sont pas assez mis en avant et donc difficile à valoriser économiquement. Cependant tous les acteurs ne s'accordent pas sur la nécessité d'une plus grande communication sur les pratiques actuelles. Pour certains, renforcer la communication vers le grand public risque de renforcer leur méfiance envers l'agroalimentaire, ils prônent d'axer la communication d'abord sur les produits à forte image positive, issus de cahiers des charges reconnus.

