



Comment expliquer les écarts de prix entre la France et l'Allemagne?

Au cours de la dernière décennie, le marché allemand du porc s'est montré plus rémunérateur pour les producteurs, avec un prix plus faible pour le consommateur. Ces écarts s'expliquent par de multiples facteurs, parmi lesquels une demande intérieure soutenue, une concurrence intense entre les distributeurs, et la « simplicité » des relations entre fournisseurs et distributeurs.

Marqué par une évolution très parallèle entre les deux pays, le prix du porc a été supérieur de 7 cts € par kg de carcasse en Allemagne en moyenne de 2005 à 2010 (Figure 1).

L'observation des deux marchés de gros montre des pièces aux prix supérieurs en Allemagne, mais les niveaux d'élaboration et de présentation ne sont pas homogènes entre les pays. Au stade industriel (sortie usine), les prix des produits de porc évoluent depuis 2003 de manière relativement similaire en France et en Allemagne. Les charcuteries semblent moins chères en Allemagne, mais la forte diversité de cette famille de produits (cuits, secs...) rend les comparaisons difficiles.

Porc frais et charcuterie plus chers en France

Au détail, les prix du porc frais et de la charcuterie sont supérieurs en France, selon les données de panel (Tableau 1). La tendance vaut pour l'ensemble des catégories de produits, à quelques exceptions près comme les saucisses à pâte fine (type Francfort ou Strasbourg), dont le prix est inférieur en France. Entre 2003 et 2010, les produits de porc au détail sont en moyenne annuelle environ 30 % plus chers en France qu'en Allemagne. Par ailleurs, les principaux produits de porc frais français connaissent des évolutions mensuelles beaucoup plus fortes qu'outre Rhin, sous l'effet de promotions plus intenses. Les prix de détail des produits carnés dans leur ensemble ont connu cette dernière décennie une hausse plus forte en France qu'en Allemagne, particulièrement entre 2000 et 2004.

Les comparaisons de données confirment donc en particulier que les prix perçus par les producteurs sont supérieurs en Allemagne alors que les prix de détail des produits de porc y sont inférieurs. L'analyse de la structure des maillons, des produits consommés et des relations entre opérateurs permettent de mieux comprendre le fonctionnement de l'aval de la filière porcine allemande.

Comparer les prix en s'appuyant sur des données éprouvées

Des comparaisons de prix ont été réalisées au long des filières française et allemande, entre 2000 et 2010. Du fait de différences entre les niveaux d'observation et les modes de fixation des prix, les comparaisons ne sont pas toujours aisées et doivent être considérées avec précaution. Les principales sources sont :

- Les prix perçus par les producteurs, harmonisés à partir de données nationales (Vereinigungspreis, Marché du Porc Breton...) pour être rendus comparables, ainsi que le prix du porc classe E, relevé à l'arrivée à l'abattoir,
- Les prix des pièces brutes provenant de deux marchés physiques sur lesquels sont présents des grossistes (Hambourg et Rungis),
- Les prix « sortie usine » des produits de porc frais ou transformés, compilés sous forme d'indices par l'INSEE pour la France et l'Office fédéral de la statistique pour l'Allemagne (Statistisches Bundesamt),
- Des prix moyens d'achat au stade du commerce de détail, issus de panels de consommateurs : Kantar-Worldpanel pour la France, et GFK pour l'Allemagne.

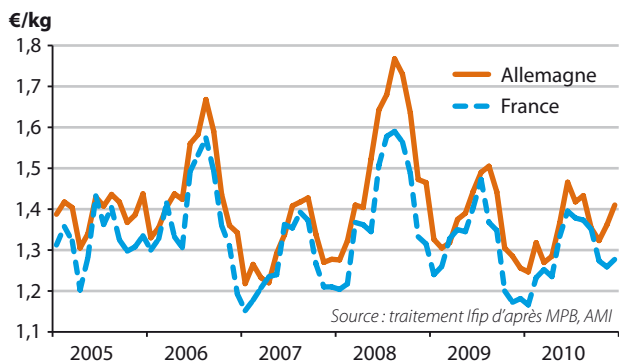
Parallèlement, l'exploitation de la bibliographie et des entretiens avec des experts et des professionnels allemands ont permis d'identifier les caractéristiques principales du fonctionnement de la filière porcine en Allemagne.

Tableau 1 : Prix de détail 2010 : porc frais et charcuterie

	Allemagne	France	Ecart entre la France et l'Allemagne (%)
Porc frais	5,02 €/kg	6,40 €/kg	+ 27%
Charcuterie	7,40 €/kg	9,41 €/kg	+ 27%

Source : Kantar Worldpanel - FranceAgriMer, GFK

Entre 2003 et 2010, les produits de porc au détail sont en moyenne annuelle environ 30 % plus chers en France qu'en Allemagne.

Figure 1 : Prix du porc perçu en France et en Allemagne

En moyenne, entre 2005 et 2010, le prix du porc a été supérieur de 7 cts € par kg de carcasse en Allemagne.



les principaux produits de porc frais français connaissent des évolutions mensuelles beaucoup plus fortes qu'outre Rhin, sous l'effet de promotions plus intenses.

54 kg / habitant en Allemagne

Avec plus de 54 kg équivalent carcasse consommé par habitant en Allemagne en 2009, contre moins de 34 kg en France, le porc occupe une place capitale dans la consommation de viande des Allemands. La consommation de porc en Allemagne est restée stable ces dix dernières années, montrant une demande globalement dynamique. Néanmoins, elle sera probablement orientée à la baisse dans les années à venir, comme dans d'autres pays d'Europe de l'ouest.

Les charcuteries y occupent culturellement une place importante. L'Allemagne dispose en particulier de larges gammes de produits embossés (dans un boyau) crus ou cuits, fabriqués à partir d'une mēlée de maigre et de gras. En viande fraîche, saucisses et produits hachés sont très représentés. Cette structure de consommation favorise la valorisation de la carcasse, permettant aux industriels une grande flexibilité dans l'utilisation et les substitutions entre les différentes pièces.

Au stade de l'abattage-découpe, l'Allemagne est dominée par des leaders puissants et dynamiques. Quatre sociétés (Tönnies, Vion, Westfleisch et D&S Fleisch, repris par Danish Crown en 2010) se partagent 60 % des abattages de porc, suite à un fort mouvement de regroupement du secteur qui devrait encore s'intensifier. Le secteur de la salaison est moins concentré, mais dominé par deux grands conglomérats (Heristo et zur Mühlen). Les abatteurs-découpeurs ont profité de l'essor des produits en libre service, notamment lié au développement du hard discount, pour réaliser des investissements massifs dans l'automatisation et la standardisation. Par ailleurs, les coûts de main-d'œuvre sont plus faibles que chez leurs concurrents, du fait du recours important à des salariés étrangers faiblement rémunérés. Combiné à leur politique d'investissement, cela permet aux abatteurs-découpeurs allemands d'être très compétitifs. Leur besoin conséquent en porcs maintient une « concurrence » à l'approvisionnement et contribue à dynamiser le prix d'achat des porcs.

Le hard discount entretient la concurrence

La grande distribution se caractérise par la place conséquente occupée par le hard discount, en particulier Aldi et Lidl. Le format, qui commercialise 30 % de la viande fraîche et près de 50 % de la charcuterie, joue un rôle important dans l'orientation des prix et entretient une concurrence féroce entre les distributeurs. La prédominance du hard discount explique en grande partie la faible augmentation des prix de détail en Allemagne ces dernières années. En hypermarchés et supermarchés, les promotions sont un levier indispensable pour la commercialisation de porc frais, mais l'écart entre prix « promotionnel » et « fond de rayon » est nettement inférieur à celui constaté en France.

Les relations qu'entretiennent les industriels avec les distributeurs semblent en outre plus « simples » en Allemagne. Peu encadrées législativement, elles se traduisent, notamment pour la viande fraîche, par un nombre limité de fournisseurs fidèles et une réflexion très pragmatique sur l'adaptation de l'offre à la demande. Les hard discounters ont ainsi tissé des liens étroits avec les géants de l'abattage-découpe. Les relations entre opérateurs se matérialisent également à l'international, où les stratégies ambitieuses et parfois partenariales des opérateurs ont conduit au développement considérable des exportations. L'essor des distributeurs hors du pays profite aussi aux industriels allemands.

L'apparente simplicité des relations entre opérateurs n'occulte cependant pas l'opacité de la répartition de la valeur dans la filière. Le maillon production pointe ainsi du doigt l'impact du pouvoir de la distribution et de la forte concurrence entre enseignes sur la dévalorisation du porc et des produits.

Cette étude a été réalisée avec le soutien financier de FranceAgri-Mer.

Vincent LEGENDRE
IFIP - Institut du porc
vincent.legendre@ifip.asso.fr