

N° 3 / Cologne, juillet 2015

Anuga Meat - le plus grand salon mondial de la viande et des produits carnés

La production et la consommation de viande continuent d'augmenter à l'échelle mondiale

Initiatives pour le bien-être animal et la protection des consommateurs : des labels internationaux sont des signes d'identification de l'origine et de la qualité

Anuga Meat réunit une fois de plus à Cologne tous les grands noms de la filière internationale de la viande. Quelque 850 entreprises exposantes d'une cinquantaine de pays présentent à Cologne, du 10 au 14 octobre 2015, leurs produits. Plateforme internationale de l'information et des commandes la plus performante sur le plan international pour la filière viande, charcuterie, gibier et volailles, Anuga Meat se déploie sur une surface brute d'environ 55 000 m². Le salon n'a pas son pareil à l'échelle mondiale. Il compte comme participants des leaders du marché de même que de petites et moyennes entreprises qui donnent une vue d'ensemble de la production de viande aux différents stades : de la viande non transformée aux jambons et à la charcuterie fine en passant par les préparations carnées et les produits convenience, sans oublier les spécialités régionales.

Anuga Meat occupe les halls 5, 6 et 9 du parc des expositions de Cologne. Les segments charcuterie (halls 5.2 et 6), viande rouge (halls 6 et 9) et volaille (hall 9) garantissent une parfaite orientation des acheteurs professionnels. Parmi les entreprises exposantes figurent 2 Sisters Storteboom, ABP Group, AJC International, Amadori, Bell, Beretta, Borgmeier, Campofrio, Citterio, Danish Crown, Inalca, JBS, LDC, MHP, Nippon Ham Foods, Plukon Poultry, Rügenwalder Mühle, Smithfield, Tönnies, Tyson Foods, Vion, Westfleisch, Wiesenhof et Wiltmann. De grandes participations collectives viennent d'Argentine, d'Australie, de Belgique, du Brésil, d'Allemagne, de France, d'Italie, du Canada, d'Autriche, d'Espagne, d'Afrique du Sud, de Turquie et des Etats-Unis.

La production et la consommation de viande continuent d'augmenter à l'échelle mondiale

En raison de l'accroissement de la population et du développement économique de nombreux pays, l'OCDE et la FAO prévoient une nouvelle augmentation de la



Anuga
10.10.–14.10.2015
www.anuga.com

Your contact:
Christine Hackmann
Tel.
+49 221 821-2288
Fax
+49 221 821-3544
E-mail
c.hackmann@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
P.O. Box 21 07 60
50532 Köln
Germany
Tel. +49 221 821-0
Fax +49 221 821-2574
info@koelnmesse.de
www.koelnmesse.de

Executive Board:
Gerald Böse
(President and Chief Executive Officer)
Katharina C. Hamma
Herbert Marner

Chairman of the Supervisory Board:
Mayor of the City of Cologne
Jürgen Roters

Headquarters and place of jurisdiction:
Cologne
District Court Cologne, HRB 952

consommation mondiale de viande dans les années à venir. De façon concrète, la production mondiale de viande devrait passer de 297 millions de tonnes en 2011 à 350 millions de tonnes d'ici 2021. De l'ordre de 2,2 pour cent par an, la croissance de la production de chair de volaille devrait être plus prononcée que celle de la viande de bœuf (+ 1,8 pour cent) et de porc (+ 1,4 pour cent). La proportion de chair de volaille dans la production mondiale de viande augmentera et passera ainsi à 37 pour cent. Pour ce qui est de la viande de porc, sa part de marché devrait être également de 37 pour cent. C'est seulement au milieu des années 90 que la production mondiale de viande a franchi la barre des 200 millions de tonnes. Elle a donc été multipliée par quatre durant les 50 dernières années.

La production de viande à l'échelon européen s'est développée de manière positive et, selon les estimations de la Commission européenne, elle continuera de s'accroître en 2015 et 2016. Pour l'année en cours, elle devrait être de 45,1 millions de tonnes dans l'UE, en augmentation de 1,3 pour cent par rapport à 2014.

L'embargo alimentaire russe contre les pays occidentaux impacte les échanges de viande et de produits carnés, pénalisant fortement les exportateurs allemands et européens. Mais les exportations à destination de l'Asie ont pratiquement permis de compenser la fermeture du débouché russe.

La filière allemande de la viande exporte à un haut niveau

L'accès à de nouveaux marchés d'exportation dont dépend la commercialisation de ses produits a une importance vitale pour la filière allemande de la viande. Voilà pourquoi les entreprises allemandes coopèrent avec succès depuis six ans avec German Meat, l'organisation collective de promotion des exportations de la filière viande. German Meat organise une participation collective d'entreprises à Anuga 2015.

En 2014, la filière allemande de la viande a de nouveau exporté à un très haut niveau, soit plus de 4,2 millions de tonnes, ce qui correspond à une croissance de 3,7 pour cent. Par contre, en raison d'une baisse du prix de la matière première, les recettes à l'exportation ont diminué de près de 2 pour cent, passant à environ 9,6 milliards d'euros. Les pays de l'UE sont les principaux acquéreurs de viande et de produits carnés allemands : 80 à 90 pour cent des quantités exportées leur sont destinés.

L'année dernière, la viande et la charcuterie représentaient 12,8 pour cent du volume total des exportations allemandes. L'industrie allemande de la viande a ainsi de nouveau augmenté sa part du volume global des exportations (année précédente : 12,3 pour cent).

Par contre, les importations stagnent. L'année passée, les importations de viande bovine fraîche et surgelée par exemple étaient de 296 000 tonnes, en recul de 3,4 pour cent par rapport à 2013. Les Pays-Bas, la Pologne et l'Autriche sont les principaux pays fournisseurs. Une part importante des livraisons de viande bovine en provenance des Pays-Bas peut être constituée de marchandises originaires notamment d'Amérique du Sud ainsi que des Etats-Unis, entrant dans l'UE par le port de Rotterdam.

Les exportations sont un pilier essentiel des activités du groupe Tönnies implanté en Westphalie orientale. Plus de la moitié de la production annuelle du numéro un allemand de l'abattage de porcs est destinée à l'exportation. Le groupe gère des bureaux à l'étranger, par exemple en Belgique, en France, en Italie, en Espagne, en Grande-Bretagne, en Suède et au Danemark. En Europe de l'Est, Tönnies est représenté par des sites de distribution en Pologne, en République tchèque, en Hongrie, en Roumanie, en Russie et en Ukraine. Pour ses livraisons de viande de porc, Tönnies a également obtenu en dernier lieu l'agrément de l'important marché américain.

Consommation en Allemagne

Malgré un léger recul de 0,3 kg, la viande de porc dont la consommation, selon les statistiques, est de 38,2 kg par personne, est la préférée des Allemands. Les différences de prix entre les catégories de viande ont aussi une incidence nettement favorable à la volaille qui est meilleur marché. De l'ordre de 11,5 kg par personne, sa consommation est restée constante. La consommation de viande bovine a légèrement reculé, se repliant à 8,9 kg. Celle d'agneau et de chèvre représente 0,5 kg, celle d'autres catégories de viande (notamment gibier et abats), 1,2 kg.

Des producteurs traditionnels de charcuterie qui sont des entreprises familiales comme Rügenwalder Mühle font preuve d'une infatigable capacité d'innovation. C'est ainsi que des produits végétariens ont permis à cette entreprise de préserver son chiffre d'affaires malgré la consommation en berne de charcuterie sur le marché allemand. [Mis sur le marché en décembre 2014](#), les produits sans viande enregistrent actuellement une progression de 15 pour cent, a fait savoir l'entreprise.

Initiatives pour le bien-être animal et la protection des consommateurs dans toute l'Europe

L'économie est à l'origine de l'initiative pour le bien-être animal « Initiative Tierwohl », mise en place il y a quelques mois. Cette initiative sans pareille vise l'application, en Allemagne, de meilleures conditions d'élevage que celles définies par la loi pour une grande partie des porcs. D'emblée, plus de 2 000 exploitations agricoles totalisant plus

de 12 millions de porcs y ont adhéré. La compensation financière pour le surcroît de travail provient d'un important fonds constitué par de grandes enseignes de la distribution. Le système, qui est le résultat d'un processus long et complexe, a été élaboré avec le concours de la filière viande et la participation d'abattoirs.

Pour Helfried Giesen, porte-parole du directoire de Westfleisch eG, l'initiative de la branche est « le plus grand programme d'encouragement de ces 20 dernières années en matière d'élevage. » D'importants moyens financiers ont été mobilisés pour donner lieu à des investissements en faveur de la protection animale dans les élevages. Le commerce, lui aussi, se voit dans l'obligation de veiller à un plus grand respect du bien-être animal tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Un guide présenté par Aldi Süd doit servir de cadre dans lequel s'inscrit l'action aussi bien des collaborateurs que des partenaires commerciaux. L'entreprise ou des prestataires de services contrôlent l'application déjà effective de quatre points. Le discounter veut ainsi répondre à l'accusation selon laquelle il pratiquerait des prix bas au détriment du bien-être animal.

La filière viande de Nouvelle-Zélande, quant à elle, insiste sur l'identification de l'origine et de la qualité. Entre-temps, l'agneau néo-zélandais impose des normes mondiales en matière de sécurité alimentaire.

Dès les années 60, le « Label Rouge » français est devenu le signe officiel qui garantit le respect d'un cahier des charges, pour une production de volailles de qualité supérieure. Outre un maximum de sécurité pour le consommateur, les producteurs français garantissent l'élevage en liberté de races à croissance lente pour un abattage à 81 jours minimum.

Le VLAM, Flanders' Agricultural Marketing Board, veille depuis longtemps à la qualité de la production porcine belge et coopère étroitement à cet effet avec le système d'assurance qualité allemand QS. Début 2014, les Belges ont initié un projet avec Belpork, gestionnaire d'un système de qualité, pour limiter l'utilisation d'antibiotiques dans les élevages de porcs.

La visite d'Anuga qui se tient du samedi 10 au mercredi 14 octobre 2015 est réservée aux professionnels représentant le commerce et la restauration. Le salon les accueille tous les jours de 10.00 à 18.00 heures.

Remarque à l'attention des rédactions :

Des photos de Anuga sont disponibles sur la base iconographique de Koelnmesse, site www.anuga.com, rubrique « Press »

Complément d'information : www.anuga.com/pressinformation

Page

5/5

En cas de reproduction, merci de nous adresser un justificatif.