



BLEZAT CONSULTING

# Valorisation des abats dans la filière viande ovine



FranceAgriMer

Présentation du 30 novembre 2010

# La production

---

- 1. Production d'ovins et évolutions de la filière**
- 2. Abattages d'ovins et devenir des abats**



# Estimation du potentiel de production

**Abattages ovins en France :**  
4,4 M/an, soit environ 80 200 tec

**Un potentiel de 8900 tonnes d'abats ovins**

200 000 agneaux de lait  
Soit 1200 tec  
Soit 130 tonnes d'abats

**Abats non valorisés**

3,6 M d'agneaux  
63 595 tec  
7250 t d'abats

**Abats partiellement valorisés**

560 000 brebis  
Soit 14 400 tec  
Soit 1610 t d'abats

**Abats faiblement valorisés**





# 15 abattoirs interrogés

FRANCE

243 abattoirs  
80 000 tec

20 abattoirs > 1000 tec  
50/60 000 tec  
**6 à 7000 t d'abats**

70%

64 abattoirs 200-1000 tec  
15/20 000 tec  
**2 à 3 000 t d'abats**

22%

159 abattoirs <200 tec  
5/7 000 tec  
**6 à 800 t d'abats**

8%

10 abattoirs  
spécialisés

10 abattoirs  
Multi-espèces

10 abattoirs  
spécialisés

54 abattoirs  
Multi-espèces

ECHANTILLON

8 abattoirs > 1000 tec  
35 000 tec

90%

5 abattoirs 200-1000 tec  
4 000 tec

9%

2 abattoirs < 200 tec  
360 tec

1%

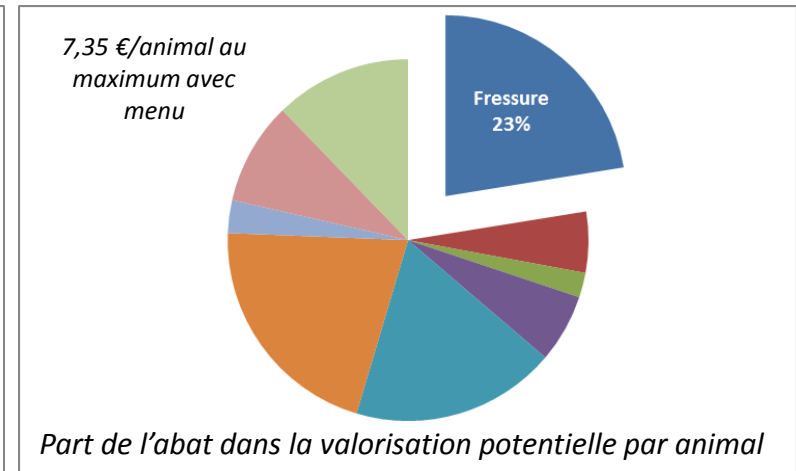
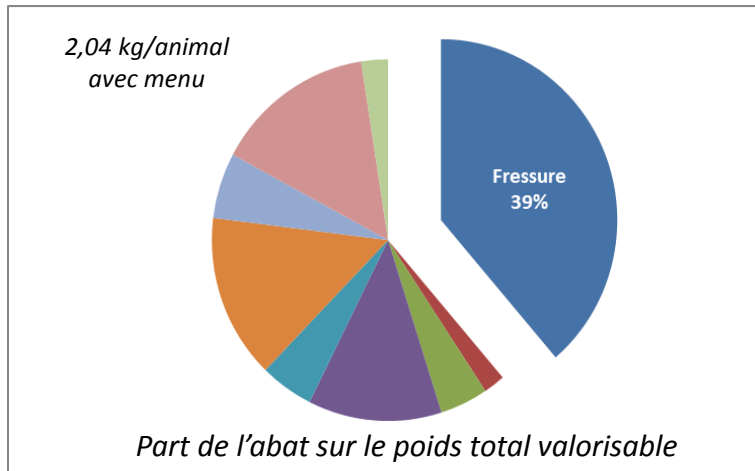
Forte valorisation des abats hormis cervelles et problème parasitaire

Valorisation partielle des abats avec effet de seuil à partir de 500/700 a/s pour certains abats

Très faible valorisation des abats, hors abats laissés sur carcasse. Manque d'information Problème de débits



# La fressure



## □ Un abat important dans un schéma de valorisation global

- ✓ Des quantités non négligeables /équarissage(120 à 180 €/t)
- ✓ La plupart des abattoirs (ou leurs utilisateurs) valorisent les fressures (1,5 à 1,8 €/pièce)
- ✓ Cette fressure peut représenter près du quart de la valorisation des abats quand toutes les parties sont valorisées. En réalité, elle représente près du **tiers de la valorisation** car d'autres abats ne sont pas valorisés (voir plus loin)

## □ Les principaux débouchés :

- ✓ FRESSURE ENTIERE : **marché musulman** en France (boucheries halal notamment). En effet, la fressure représente un substitut de viande meilleur marché pour des plats traditionnels (Osban) ou des préparations à base de viande (charcuteries et hachés)
- ✓ Il existe des marchés à l'export en Grèce (voire Espagne) de manière saisonnière (Pâques orthodoxe)
- ✓ Ce marché est dynamique et **nécessite des importations**, qui sont plus importantes lors des fêtes religieuses (6 000 à 10 000 fressures/s) et lors des « creux » de production (Août à février)





# La fressure

## ❑ Les principaux débouchés (suite) :

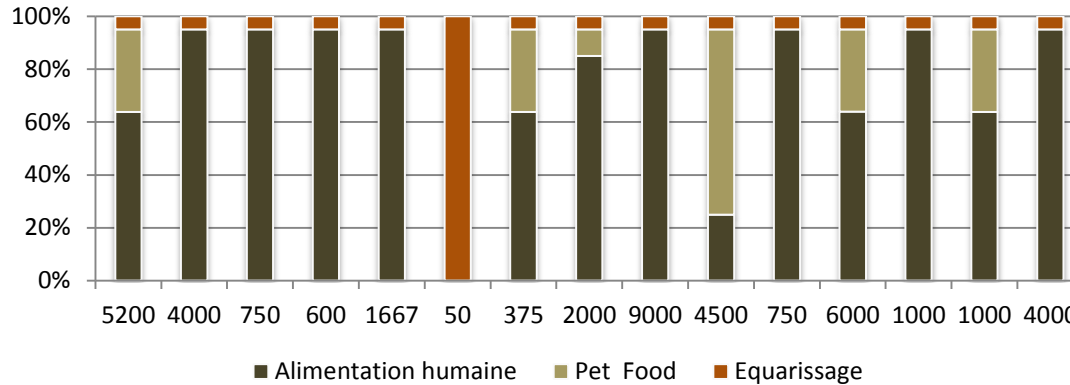
- ✓ Enfin, une minorité de la fressures est valorisé en séparant les différents abats
  - ✓ Pris individuellement, les cœurs et foies trouvent des débouchés :
    - dans le réseau traditionnel
    - en GMS dans le sud-est (en UVCI)
    - ou en transformation (brochettes notamment)
  - ✓ Le foie est très fragile (4-5 jours maximum), ce qui rend difficile sa commercialisation en boucherie (et ne se congèle pas) alors que les rognons le sont beaucoup moins
  - ✓ Seuls quelques opérateurs séparent ces abats (voir plus loin)
  - ✓ Les poumons ne sont pas consommés séparément et sont essentiellement destinés au marché du pet food
- 
- ❑ Enfin, la fressure ou le foie de brebis peuvent être parfois valorisés aux industriels de pet food, quand le coût logistique n'est pas trop important.





# La fressure

Destination de la fressure selon les abattoirs (désignés en abscisse par leur volume hebdomadaire d'abattage)



Enquête réalisée auprès de 15 sites ou abatteurs  
Représentant 50% des abattages nationaux

## ❑ Globalement, la fressure bien orientée vers l'alimentation humaine (77% des volumes)

- ✓ Peu de difficultés techniques ni de coûts supplémentaires
- ✓ Seul le conditionnement peut engendrer des frais
- ✓ Seuls les foies touchés par des problèmes de parasitisme (maximum 10% des volumes sur l'année) sont écartés d'une valorisation en alimentation animale ou humaine
- ✓ Les petits abattoirs valorisent encore mal ce produit, par manque de connaissance ou par manque de débouchés locaux (éloignement de boucheries halal) le plus souvent

## ❑ Des modes de valorisation différents selon les abattoirs

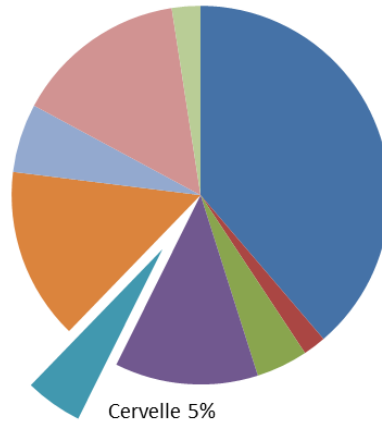
- ✓ Près des  $\frac{3}{4}$  des fressures sont destinées à l'alimentation humaine
- ✓ 4 sites sur 15 effectuent un prélèvement des foies et du cœur et envoient le poumon aux industries du pet food. Cela représente 30% de notre échantillon d'enquête (qui abat 50% des agneaux français)
- ✓ Enfin, certains sites ne sont pas fortement connectés avec la demande halal, ce qui restreint fortement la valorisation potentielle (0,1 €/kg contre 1,5 à 2 €/kg)



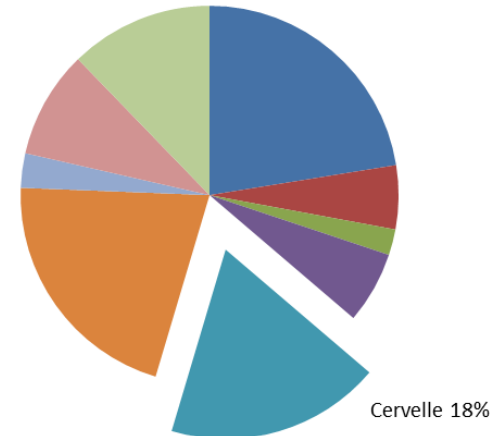


# La cervelle

*Part de l'abat sur le poids total valorisable*



*Part de l'abat dans la valorisation potentielle par animal*



## ❑ Un produit à haute valeur ajoutée

- ✓ Alors que la cervelle représente 5% du poids des abats valorisables, elle pourrait apporter 1 à 1,5 € par animal
- ✓ Ce calcul ne tient pas compte d'une valorisation hypothétique de la tête, qui est consommée par les consommateurs musulmans (têtes d'agneau entières grillées)

## ❑ Les principaux débouchés

- ✓ La demande existe sur plusieurs créneaux pour tout type de consommateurs (notamment les enfants) : traditionnel, UVCI, RHD
- ✓ Malheureusement, les disponibilités saisonnières limitent la stabilité de l'offre et sa présence pérenne au niveau de la distribution

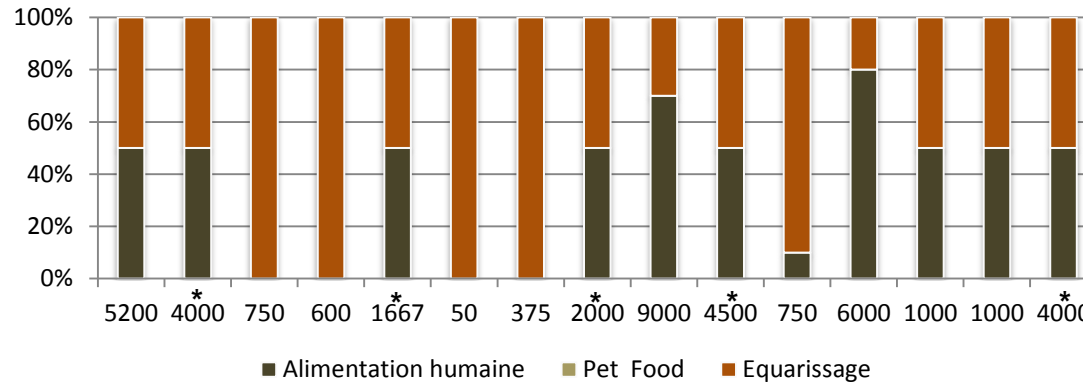






# La tête et la cervelle

Destination de la cervelle selon les abattoirs (désignés en abscisse par leur volume hebdomadaire d'abattage)



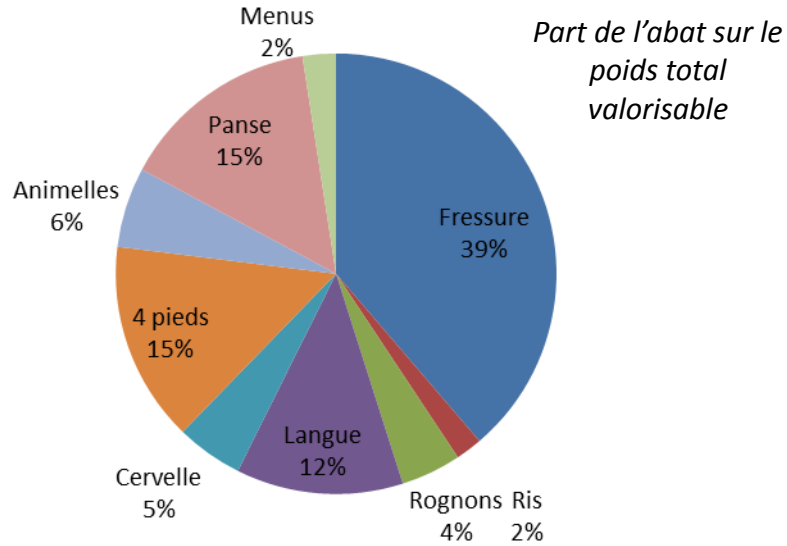
\* Quand l'abattoir n'a pas été en mesure d'estimer la proportion des < 6 mois, nous avons pris une moyenne de 50%

- ❑ **Globalement, le taux de prélèvement est autour de 50% (57% pour l'échantillon), mais avec de fortes disparités**
  - ✓ Taux de prélèvement en fonction de l'âge des agneaux
  - ✓ < 750 agneaux/semaine ne cherchent pas à valoriser cet abat
  - ✓ Notre échantillon comportant majoritairement des gros outils, on peut donc s'interroger sur le taux réel de prélèvement des cervelles (sûrement inférieur à 50%)
- ❑ **Des contraintes techniques et sanitaires** qui compliquent également leur prélèvement
  - ✓ Equipement + formation
  - ✓ Perception négative des petits outils
- ❑ **Les petits abattoirs hésitent donc à se lancer dans le prélèvement de la cervelle pour toutes ces raisons, le plus prégnant étant le problème de la limite des 6 mois**





# Les autres abats



## ❑ Les joues ne sont pas valorisées

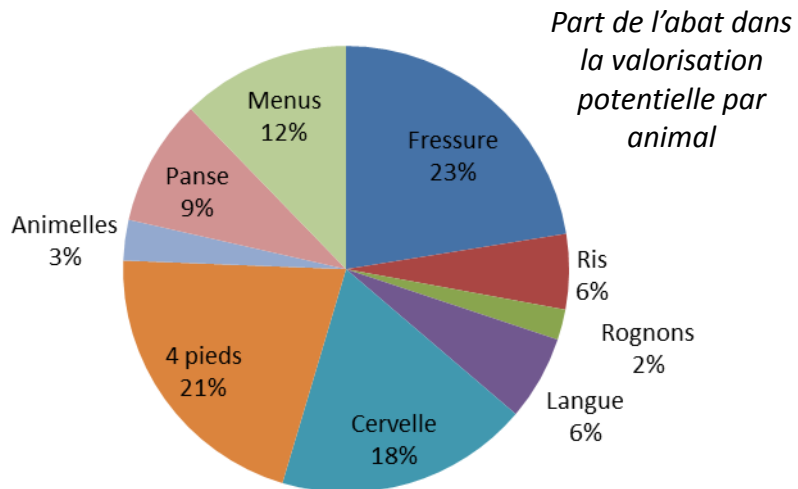
0% valorisées dans l'échantillon



## ❑ La langue : une valorisation non négligeable

- ✓ ½ organe prélevé.
- ✓ les volumes valorisables conséquents
- ✓ Hallal + GMS + traditionnel

90% valorisées dans l'échantillon



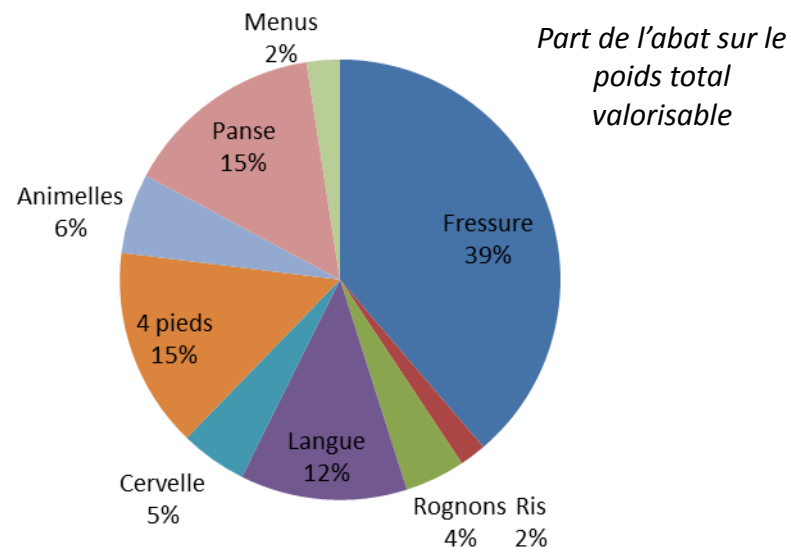
## ❑ Les pieds, un poids important, une valorisation intéressante mais:

- ✓ 2 pieds seulement parfois valorisés
- ✓ Echaudage nécessaire
- ✓ Pb de couleur
- ✓ Pb de débouché, en dehors des plats cuisinés

50% valorisées dans l'échantillon



# Les autres abats



- ❑ **La panse, près de 10% de la valorisation potentielle**

- ✓ Verte ou échaudée
- ✓ Hallal ou traditionnel

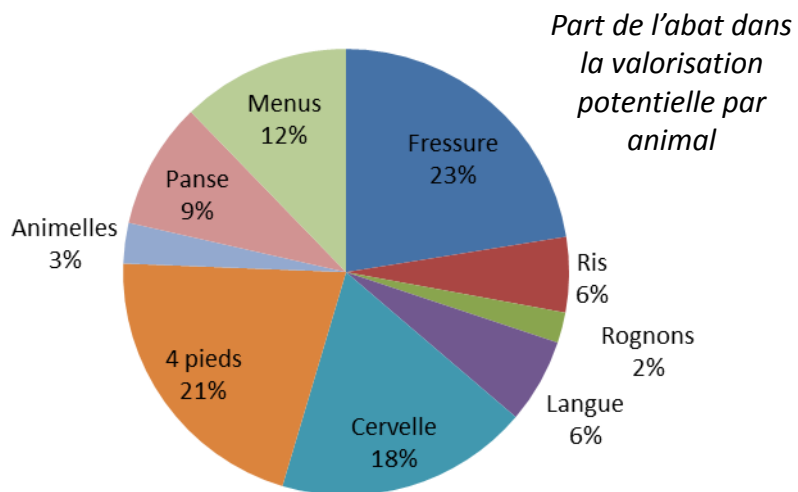
60% valorisées dans l'échantillon

- ❑ **Les menus ne peuvent être considérés comme des abats consommables en l'état, mais ils permettent une bonne valorisation**

85% valorisées dans l'échantillon

- ❑ **Les rognons peuvent être:**

- ✓ Vendus avec la carcasse (bouchers)
- ✓ Sinon séparés, UVCI pour GMS
- ✓ Ou pet food



- ❑ **Les ris et les animelles peuvent représenter une valorisation non négligeable, mais restent des produits avec une diffusion confidentielle**

60/70% valorisées dans l'échantillon





# Estimation du potentiel de production

Taux de prélèvement estimé sur les volumes totaux

|               | Volumes abats agneaux Alim. humaine | Volumes corrigés abats agneaux Pet Food | Volumes corrigés abats agneaux Equarissage |
|---------------|-------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------|
| Foie          | 65%                                 | 20%                                     | 15%                                        |
| Poumons       |                                     |                                         |                                            |
| Cœur          |                                     |                                         |                                            |
| Ris           | 45%                                 | 0%                                      | 55%                                        |
| Rognons       | 85%                                 | 5%                                      | 10%                                        |
| Langue        | 85%                                 | 0%                                      | 15%                                        |
| Cervelle      | 40%                                 | 0%                                      | 60%                                        |
| 4 pieds       | 45%                                 | 0%                                      | 55%                                        |
| Animelles     | 50%                                 | 0%                                      | 50%                                        |
| Panse         | 60%                                 | 0%                                      | 40%                                        |
| Menus         | 80%                                 | 0%                                      | 20%                                        |
| <b>6702 t</b> | <b>4124</b>                         | <b>591</b>                              | <b>1987</b>                                |

Valorisation potentielle sortie abattoir estimée entre **6 et 8€/animal**, soit **3,6 à 5,5 €/kg**

CA potentiel: **24 à 37 M€**

(*≈ 5 à 8% du CA viande ou 70 à 90% du coût abattage*)

Pieds: **-3 M€**  
 Panse  
 Cervelles: **- 3 M€**  
**Foies parasités: - 0,3 M€**  
 + Faible valorisation dans les abattoirs traitant des faibles volumes

CA estimé: **14 M€**





# Import / export

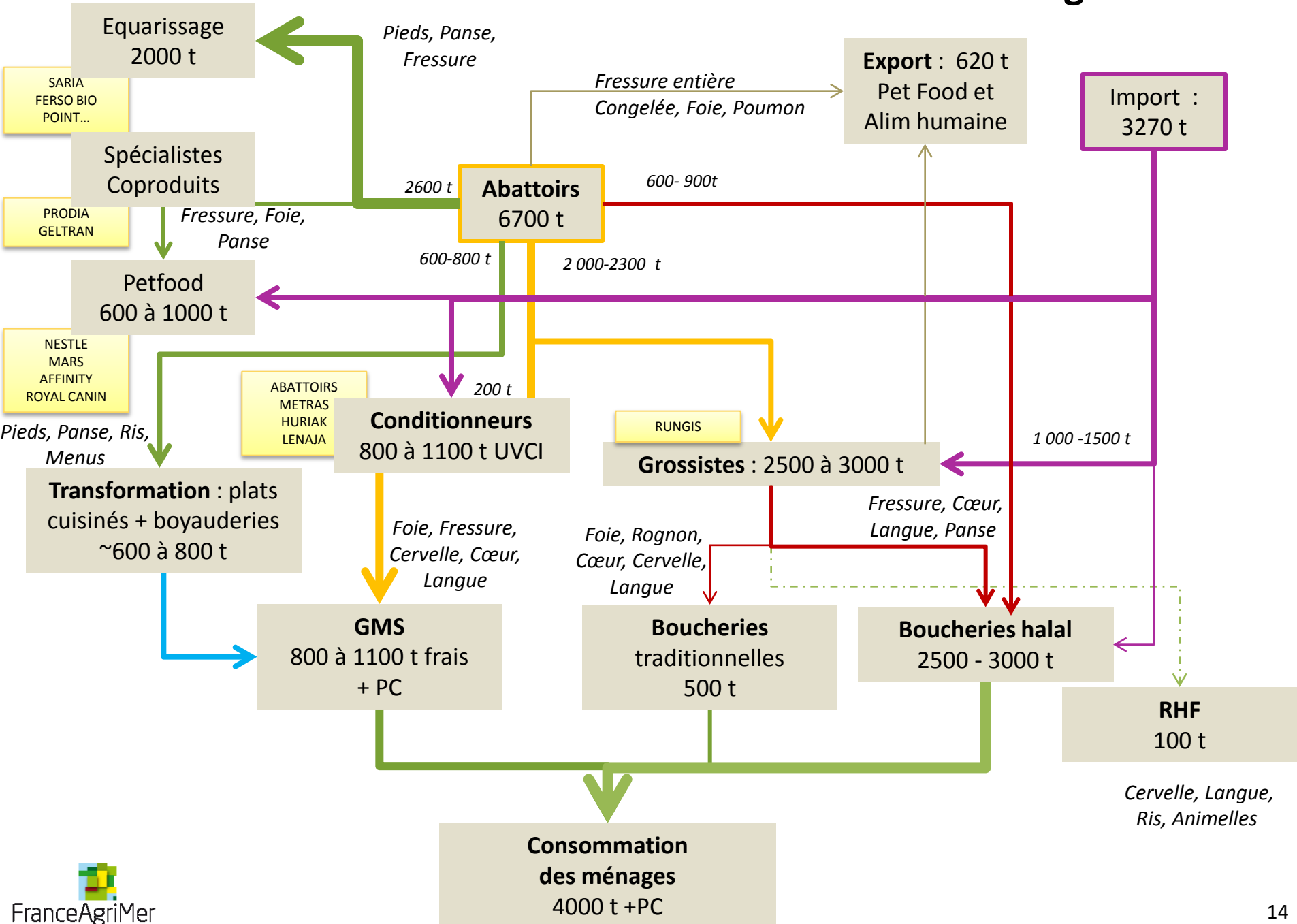
|        | Frais | Congelé | Totaux      |
|--------|-------|---------|-------------|
| Import | 2100  | 1171    | <b>3271</b> |
| Export | 268   | 353     | <b>621</b>  |
|        |       |         | <b>2650</b> |

Source : Douanes pour l'année 2009

- ❑ On importe près de 3280 tonnes d'abats ovins, dont les 2/3 en frais
  - ✓ Il s'agit principalement de **fressures, foies, cœur, cervelles, animelles**
  - ✓ Les importations ont lieu toute l'année, avec des hausses pendant les mois de faiblesse de l'offre, mais aussi de pics de la demande
- ❑ On a exporté en 2009, 620 tonnes d'abats ovins dont 57% en congelé, vers :
  - ✓ En frais, la Grèce (65%), l'Allemagne, la Belgique, l'Italie (moins de 10% chaque)...
  - ✓ En congelé : Espagne et Royaume-Uni (29% chaque), Grèce (20%), Italie (9%)
- ❑ Les CA/kg sont sensiblement les mêmes en import (1,65 €/kg) et en export (1,7 €/kg)
- ❑ A noter que la France est un des seuls pays consommateurs d'abats d'ovins en Europe, avec le Royaume-Uni (communauté pakistanaise), et dans une moindre mesure l'Allemagne et l'Italie. Rungis est une des plaques tournantes de l'importation
- ❑ Au total, entre la production valorisable et la balance import/export, il reste **6 700 tonnes** d'abats commercialisables avec les disponibilités sortie abattoir



# Estimation des débouchés des abats d'agneaux



# Opportunités de développement / valorisation de la filière

---



# Synthèse

- ❑ Un marché déficitaire (3000 t importées) :
  - ✓ Déficit de produit structurel : import de fressure
  - ✓ Déficits saisonniers : cervelles ; en partie compensés par du congelé
  - ✓ Un déficit qui se creuse
  
- ❑ Une demande qui évolue :
  - ✓ Une baisse de la consommation traditionnelle, plutôt haut de gamme
  - ✓ Une hausse de la consommation halal
  
- ❑ Mais des grossistes plutôt pessimistes : diminution de leur source d'approvisionnement, compétition avec la GMS, forte saisonnalité
  
- ❑ Une offre qui pourrait s'améliorer :
  - ✓ Un produit français qui ne répond pas à l'ensemble de la demande (notamment en matière de conditionnement)
  - ✓ Des volumes importants saisis ou non valorisés (cervelles, langues), malgré une demande qui se maintient
  - ✓ Une partie des abats liés aux ovins de réforme difficilement valorisable







# Synthèse

- ❑ Les leviers pour améliorer la valorisation de la filière sont essentiellement de 2 ordres :
  - ✓ **Développement de l'offre en abats français**
    - Levier élevage (parasitisme)
    - Levier abattoir (petits outils principalement)
    - Lobbying réglementaire
    - Traçabilité pour rassurer le consommateur
  - ✓ **Développement de la demande**
    - Gamme de produits transformés halal
    - Informations consommateurs sur les avantages nutritionnels
    - Informations transformateurs et développement de l'innovation
- ❑ L'ensemble des actions à envisager devra tenir compte de la taille de la filière (20 à 30 M€) et ne pas envisager des actions structurantes surdimensionnées.





# PISTES D'ACTION

**SECTEUR CONCERNE :**

**ELEVAGE**

**OBJECTIF :** Améliorer l'hygiène (de nombreux parasites pourraient être évités si les chiens des éleveurs étaient vermifugés) et éviter les saisies en abattoir

**MOYENS A METTRE EN ŒUVRE :** Diffusion d'un message technique via les réseaux traditionnels et économiques. Bonification/malus à la carcasse. Remontée d'informations nécessaires par la DSV.

**ACTEURS :** Vétérinaires praticiens, DSV, éleveurs, OP, abattoirs, réseaux techniques

**ABATS CONCERNES :**

**FOIE**

**ENJEU :**

**300 K€**

**IMPORTANCE DE L'ACTION :**



**UN ENJEU ASSEZ LIMITE**

**FACILITE DE MISE EN ŒUVRE :**



**DIFFICILE D'ATTEINDRE 0 PARASITE!**





# PISTES D'ACTION

**SECTEUR CONCERNE :**

**ABATTAGE**

**OBJECTIF :** Développer la valorisation des abats d'ovins dans les petites structures en améliorant la connaissance des produits

**MOYENS A METTRE EN ŒUVRE :** Formation ou édition d'un guide technique à destination des abattoirs qui indiquerait tous les tenants et les aboutissants de la valorisation des abats. Financements d'équipements ?

**ACTEURS :** FNICGV, INTERBEV, CNFT, FNEAP...

**ABATS CONCERNES :**

**TOUS**

**ENJEU :**

**3 000 à 4 000 K€**

**IMPORTANCE DE L'ACTION :**



**UN ENJEU FORT POUR TOUS**

**FACILITE DE MISE EN ŒUVRE :**



**ASSEZ FACILE**





# PISTES D'ACTION

**SECTEUR CONCERNE :**

**TRANSFORMATION**

**OBJECTIF :** Développer la demande d'abats pour développer leur valorisation. S'assurer de l'origine française des produits

**MOYENS A METTRE EN ŒUVRE :** Faire une étude de marché sur les PC halal à base de viande et d'abats ovins et la rendre publique

**ACTEURS :** France AGRIMER, INTERBEV, CNFT

**ABATS CONCERNES :**

**PIEDS, PANSES, LANGUE**

**ENJEU :**

**ND**

**IMPORTANCE DE L'ACTION :**



**VOLUME OUI, MAIS RISQUE DE DIVERSITE D'APPROVISIONNEMENT**

**FACILITE DE MISE EN ŒUVRE :**



**ASSEZ FACILE**





# PISTES D'ACTION

**SECTEUR CONCERNE :**

**TRANSFORMATION**

**OBJECTIF :** Développer l'offre d'abats de type PAI (Produits Alimentaires Intermédiaire), pour développer la demande de consommation des ménages ou celle de la RHD (logique d'assemblage)

**MOYENS A METTRE EN ŒUVRE :** Cofinancer des travaux de R&D (Crédit Impôt Recherche ?) Lancer un Appel à Projet auprès de transformateurs pré-identifiés

**ACTEURS :** France AGRIMER, INTERBEV, CNFT

**ABATS CONCERNES :**

**TOUS**

**ENJEU :**

**ND**

**IMPORTANCE DE L'ACTION :**



**VOLUME OUI, MAIS RISQUE DE DIVERSITE D'APPROVISIONNEMENT**

**FACILITE DE MISE EN ŒUVRE :**



**MONTAGE FINANCIER DIFFICILE ?**





# PISTES D'ACTION

**SECTEUR CONCERNE :**

**CONSOMMATION**

**OBJECTIF :** Développer la demande, au-delà de la demande halal qui progresse. Améliorer l'image des produits auprès des non-consommateurs

**MOYENS A METTRE EN ŒUVRE :** Réaliser une campagne de communication auprès des consommateurs en insistant sur les aspects nutritionnels et hédoniques.

**ACTEURS :** France AGRIMER, INTERBEV, CNFT

**ABATS CONCERNES :**

**TOUS**

**ENJEU :**

**ND**

**IMPORTANCE DE L'ACTION :**



**DES ENJEUX IMPORTANTS POUR  
MAINTENIR LA CONSOMMATION**

**FACILITE DE MISE EN ŒUVRE :**



**DIFFICILE DE FAIRE SEUL**





# SUITES POSSIBLES DE L'ETUDE

- ❑ **Des actions sont déjà en cours** parmi les pistes d'actions proposées
  - ✓ Communication nutritionnelle sur les abats, Mois de la triperie en novembre
  - ✓ Négociations pour la problématique des cervelles > 6 mois (pour l'instant bloquées)
  - ✓ Echange avec la DGAL pour la problématique des remontées d'informations sur les saisies en abattoir
  
- ❑ D'autres actions semblent être envisagées à court terme :
  - ✓ Réunir au sein de l'interprofession un groupe d'acteurs constitué de grossistes et d'industriels pour échanger sur les **cahiers de charges concernant le conditionnement et la présentation des produits français** qui semblent perfectibles face à la concurrence étrangère
  - ✓ Définir un **guide des Bonnes Pratiques**, qui serait présenté aux abatteurs ultérieurement
  - ✓ Elaborer un **Catalogue Commercial** présentant les produits, leur valorisation, les débouchés potentiels, les acteurs du secteur, en lien avec les codes de produits internationaux (pour de futures possibilités d'export)





## SUITES POSSIBLES DE L'ETUDE

- ❑ Enfin, sur des problématiques de R&D et d'innovation, le chemin semble plus difficile
  - ✓ 3 voies d'innovations sont envisagées :
    - **R&D sur des aspects services** : tranchage, portions, UVCI...  
→ Les spécialistes du conditionnement semblent pouvoir innover seul
    - **R&D sur l'utilisation des abats dans de nouveaux plats cuisinés ou comme PAI**  
→ Les entreprises peuvent aborder le sujet sans faire un focus sur les abats (a fortiori ovins). Se pose également la problématique de la propriété intellectuelle des résultats
    - **R&D sur les propriétés fonctionnelles** des composants des abats  
→ Un travail a déjà été engagé par la profession sans donner beaucoup de résultats. Il est nécessaire d'approfondir les recherches
  - ✓ Face à une érosion de la consommation traditionnelle et aux évolutions de comportement de consommateur, nous ne pouvons que souligner **le besoin de stimuler la R&D dans ce secteur**, même si les mécanismes de soutien sont encore à définir

