

Le commerce mondial des produits du porc

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Les entreprises françaises d'abatage-découpe par leur activité de « démontage » ont à se positionner sur de multiples marchés divers et fluctuants. La meilleure valorisation de la carcasse suppose d'agir, à côté du marché national, sur le marché européen ou dans d'autres pays du monde.

Au bilan français, la production et la consommation sont assez proches. Cependant, les exportations françaises avoisinent 26% de la production, dont une partie importante destinée aux pays tiers, offrant de meilleurs débouchés aux produits pour lesquels la demande intérieure française est faible.

A l'inverse, les importations françaises représentent le quart de la consommation. Elles satisfont des besoins mal couverts par l'offre nationale, en termes d'élaboration, de qualité ou de spécifications des produits. Les importations peuvent aussi se montrer plus compétitives pour les acheteurs. Les échanges constituent donc des combinaisons multiples entre pays et produits. La maîtrise des marchés suppose une bonne connaissance des échanges. L'analyse du commerce donne aussi des indications sur la dynamique des différents pays, de l'UE et pays tiers, à l'importation comme à l'exportation, permettant d'apprécier la compétitivité des concurrents et les opportunités de débouchés. Une base de données du commerce mondial des porcs vivants, des produits et des sous-produits est gérée par l'IFIP, avec l'appui financier d'INAPORC. Elle comprend des données mensuelles et annuelles pour les principaux pays. Les échanges sont suivis pour l'ensemble des produits disponibles en

volume et en valeur. On peut ainsi apprécier les évolutions, à court ou long terme et avoir une vision assez précise des valorisations selon les destinations. Les données de cette base servent à la réalisation de multiples communications écrites et orales.

RÉSULTATS

En 2016, les exportations françaises et européennes ont été stimulées par la forte demande chinoise.

Les exportations de l'UE vers les pays tiers ont atteint un nouveau record en 2016. 80% sont allés en Asie et plus de la moitié en Chine. **La demande asiatique a largement compensé l'embargo russe.** Les exportations françaises vers la Chine ont augmenté de 59% en 2016 par rapport à 2015. Ce pays est devenu la première destination des produits français, **devant l'Italie.**

Les ventes de **l'Allemagne et de l'Espagne** ont progressé de manière impressionnante en Asie. Le **Danemark** est maintenant le troisième exportateur de l'UE vers les pays tiers, derrière l'Espagne. Les exportations des **Etats-Unis** ont gagné 10% en 2016, mais restent inférieures à leur niveau de 2011. Les ventes du **Canada** sur les marchés mondiaux ont progressé de 6% en 2016.

PERSPECTIVES

Le suivi et l'analyse des données se poursuivent, ainsi que la communication sous diverses formes. A côté de la communication collective, l'IFIP offre son expertise aux entreprises pour les aider à analyser ces réalités complexes et changeantes.



Partenariats :

INAPORC, Eurostat, Douanes, SSP, GTIS

Financier :

INAPORC

Contact :

jan-peter.vanferneij@ifip.asso.fr

Valorisation

Formations et interventions

- Enseignement supérieur agronomique : ESA Angers, El-Purpan Toulouse, UniLa-Salle-Beauvais, Ensat Toulouse, ENITA-Bordeaux...
- Centres de formation : Bernussou, Quintenic...
- Présentations au Comité Export d'INAPORC
- Interventions en AG d'organisations de producteurs

Publications

- « Top 30 » 2015 des importateurs et exportateurs : 3 groupes de tableaux (échanges annuels mondiaux, intra- et extra-communautaires) par ligne de produit. Documents diffusés auprès des adhérents d'INAPORC.
 - Tableau de Bord mensuel des échanges internationaux, format XXL depuis mars 2017.
 - Articles pour Baromètre Porc
 - Nombreuses présentations sous forme de fichier Power-Point
- Autres transferts :**
- Appui aux entreprises, expertises et prestations de services

Exportations de porc de la France selon les destinations, 2015 et 2016

