

Exportations de porc par l'Allemagne et l'Espagne : les raisons du succès

Contexte et objectifs

La croissance de la production porcine en Allemagne et en Espagne a, dans une large mesure, pris appui sur l'augmentation des exportations vers l'UE et les pays tiers.

En Allemagne, très déficitaire dans les années 90, la production porcine s'est fortement développée jusqu'en 2010. Le pays est excédentaire depuis 2007. L'Espagne, exportateur net de viande de porc dès 1994, a largement misé sur les exportations pour relancer la dynamique de sa filière porcine après la crise des années 2000.

Une hausse des exportations

Entre 2010 et 2016, les exportations de viande porcine ont augmenté de 800 000 tonnes depuis l'Espagne et de 460 000 tonnes depuis l'Allemagne.

Le poids des destinations asiatiques s'est renforcé, au détriment de l'Union européenne. L'Espagne et l'Allemagne ont notamment réalisé des percées intéressantes vers le Japon et la Corée du Sud, deux pays à forte valeur ajoutée pour les pièces : respectivement +119 000 et +107 000 tonnes entre 2010 et 2016.

Vers les pays de l'Union européenne, l'Espagne reste dynamique autant en viandes fraîches, réfrigérées et congelées qu'en produits transformés, contrairement à l'Allemagne montre plutôt une stabilité.

Maîtriser la qualité

Vers les pays tiers, les procédures d'obtention des agréments et de délivrance des certificats sanitaires pour l'export de produits carnés sont complexes et le moindre problème peut entraver le développement des exportations, bloquer les échanges ou un mouvement.

En Espagne, ces procédures ont été réformées par le Real Decreto 993/2014 appliqué depuis le printemps 2016 pour **gagner en efficacité, renforcer les garanties sanitaires offertes aux pays tiers et améliorer la coordination entre les administrations compétentes.**

En Allemagne, les fédérations professionnelles déplorent un manque de coopération avec l'administration et dénoncent la lourdeur pour démarrer les procédures d'agrément.

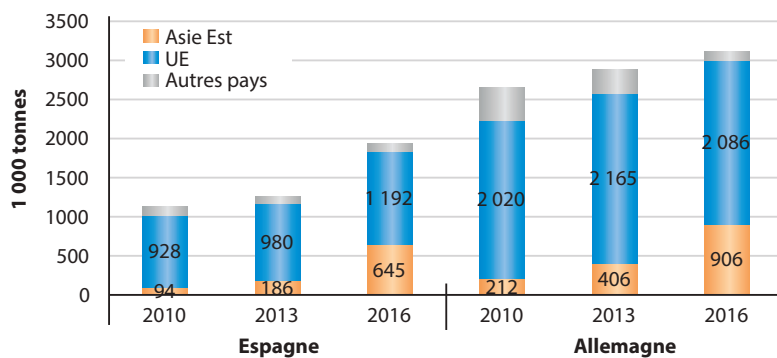
Vers l'Union européenne, les firmes exportatrices espagnoles ont plus largement recours aux normes et standards de qualité privés que leurs homologues allemandes.

Promouvoir la marque nationale

En Espagne, les deux interprofessions et les consortiums organisant les démarches de produits différenciés multiplient les références à l'univers de la gastronomie. Ils s'appuient sur l'image du jambon sec et des charcuteries espagnoles pour promouvoir la qualité de la viande espagnole. Les organisations professionnelles organisent régulièrement des **rencontres B2B entre entreprises espagnoles exportatrices et importateurs.**

En Allemagne, peu d'actions visant à promouvoir la marque nationale sont conduites. German Meat dispose d'un stand sur les principaux salons internationaux mais l'objectif est surtout institution-





Destinations des exportations espagnoles et allemandes

nel et informatif. L'association organise également des rencontres B2B.

Des stratégies radicalement différentes

En Espagne, et malgré leur taille plus petite, les entreprises ont investi dans **l'export en misant sur la qualité et la recherche de valeur ajoutée** : nombreuses certifications, offre sur mesure parfaitement adaptée à la demande, bénéfice de l'image de marque des porcs premiums. Au niveau commercial, elles investissent de nombreux salons internationaux, participent dès que possible aux événements organisés par l'interprofession et les fédérations et invitent régulièrement leurs clients en Espagne.

En Allemagne, les entreprises misent plutôt sur une stratégie industrielle avec de très gros volumes, des produits très standardisés et d'une qualité constante et régulière. Elles disposent d'un réseau important de bureaux commerciaux en Europe et dans les pays tiers. Elles sont **reconnues pour leur professionnalisme, pour respecter les contrats en volume et en délai, et toujours avoir des volumes disponibles**. Elles se déplacent moins souvent sur les salons internationaux que les entreprises espagnoles.

Perspectives

Cette analyse doit apporter des pistes de réflexion à la filière française qui est plus en retrait sur les marchés internationaux. Les efforts ont plutôt concerné le marché intérieur (campagnes de promotion du porc français, baisse des importations de jambons frais). Contrairement à l'Allemagne et à l'Espagne, la France voit ses exportations diminuer (-60 000 tonnes entre 2010 et 2016) et n'arrive pas à percer sur des marchés à haute valeur ajoutée **telles que le Japon et la Corée**. Vers l'Union européenne, le pays exporte des produits moins élaborés et souffre d'une moindre valorisation de ses pièces non désossées.

Financier
FranceAgriMer

Contact
berengere.lecuyer@ifip.asso.fr

Valorisation

Publications

- Lecuyer B., Van Ferneij J.-P., 2017. Export de viande porcine en Allemagne et en Espagne, les raisons du succès. Etudes Economiques IFIP, 98 pages
- Lecuyer B., Van Ferneij J.- Exportations de porc en Allemagne et en Espagne, les raisons du succès. 2018, Journées Recherche Porcine