

Les grands défis des industriels

Points clés

► Le SNIV-SNCP dénonce la dégradation des marges des industriels.

► Le syndicat demande des gages sur la clause de renégociation des prix.

Le 7 octobre, le SNIV-SNCP, principal syndicat des industriels des viandes de boucherie*, tenait son assemblée générale. Zoom sur quatre thèmes marquants des débats.

1. La rentabilité

Président du n° 1 français de la viande et du SNIV-SNCP, Jean-Paul Bigard a une nouvelle fois pointé « une insuffisance de marges et de résultats dans une industrie prise en étau entre, d'un côté, des éleveurs qui veulent, à juste titre, obtenir la meilleure valorisation de leur production et de l'autre des saisonniers (industriels charcutiers, N.D.L.R.) qui arbitrent sur le prix le plus bas du marché européen et des distributeurs engagés dans une guerre dévastatrice au prix toujours à la baisse ».

Pour Jean-Paul Bigard, il en résulte que les entreprises d'abattage-découpe sont de moins en moins compétitives alors même que les indus-



Les industriels de la viande dénoncent le poids jugé excessif des promos et la guerre des prix.

triels allemands, notamment en porc, continuent d'avoir recours « massivement à de la main-d'œuvre détachée à bas coût ».

2. La grande distribution

À nouveau, Jean-Paul Bigard a fustigé la stratégie des GMS : « Le prix reste malheureusement le critère n° 1 pour les achats dès lors qu'ils sont centralisés et transitent par des plateformes aussi rigides que coûteuses. Dans le discours, il est bien question parfois d'un retour aux sources vers du « traditionnel » (rayons boucherie trad, N.D.L.R.) mais où sont les professionnels en

capacité d'assumer cette tâche ? » S'agissant des décrets devant préciser dans la loi Hamon sur la consommation les contours de la clause de renégociation des prix d'achat de la viande, le SNIV-SNCP demande des garanties : « Nous voulons des indicateurs de renégociation communs à la profession et non imposés par les distributeurs », a martelé Paul Rouche, directeur délégué du syndicat. Le poids des promos reste aussi dans le viseur des industriels : « 50 % des volumes de viande de porc sont vendus en promo », affirme Paul Rouche.

3. Les consommateurs

Fabienne Gomant, de l'Ifop, a rappelé les points saillants d'une enquête réalisée pour le SNIV-SNCP sur les principaux critères d'achat de la viande fraîche en GMS (relire notre article dans le numéro de juillet-août) : « Pour les personnes interrogées, c'est davantage le rap-

port qualité/prix qui importe que le prix le plus bas. »

S'agissant de la baisse de la consommation, Fabienne Gomant a rappelé qu'il existe « un cœur de cible d'amateurs de viande que les industriels doivent s'efforcer de conserver ». Elle a aussi pointé l'engouement pour la viande présentée sous des formes nouvelles, citant par exemple le succès des burgers. Outre l'innovation, Fabienne Gomant a relevé d'autres points d'appui : la qualité, l'origine et la production locale.

4. Le bien-être animal

Conscient des préoccupations croissantes des Français pour le bien-être animal, le SNIV-SNCP a rendu compte de ses travaux. « Nous avons mis au point trois guides de bonnes pratiques en bovins, ovins et en porc et nous avons formé plus de 3 000 opérateurs tout au long de la filière et pour chaque espèce, c'est considérable », a exposé Nathalie Veauclin, responsable du pôle technique et scientifique du SNIV-SNCP. Avec pertinence, le chroniqueur radio-télé Jérôme Bonaldi, animateur de la journée, a pointé l'étape suivante : « Le savoir-faire c'est bien mais il faut maintenant le faire savoir aux consommateurs. Quand on parle des abattoirs à la télé, on pense souvent aux maltraitements. » L'image de l'industrie de la viande auprès des médias reste à construire... ■

F. Carlier-Lossouarn



Jean-Paul Bigard, président du SNIV-SNCP

« La grande distribution est embarquée dans une guerre des prix suicidaire. »

* Les adhérents du SNIV-SNCP (dont Bigard-Charal-Socopa, Elvia, Cooperl et Kermené) pèsent 80 % des abattages français d'animaux de boucherie pour un chiffre d'affaires cumulé de 11 milliards d'euros en 2013.