2018. Journées Recherche Porcine, 50, 269-270.

Exportations de porc par l'Allemagne et l'Espagne : les raisons du succès

Jan-Peter VAN FERNEIJ (1) et Bérengère LECUYER (2)

(1) IFIP-institut du porc, 34 boulevard de la Gare, 31500 Toulouse, France
(2) IFIP-institut du porc, la Motte au Vicomte, BP 35104, 35651 Le Rheu Cedex, France

berengere.lecuyer@ifip.asso.fr

Pork exports from Germany and Spain: reasons behind the success

To a large extent, the growth of pig production in Germany and Spain has been based on increased exports to the European Union (EU) and countries outside the EU. In both countries, exports to Asia have increased. Towards the EU, Spain's pork remained dynamics (fresh meat and processed products), unlike those of Germany, which have remained relatively stable. Procedures for obtaining food-safety agreements and certificates for countries outside the EU are complex, and small problems can hinder development of exports. In Spain, these procedures were reformed by Real Decreto 993/2014, which went into force in spring 2016. This reform had three objectives: increase efficiency, reinforce food-safety guarantees offered to countries outside the EU, and improve coordination between administrations. In Germany, professional federations deplores a lack of cooperation with the administration. The collective tools recently introduced in Spain are likely to reinforce the upward trend in Spanish exports but do not explain it. The increase in exports is first an investment and a desire of the pork industry. In Spain, companies have invested in exports for many years, focusing on quality and value-added products: many certifications, tailor-made supply adapted to demand, and branding of premium pigs. In Germany, companies instead rely on an industrial strategy: large volumes, highly standardized products, and consistent quality.

INTRODUCTION

La croissance de la production porcine en Allemagne et en Espagne a, dans une large mesure, pris appui sur l'augmentation des exportations vers l'Union Européenne (UE) et les pays tiers. En Allemagne, très déficitaire dans les années 90, la production porcine s'est fortement développée jusqu'en 2010. Le pays est excédentaire depuis 2007. L'Espagne est devenue exportateur net de viande de porc dès 1994. Après avoir subi la crise des années 2000, la filière porcine a largement misé sur les exportations pour relancer sa dynamique. L'objectif de cette étude est d'apporter des éclairages sur la réussite à l'export des filières porcines allemandes et espagnoles : volumes exportés ; démarches administratives ; organisation collective (soutien public et privé à l'export) ; choix stratégiques des entreprises (Lécuyer et Van Ferneij, 2017).

1. MATERIEL ET METHODES

Ce travail a été effectué sur la base d'analyses de données (notamment du commerce), d'une revue de la bibliographie et d'entretiens avec les parties prenantes (entreprises et organismes publics et privés) réalisés dans chacun des pays ou lors de salons internationaux (SIAL Paris, SIAL Shanghai en Chine, ANUGA en Allemagne).

2. HAUSSE DES EXPORTATIONS

Entre 2010 et 2016, les exportations de viande porcine (viande fraîche, produits transformés, lard et graisse) ont augmenté de 800 000 tonnes en Espagne et de 460 000 tonnes en Allemagne.

Tableau 1 – Export de viande porcine[1] et concentration de l'abattage-découpe, Allemagne et Espagne

	Export vers Asie 1000 tonnes 2010 → 2016	Export vers UE 1000 tonnes 2010 → 2016	Concentration abattage/découpe % top 3
Espagne	95 → 645	722 → 928	26%
Allemagne	210 → 905	1 347 → 1 377	55%

[1] *Viande fraîche, réfrigérée ou congelées, produits transformés et abats, lard, graisse*

Source : Ifip d'après eurostat

Dans les deux pays, les expéditions d'abats et de pièces vers l'Asie ont augmenté et le poids des pays asiatiques dans ces flux s'est renforcé, au détriment de l'UE (Tableau 1).

L'Espagne et l'Allemagne ont notamment réalisé des percées intéressantes sur les deux marchés asiatiques à forte valeur ajoutée pour les pièces, le Japon et la Corée du Sud, les volumes exportés sur ces deux destinations passant, entre 2010 et 2016, de 35 000 à 154 000 tonnes pour l'Allemagne et de 8 000 à 115 000 tonnes pour l'Espagne.

Vers les pays de l'UE, l'Espagne reste dynamique autant en viandes fraîches réfrigérées et congelées qu'en produits transformés contrairement à l'Allemagne, plutôt stable. En dehors de l'Italie dont les besoins en jambons sont très importants, les deux pays privilégient les échanges de viande fraîche avec leurs voisins frontaliers.

3. COORDINATION ET STANDARDS DE QUALITE

Vers les pays tiers, les entreprises européennes doivent se plier aux demandes du pays importateur en matière sanitaire.

L'administration du pays exportateur apporte une garantie au pays importateur que ses exigences sanitaires sont satisfaites par la délivrance d'un certificat sanitaire d'exportation signé par un vétérinaire qui accompagne les marchandises exportées. Au préalable, le marché devra être ouvert et l'établissement devra être agréé par les autorités sanitaires du pays importateur. Les procédures d'obtention des agréments et de délivrance des certificats sanitaires sont complexes et le moindre problème peut entraver le développement des exportations, bloquer les échanges ou un mouvement.

En Espagne, ces procédures ont été réformées par le Real Decreto 993/2014 appliqué depuis le printemps 2016. Cette réforme poursuivait trois objectifs : gagner en efficacité (dématérialisation via la plateforme Cexgan 2.0), renforcer les garanties sanitaires offertes aux pays tiers par la mise en place d'un système d'autocontrôle certifié (les entreprises espagnoles doivent justifier a priori qu'elles comprennent les exigences du pays tiers) et améliorer la coordination entre les administrations compétentes par la mise en place d'un Comité de Certification Vétérinaire pour l'Export. En Allemagne, les fédérations professionnelles déplorent un manque de coopération avec l'administration et dénoncent la lourdeur pour démarrer les procédures d'agréments. Les firmes exportatrices adoptent de plus en plus des normes ou standards de qualité privés (IFS, BRC, QS, ISO, etc.) parce qu'elles apportent un avantage concurrentiel ou parce qu'elles définissent les valeurs et la stratégie de la société. Les entreprises espagnoles ont plus largement recours à ce type de certifications que leurs homologues allemandes.

4. PROMOTION COLLECTIVE

En Espagne, la promotion collective de l'export est peu à peu passée d'une mutualisation verticale (toutes viandes et toutes espèces sauf la volaille au sein de l'OECE, Oficina de Exportación de la Carne de España) à une mutualisation horizontale (viandes et charcuteries de porc blanc ou ibérique au sein des interprofessions du porc blanc Interporc et du porc ibérique Asicii). En Allemagne, les actions du secteur de la viande (toutes espèces) sont mutualisées au sein d'une seule association German Meat. Pour faire connaître la qualité de la viande espagnole, les deux interprofessions (Interporc et Asicii) et les consortiums multiplient les références à l'univers de la gastronomie : partenariats avec chefs étoilés, rencontres avec des bloggeurs et journalistes gastronomiques, master class de cuisine et de découpe de jambon sec, dégustations et démonstrations culinaires, missions inverses (accueil de délégations étrangères en Espagne). L'interprofession s'appuie sur l'image du jambon sec et des charcuteries espagnoles pour promouvoir la qualité de la viande espagnole. Interporc et la fédération catalane de l'industrie de la viande (FECIC) organisent par ailleurs régulièrement des rencontres B2B entre les entreprises espagnoles et les importateurs, à l'étranger ou en Espagne. En Allemagne, peu d'actions visant à promouvoir la marque nationale sont conduites. German Meat dispose d'un stand sur les principaux salons internationaux mais l'objectif est surtout institutionnel et informatif. L'association organise également des rencontres B2B.

5. DES STRATEGIES RADICALEMENT DIFFERENTES

Les outils collectifs récemment mis en place en Espagne (réforme des procédures administratives pour les agréments et certificats sanitaires vers les pays tiers, plan d'internationalisation d'Interporc) sont susceptibles de renforcer la tendance à la hausse des exportations espagnoles mais ne l'expliquent pas. Il s'agit d'abord d'un investissement et d'une volonté des entreprises.

Malgré leur taille plus petite par rapport aux leaders européens qui pourrait être un handicap (coût d'entrée des marchés extérieurs), elles ont investi dans l'export depuis de nombreuses années en misant sur la qualité et la recherche de valeur ajoutée : nombreuses certifications (pays tiers et normes privées), offre sur mesure parfaitement adaptée à la demande (en termes de découpe, de présentation et d'emballage), bénéfice de l'image de marque des porcs premiums (ibérique, Duroc).

En Allemagne, les entreprises misent plutôt sur une stratégie industrielle avec de très gros volumes, des produits très standardisés et d'une qualité constante et régulière. Avec des moyens supplémentaires (taille, économie d'échelle), elles disposent d'un réseau important de bureaux commerciaux en Europe et dans les pays tiers pour certaines. Elles sont reconnues par les importateurs pour leur professionnalisme, pour tenir parole, respecter les contrats en volume et en délai, et toujours avoir des volumes disponibles pour répondre à la demande. Elles se déplacent moins souvent sur les salons internationaux que les entreprises espagnoles.

CONCLUSION

Cette analyse doit apporter des pistes de réflexion à la filière française qui est plus en retrait sur les marchés internationaux. Les efforts français ont plutôt concerné le marché intérieur (campagnes de promotion du porc français, baisse des importations de jambons frais). Contrairement à l'Allemagne et à l'Espagne, la France voit ses exportations diminuer (-60 000 tonnes entre 2010 et 2016) et n'arrive pas à percer sur des marchés à haute valeur ajoutée tels que le Japon et la Corée. Vers l'Union Européenne, le pays exporte des produits moins élaborés et souffre d'une moindre valorisation de ses pièces non désossées.

REFERENCE BIBLIOGRAPHIQUE

- Lecuyer B., Van Ferneij J.-P., 2017. Export de viande porcine en Allemagne et en Espagne, les raisons du succès. Etudes Economiques IFIP, 98 p.