



Compte Rendu d'Activité pour Interbev Equins en 2005

I. LA CONJONCTURE 2005¹ ET LA STRUCTURATION DE LA SECTION

Pour la première fois en 2005, la diminution de consommation de viande chevaline s'inscrit en comparaison avec celle d'autres viandes, avec une diminution de - 3,4%. Elle reste la viande connaissant le plus fort recul, devant le porc (- 2,6%).

L'export en vif a diminué de 13%, alors que ce secteur reste le premier débouché de la production française de poulains de trait. Ces derniers continuent néanmoins à représenter un cheval sur quatre en France. De la même manière, l'importation de chevaux vivants a diminué de 21%. L'Office de l'Élevage impute ces chiffres au durcissement de la réglementation portant sur le transport d'animaux vivants.

En revanche, le statut de plaque tournante en viande chevaline que représente la France s'est affirmé, avec une augmentation des importations et des exportations en viande de 6,1% et de 24% en 2005 par rapport à 2004. Les Etats Unis se placent désormais très largement en première place, avec une progression de 50% cette année.

L'abattage, qui avait connu une diminution de 15,8% en 2004, a eu une diminution plus raisonnable de 8,8% (en tête) ; cette chute reste néanmoins 2,5 fois plus important que chez le gros bovin. Cette année encore une fois, le ratio d'un équin abattu pour deux équarris s'est maintenu.

Enfin, le prix à la production a rattrapé ces chiffres négatifs, avec une progression de 7,3% pour atteindre 2,33 €/Kg en poulain lourd de qualité bonne.

Dans ce contexte, l'année 2005 a été la première année entièrement suivie par un salarié, cofinancé par la Fédération Nationale du Cheval.

II. LE SUIVI DES ACCORDS INTERPROFESSIONNELS ET LES FINANCEMENTS EXTERIEURS

Malgré ce contexte morose, la baisse des cotisations perçues en 2005 a été limitée à 4,5% (atteignant 216.804,20€, dont 10.700,00€ d'indemnisation du taux de cotisation). En effet, les cotisations entrent en moyenne plus facilement en 2005 que précédemment : le flux financier réel (import viande - reversement export viande) pour Interbev Equins représentait, en 2003, 32,4% de ce qu'il serait en théorie, contre 53,8% en 2004 et 60,8% en 2005.

¹ Chiffres Office de l'Élevage 2006 et Haras Nationaux 2006

Pour la première fois, les cotisations correspondant aux abattages passent sous la barre de celle correspondant aux importations (45,0% contre 46,3%). A 8,7%, la part de la cotisation de l'export en vif n'a jamais été aussi élevée.

Notons cependant qu'avec l'acquisition d'une subvention de 120.000,00€ obtenue du fonds EPERON, les recettes globales (hors produits financiers) ont connu une progression de 47,5% (336.804,20€ en 2005 contre 226.959,75€ en 2004).

III. LA COMMUNICATION

Après la première campagne de promotion (en 2004) qui correspondait à une simple prise de parole de la profession, la seconde année de campagne (2005) a été l'occasion de tenter une interaction avec le consommateur autour d'un jeu promotionnel, basé sur le même visuel que l'an passé.

Effectué par l'agence Comaral, la campagne a été présente sur 1.500 GMS et 800 boucheries chevalines, du 28 septembre 2005 au 30 novembre 2005 (2 mois), pour un coût de près de 165.000€. Elle se présentait de la manière suivante :

- **En boucherie :**

La campagne se présentait sous la forme de matériel de PLV (affiche extérieure et PLV de comptoir), de PLV pérenne (ramasse-monnaie) et de lots de 500 cartes à gratter par boucherie avec, comme gain de premier niveau, 10 dîners gastronomiques pour 6 convives à domicile pour l'ensemble du circuit, et, comme gain de second niveau, 8 coffrets de fourchettes collector par boucherie. Les quantités éditées n'ont pas pu satisfaire l'ensemble des demandes (plus de 1.000 commandes).



- **En GMS :**

La campagne se présentait sous la forme de stop-rayons, et de lots de 500 stickers d'UVC par magasins, présentant les modalités du jeu (numéro de téléphone de type 0892... avec instants gagnants) ayant pour gain 10 dîners gastronomiques pour 6 convives à domicile et 1.000 coffrets de fourchettes collector pour l'ensemble du circuit.

L'ensemble des 1.500 kits GMS a été utilisé. Un total de 11.614 appels a été reçu, soit près de 200 appels reçus par jour pendant la durée de la campagne.

Devant l'excellent accueil de la campagne par les professionnels, il a été décidé de relancer une nouvelle campagne du même type à l'automne 2006, mais en osant une affirmation plus percutante de notre communication.

IV. LES DOSSIERS INTERPROFESSIONNELS

A. L'AUDIT DE LA FILIERE FRANCAISE ET DE LA FILIERE ITALIENNE

L'audit de la filière, en partenariat avec la Fédération Nationale du Cheval et commencé dès septembre 2004, a été finalisé le 25 février 2005. Elle s'est poursuivie, par un éclairage plus spécifique sur la région Rhône-Alpes qui devrait voir le jour en février 2006. L'intégralité des informations est disponible sur le site de la FNC (www.fnc.fnsea.fr).

De plus, une étude a été faite sur la région-cliente des poulains de trait français, qui est aussi la région la plus consommatrice de viande chevaline en Europe : les Pouilles (Sud de l'Italie). Neuf représentants de l'interprofession se sont rendus sur le terrain du 26 au 29 mai 2005 ; les résultats de l'audit sont en ligne sur le site précédent.

B. L'AMELIORATION DE LA PRESENCE DU PRODUIT VIANDE CHEVALINE AUPRES DU GRAND PUBLIC

Le CIV entreprend depuis 2002 la mise en conformité de l'ensemble de ses documents au secteur équin. Dans ce sens, 2005 a principalement vu la création de documents informant sur les morceaux de la viande chevaline (sous la forme de marque-pages, quadrifils et posters).

En partenariat avec l'interprofession, trois lieux de dégustation ont été largement couverts (SIA 2005, foire agricole de Bordeaux, Terre Attitude 2005), et de nombreux autres (*Fooding* de Paris, Sommet de l'Elevage,...) via les comités régionaux. Plus de 40.000 tracts ont ainsi été distribués.



La mise en ligne de l'ensemble des points de vente (grossistes et boucheries) s'est effectuée pour l'instant sur le site pro-RHD du CIV. En 2006 cette présence se concrétisera a priori sur un site dédié viande chevaline.

C. L'AMELIORATION DE LA PRESENCE DU PRODUIT VIANDE CHEVALINE PAR LA CONQUETE DE NOUVEAUX MARCHES

- **Restauration hors-domicile**

Un seul restaurant propose de la viande chevaline en région parisienne, alors que 9,4% du bœuf consommé en France (et jusqu'à 10,8% des produits tripiers) l'est dans le secteur de la restauration hors-domicile. Les professionnels pensant à tort que proposer de la viande chevaline en RHD est interdit, un publi-reportage a été mis en place, avec le soutien du CIV et l'aval de la DGAI, qui devrait être diffusé à 60.000 exemplaires dans la presse spécialisée début 2006.



- **Boucherie conventionnelle**

Un rapprochement initié en 2005 avec la boucherie conventionnelle devrait permettre de concrétiser en 2006 la prise de conscience des bouchers conventionnels sur la possibilité de servir de la viande chevaline. A l'heure actuelle, seuls 3,7% d'entre eux en proposent.

D. LA MOBILISATION DE LA RECHERCHE SUR LE SECTEUR EQUIN

La commission cheval de l'INRA ne travaille plus sur le sujet de la viande chevaline depuis 1985. Une demande a donc été faite par l'interprofession, à savoir :

- Production française : actualisation des recherches sur la conduite d'engraissement de poulains, tout spécialement sur les volets alimentation, économie et sanitaire. Une des pistes à travailler dans cette recherche est celle de croisement Quarter Horse / Jument de trait pour concurrencer la viande rouge sur le marché français : la production de poulain de ce type serait-elle économiquement justifiée ? Et à plus large échelle : comment obtenir de la viande rouge dès un âge précoce ?
- Valorisation du produit français à l'étranger : expérimentation sur la faisabilité de production de viande persillée telle que demandée par le marché japonais (*Basashi*).