

Adéquation offre-demande en agneaux bio : le point de vue des opérateurs

Analyse d'entretiens auprès de 22
organisations de producteurs et abatteurs

Cassandra Matras (Institut de l'Elevage)

Catherine Experton (ITAB)

Institut de l'Elevage, ITAB, INRA de Clermont-Theix, FRAB Nouvelle-Aquitaine, BioCentre, CAB des Pays de la Loire, Bio 63, Haute-Loire Bio, Bio 46, CIVAM Bio 09, MRE de PACA, EPLEFPA de Tours-Fondettes, EPLEFPA Montoire, CFPPA St Affrique, ABioDoc, FOREBio

Quels opérateurs enquêtés ?

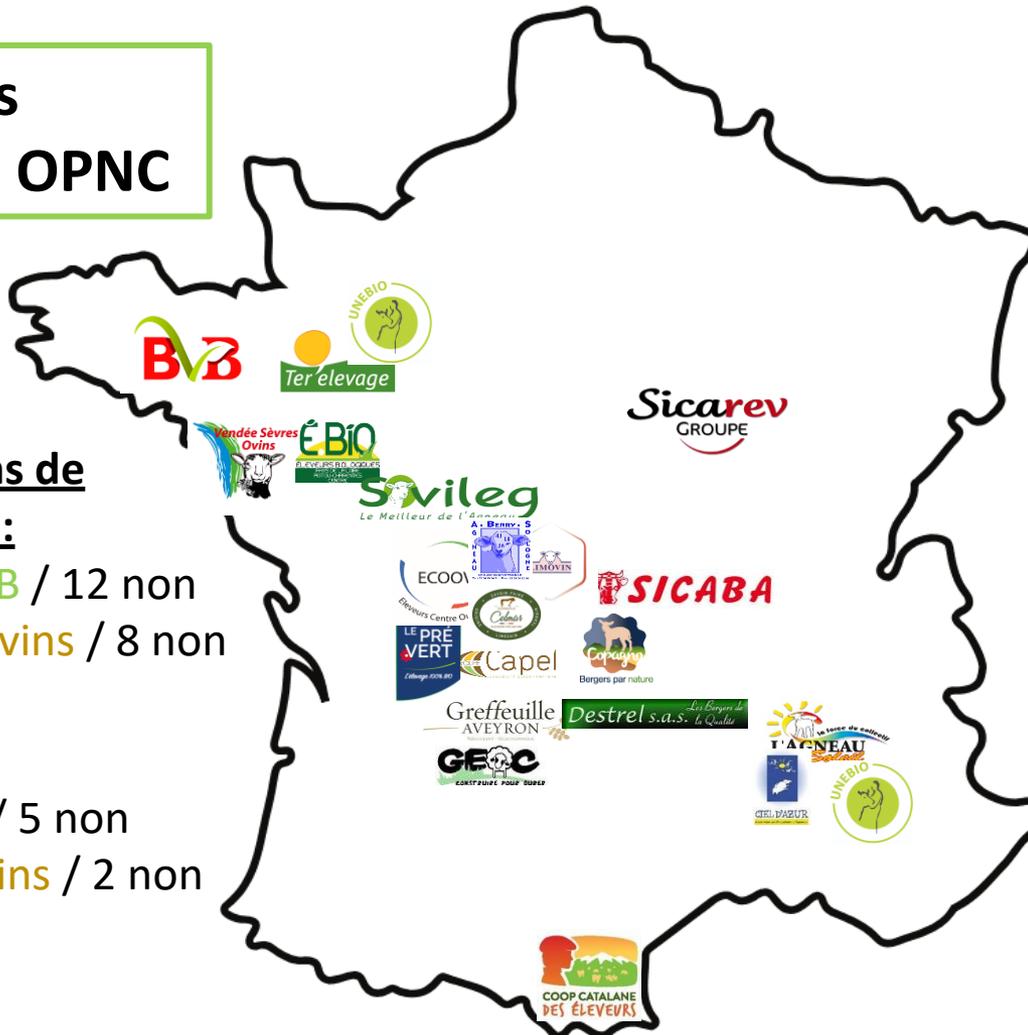
- 6 abatteurs
- 15 OPC + 1 OPNC

- Organisations de producteurs :

4 spécialisées AB / 12 non
8 spécialisées Ovins / 8 non

- Abatteurs :

1 spécialisé AB / 5 non
4 spécialisés Ovins / 2 non



Sentiments/ressentis des OP et abatteurs enquêtés qui sont ici retranscrits

Liste des opérateurs enquêtés en annexe

Deux catégories identifiées parmi les OP :

- **Catégorie 1** : celles qui donnent tout pour valoriser 100% des agneaux en Bio
 Parmi lesquels les 4 spécialisés en **AB** et deux spécialisés **Ovins**, dont un qui passe par Unébio pour revendre ses ovins (il achète 2 500 agneaux Bio/an). Les spécialisés **AB** commercialisent de 5 000 à 20 000 agneaux Bio par an, selon la structure.
- **Catégorie 2** : celles pour qui l'agneau Bio a peu d'intérêt / difficile de trouver des débouchés/ trop petits volumes / parfois aucune idée de la valorisation finale, mais souhaite pour certains de développer le Bio
 Le reste des OP, soit 5 spé **Ovins** et 3 toutes espèces/tous types de labels. Ces OP commercialisent de 300 à 4 000 agneaux Bio/an, selon la structure. Les bio servent parfois de variable d'ajustement des volumes des autres SIQO.

Analyse de la dichotomie observée :

- Les OP qui ne sont pas spécialisées en Bio sont sur **de très petits volumes AB collectés/semaine** comparé aux volumes conventionnels/Label Rouge/ IGP -> **Demande beaucoup d'organisation pour une petite valorisation, in fine.**
- Les structures qui ont investi sur le développement de la Bio **achètent à des OP en dehors** de leurs éleveurs adhérents.
- OP multi-espèces : **les agneaux pèsent peu en général, le bio encore moins.**
- **Difficile de pérenniser des débouchés** sur de si petits volumes/semaine. Irrégularité de l'offre : certains débouchés sont parfois perdus ou doivent être réactivés -> **Plus facile de faire passer en label, avec le reste.**



D'autres éléments intéressants

- **5/11 des organisations de producteurs commerciales qui ne sont pas spécialisées dans l'Agriculture Biologique confient tous leurs agneaux Bio à UNEBIO, pour gérer l'Aval.**

Bonne connaissance des débouchés BIO, plus simple pour ces OPC plutôt que de perdre du temps à trouver eux-mêmes des débouchés en BIO, alors que les agneaux Bio ne représentent qu'une infime part de leurs volumes.

- **Pour 9/11 de ces OPC qui ne sont pas spécialisées dans l'Agriculture Biologique, les agneaux AB commercialisés représentent de 0,5 à 3% du total des agneaux commercialisés. Pour une autre OPC parmi les 11, ils représentent 14% du total (multi-espèces).**

Ce pourcentage ne dépend pas du fait que l'OPC soit spécialisée Ovins ou multi-espèces.

Le souci du prix en AB, accentué ces deux dernières années...

- Les grilles de prix en Bio n'ont, pour la plupart des OP, pas été révisées depuis des années. Pour une OP : une seule grille sur l'année car « des prix supérieurs à la moyenne ».
- Or, depuis 2 ans en France, forte baisse des importations de viande ovine qui tire la cotation de l'agneau vers le haut + regain d'intérêt pour les labels, l'agneau français voire l'agneau local. **Forte hausse des prix de l'agneau en conventionnel, particulièrement en SIQO (Label, IGP...).**
- Une OP dit ne plus vouloir miser sur le Bio (mais sur le LR) vu les prix. Un de ses gros adhérents (+ de 500 brebis) s'est même **décertifié.....**



Résultat : des prix en Bio proches de ceux du conventionnel... avec pourtant des coûts de production plus élevés.

Les agneaux Label Rouge sont parfois plus chers que les Bio !



Quels leviers identifiés au niveau de la production ?

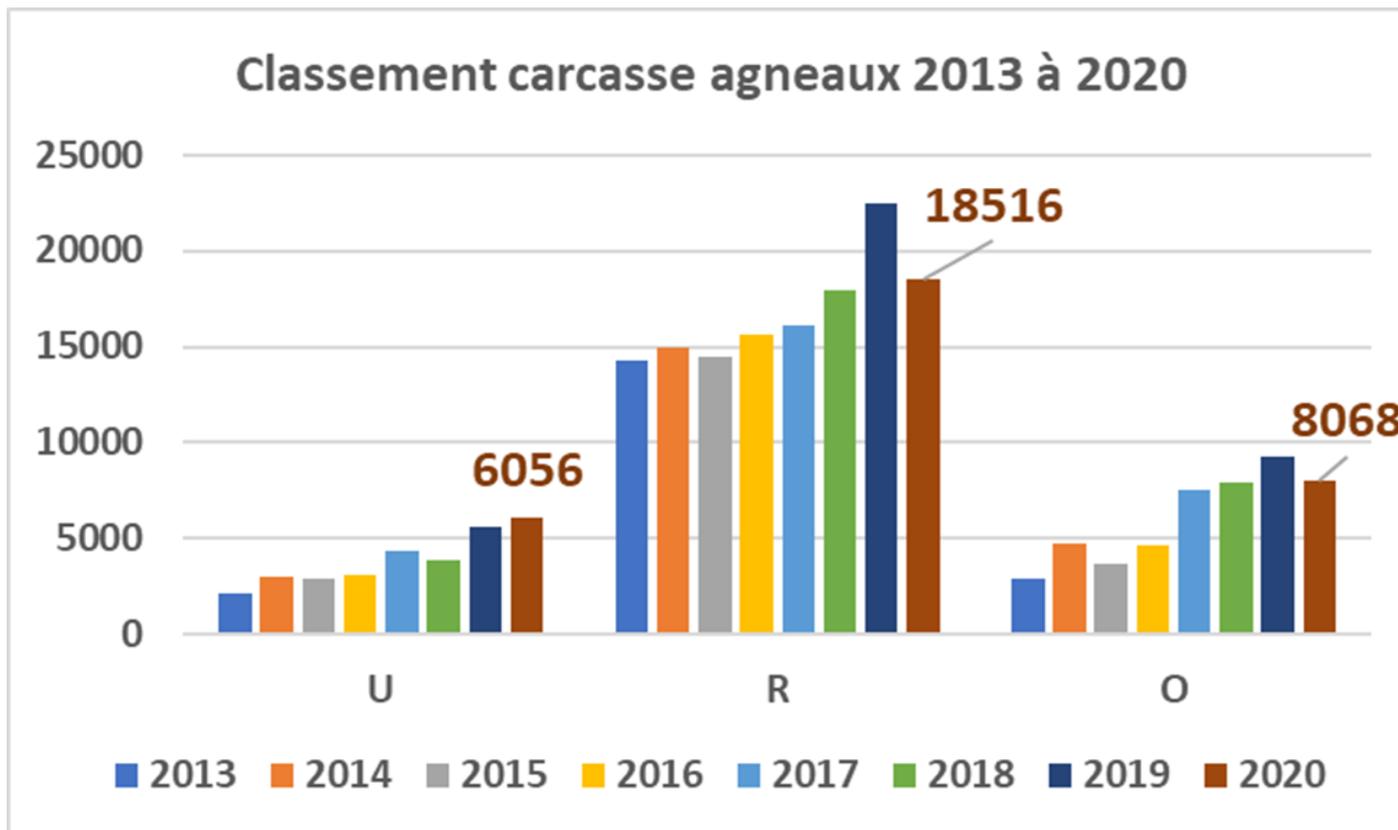
- **La complémentarité de l'offre entre les bassins** : permet aux abatteurs d'avoir une offre plutôt lisse tout l'année. Besoin d'une grande zone de collecte. (3/15 OPC et 6/6 abatteurs). Les agneaux de bergerie-Sud de la France- permettent des sorties l'hiver quand les régions herbagères – plus au Nord- manquent de production.
 - ❖ Paradoxal car décrit comme peu sécurisé, et à éviter pour utiliser les outils à une échelle plus locale.
- **Le désaisonnement** : 3/6 abatteurs
 - avec une incitation financière (11/15 OPC) : double grille de prix grâce à une caisse de péréquation mais qui pose problème. Comment la remplir et maintenir un prix Bio supérieur ? Aussi souci quand grille nationale : ne satisfait pas tous les sites en régions (périodes de surplus/manques d'offre différent).
 - avec les choix de races (5/15 OPC)
 - évoqué par 2/6 abatteurs mais attention à bien finir les agneaux.
 - certains parlent d'étaler la production, soit dessaisonner en partie.
 - « A un jeune qui veut s'installer je lui ai dit ok, ça me plaît, mais il faut que tu arrives à me sortir au moins 3 périodes d'agnelage »





- **Bonne connaissance des élevages, meilleur suivi technique, tri, prévisionnel de sorties** : 10/16 OP. Certaines OP ont des techniciens mais pas en Bio. Certaines OP très organisées, beaucoup de prévisions et d'ajustements, d'autres rien de tout ça (ne dépend pas de la catégorie).
- **Le report sur un an** : résultats positifs avec races herbagères « *laisse traîner tout l'été, et moi je les récupère janvier/février de l'année d'après* ». Résultats négatifs en race rustique : « *des agneaux qui n'ont pas trop de viande, qui ne se finissent pas à l'intérieur* »... 2/15 OPC.
- **Bonne connaissance des attentes des clients** et des agneaux vendus : bouchers, rustiques, orientation des carcasses selon la qualité sur tel ou tel débouché : « *des clients qui vont très bien absorber les rustiques, d'autres pas du tout, [COOP] ils le savent* » 1 OPC/15.
- **Meilleur suivi technique des éleveurs pour améliorer la régularité des agneaux Bio abattus (conformation, poids, âge...)** : proposé par tous les abatteurs et près de 6 OPC/15. « *L'agneau bio n'a pas bonne presse auprès des professionnels. Il faut d'abord travailler sur la qualité du produit et une régularité.* » Impression des abatteurs parfois biaisée par petits volumes (*cf. diapo suivante*) et stratégies de certaines OP qui privilégient les « beaux » agneaux Bio pour d'autres circuits.
- **Proposer une double démarche : AB et un autre SIQO (LR, IGP ou AOP)**, pour que les agneaux puissent être commercialisés sous l'un ou l'autre des SIQO en fonction de la demande. 4 OPC/15

Le classement EUROPA des carcasses d'agneaux bio viande, en nombre de têtes, à échantillon OEP constant période - 2013 à 2020



Classement des carcasses, en moyenne sur la période 2013-2020 : le E reste anecdotique à moins de 1%, U significatif à 18%, le majoritaire en R à 56%, devant le O à 24%.

- Les agneaux des non-adhérents (TNA), une variable d'ajustement pour les OP : très paradoxal : le moins possible car préfèrent des adhérents pour mieux sécuriser l'apport ... mais en même temps, variable d'ajustement quand la coop' manque d'offre ! 4/15 OPC en ont parlé mais davantage doivent avoir quelques agneaux TNA.

- Les grossistes, variable d'ajustement pour les abatteurs : 2/6 en ont parlé. Rôle tampon en prenant parfois un peu plus ou *a contrario*, en complétant leurs achats auprès d'autres opérateurs.

- Travail avec des petits revendeurs pour une coop' : sécuriser les ventes d'agneaux Bio/ mieux qu'abattoirs. 1 OPC a trouvé ce moyen pour se détacher des abattoirs, trop demandeurs de volumes et qui ne valorisent pas suffisamment le Bio.

- S'interroger sur l'intérêt d'une offre lissée. Ex : agneau pré-salé du Mont saint-Michel rare, cher et demande élevée – produit de micro-niche avec ≈2 500 agneaux/an. 1 OPC

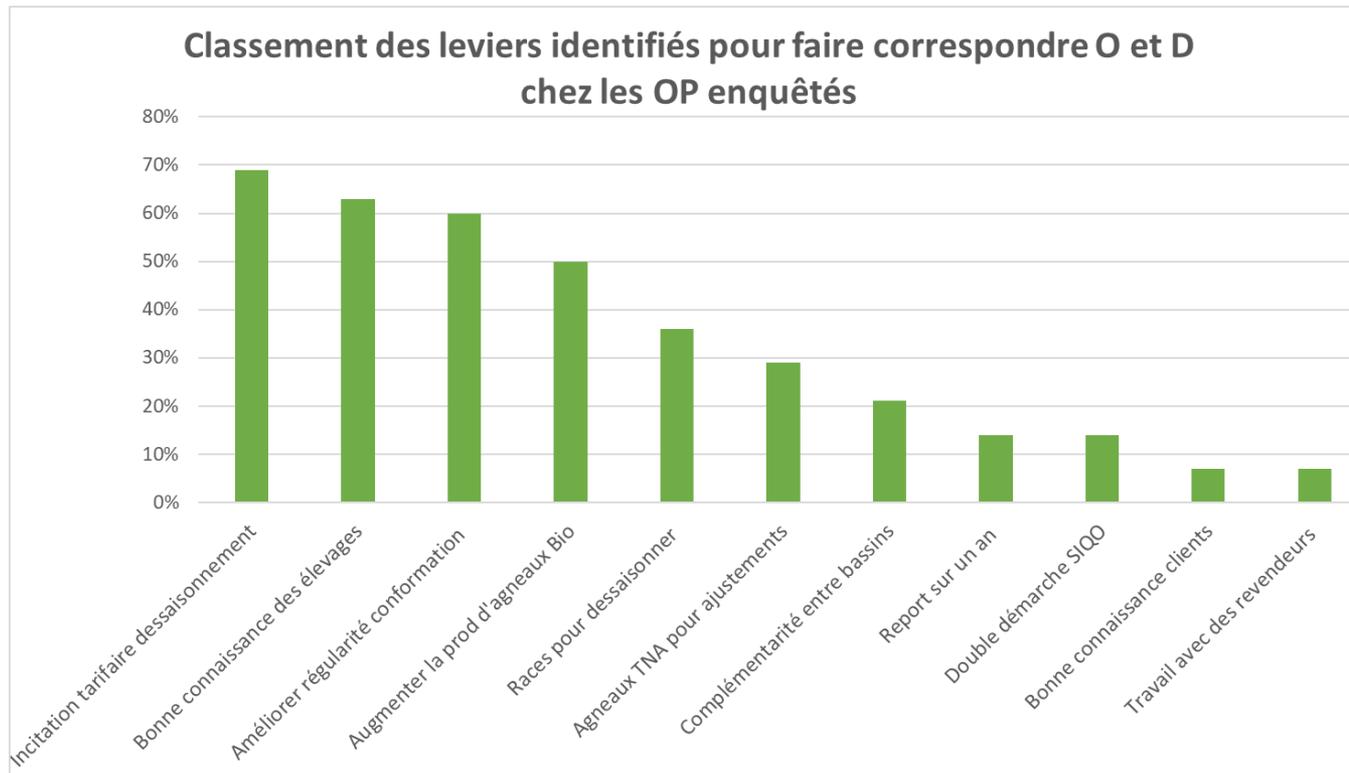


- Augmenter les approvisionnements pour une meilleure régularité en Bio et permettre de structurer la filière (les débouchés seront assurés/sécurisés et le système fonctionnera mieux).
 - ❖ Mais 7 OPC + 1 OPNC considèrent *a contrario* que la production dans leur région est excédentaire face à la demande !
- Avec de nouvelles installations (mais profils néo-ruraux peu productifs)
- Avec plus de prolificité des brebis
- Avec des prix plus attractifs, qui permettraient de mieux couvrir les coûts Bio et ainsi offrir une meilleure rémunération aux éleveurs. Pour certains éleveurs, le surcoût de production est plus important que la plus-value s'ils passent en bio (contexte actuel).
- Avec plus d'adhérents/sécuriser les approvisionnements des OP (*vs la vente directe*).
- Travail avec abatteurs pour débouchés : problème de déclassement de carcasses d'agneaux Bio, reclassés en standard car manque des débouchés. 3-4 OPC : soit par manque de débouché, soit pb qualité carcasse, soit pic de sorties AB, soit stratégie économique : « Pour maîtriser le coût de revient, plus intéressant de faire partir les Bio avec les volumes de conventionnels chez des clients actuels comme Système U, Carrefour etc. »

Quels leviers identifiés au niveau de l'aval ?

- **Souplesse des abattoirs** dans leur fonctionnement : correspond aux attentes des clients
- **Cibler** au mieux les animaux en fonction des attentes des clients + gros portefeuille client (échelle France)
- **Un abattoir/atelier de découpe qui récupère les pièces les plus difficiles** à commercialiser auprès des bouchers
- **La vente directe, permet de fidéliser certains adhérents** : *« C'est sûr que ceux qui arrivent à le faire, ils valorisent bien mieux et ils s'en sortent bien mieux, [...] mais tout le monde ne peut pas le faire »*. Au moins 7/15 OPC. Certaines OP prestation de découpe aux éleveurs en VD.
- **Payer les agneaux Bio au juste prix : Contractualisation? Egalim?** *« Pas encore d'actualité »* pour 2 OPC et 3 OPC travaillent avec des instances qui vont *« créer des références en calcul de CP »* dont une *« déjà dans cette philosophie »*. 1 OPC *« Argument marketing »* *« La marge ne peut pas être faite sur le prix d'achat des agneaux, elle ne peut l'être que sur la vente »*. 8 OPC pas de réponse ou à côté (coût adhésion coop'). 1 OPC est *« consciente du problème »*.
- **Promotions au moment des pics de production** (opérations et animations dans les magasins).
- **Mise en avant de la viande Bio/locale/traçable...** ex: campagne Agneau Bio d'Automne (avis partagés parmi les enquêtés).
- **La congélation des carcasses** : permet de gérer la saisonnalité et l'équilibre matières, sur un très court terme. Certains clients comme la restauration collective acceptent sans soucis.

➤ Principaux leviers évoqués par les **OPC** :



- Chez tous les **abatteurs**, la complémentarité entre bassins a été évoquée, la moitié ont parlé du dessaisonnement, 4/6 de l'accompagnement technique des éleveurs (régularité et qualité), 2/6 de la congélation et 2/6 des grossistes comme leviers d'ajustement face à la demande.

Les spécificités liées à l'Agriculture Biologique

- **Un marché de l'agneau Bio qui peine à se démarquer** des autres SIQO : autres labels, spécificité territoriale, géographique, gustative... Avis très divergents des opérateurs enquêtés – qui dépend de leur engagement et de leur historique concernant les SIQO.
- **De trop faibles volumes offerts** qui empêchent une réelle structuration de la filière agneaux Bio (mais aussi pas mal de carcasses déclassées). **Irrégularité** le long de l'année. Certains parlent d'une offre mal adaptée. **Vrai problème pour développer les débouchés et *in fine* arriver à avoir un prix suffisant sur l'ensemble des agneaux bio.**
- **L'irrégularité des agneaux** : poids, âge, conformation. Soulignée par les abatteurs. En réalité pas plus de carcasses en O et P qu'en conventionnel, mais marque les abatteurs car de petits volumes.
- Une **dépendance accrue aux facteurs météorologiques.**



Merci de votre attention

Entretiens réalisés par

- **Coordination Agriculture Biologique des Pays de la Loire**
- **Bio Nouvelle-Aquitaine**
- **Bio Centre**
- **FRAB Auvergne-Rhône-Alpes**
- **Bio 46**
- **CIVAM Bio 09**
- **Maison Régionale de l'Élevage de PACA**

Organisations de Producteurs enquêtées



Nom	Structure	Espèces abattues	Spécialisé Bio 
Bretagne Viande Bio (BVB)	OP Commerciale/Abatteur	Multi-espèces	Oui
La Catalane	OP Commerciale	Multi-espèces	Non
E'Bio	OP Commerciale	Multi-espèces	Oui
Groupement des Eleveurs Ovins Caussewards (GEOC)	OP Commerciale	Ovins	Non
SCA Le Pré Vert	OP Commerciale/Abatteur	Multi-espèces	Oui
ECOVI - Union de coopératives	OP Commerciale	Ovins	Non
Limovin	OP Commerciale/Abatteur	Ovins	Non
ABS (Agneau Berry Sologne)	OP Commerciale	Ovins	Non
Celmar (ex Ovins Berry Limousin)	OP Commerciale	Multi-espèces	Non
OviCap (ex Vendée Sèvres Ovins -VSO)	OP Commerciale	Ovins	Non
Coopérative Agneau Soleil	OP Commerciale	Ovins	Non
Feder Copagno	OP Commerciale	Ovins	Non
Unébio pôle Sud-Est	OP Commerciale	Multi-espèces	Oui
Ciel d'Azur	OP Non Commerciale	Ovins	Non
CAPEL	OP Commerciale	Multi-espèces	Non
Terrena	OP Commerciale	Multi-espèces	Non

Abatteurs enquêtés

Nom	Structure	Espèces abattues	Spécialisé Bio 
<i>Greffeuille Aveyron</i>	Abatteur	Ovins	Non
Unébio	Abatteur	Multi-espèces	Oui
Sovileg	Abatteur	Abattage à 98% ovin	Non
Destrel	Abatteur	Ovins	Non
SICAREV/Tradival	Abatteur & OP	Abattoir de Migennes = ovins uniquement	Non
SICABA	Abatteur & OP	Multi-espèces	Non (35% Bio)

