

PRÉSENTÉS À BARCELONE AU 3^E FORUM D'INFORMATION ORGANISÉ PAR HUBBARD

Poulet Premium: des concepts variés et porteurs

Hubbard a organisé cette année son 3^e forum dédié au poulet de chair Premium. Les différents concepts, en Europe et au niveau mondial ont été mis à l'honneur, tout comme les avancées du sélectionneur: Big Data, conseils techniques ainsi qu'une nouvelle souche Premium en phase test terrain, proposant un positionnement plus économique. D'ici à 2025, la part des poulets Premium devrait passer de 8 à 25 % en Europe.



Avec 179 participants de 34 nationalités, le 3^e forum Hubbard Premium s'est traduit par une fréquentation et une internationalisation croissante par rapport aux deux premières éditions.

Le 3^e forum Hubbard Premium s'est tenu du 20 au 22 mai 2019 à Barcelone. Avec 179 participants de 34 nationalités, il s'est traduit par une fréquentation et une internationalisation croissante par rapport aux deux premières éditions (Pays-Bas en 2015 et Portugal en 2017). L'objectif de ce forum était triple: permettre aux participants de mieux se connaître; échanger sur la R & D et partager des informations « terrain »; améliorer les connaissances sur les produits Hubbard et le moyen d'obtenir les meilleures performances sur le segment Premium.

« La France reste un modèle en termes de segmentation du marché de la volaille », rappelle en introduction Paul van Boekholt, responsable Marketing Hubbard. L'Hexago-

ne distingue ainsi le poulet Conventionnel, CQC (Critères Qualité Certifiés) ou « Certifié » (56 jours), Label Rouge (81 jours), Bio et AOC (par ex. poulet de Bresse).

UN MARCHÉ TRÈS PROMETTEUR...

Mais les initiatives se multiplient à l'international. Après les Pays-Bas (système « Beter Leven » à 3 étoiles depuis 2007, « Chicken of Tomorrow » depuis 2013) et le Royaume-Uni (« RSPCA Assured » notamment), l'Autriche, le Danemark (système à 3 coeurs depuis 2018), la Norvège, la Bel-

gique (projet « De Andere Kip » pouvant se traduire par « l'autre poulet ») ou l'Allemagne (notes de 1 à 4) introduisent de nouveaux standards.

Au niveau mondial, plusieurs initiatives ont vu le jour pour améliorer le bien-être animal: GAP (Global Animal Partnership) depuis mai 2018 aux États-Unis et au Canada, ECC (European Chicken Commitment) en Europe. En Amérique du Nord, le projet GAP concerne plusieurs espèces, dont le poulet de chair. Cela va se traduire par l'adoption d'ici 2026 de souches sélectionnées sur des critères de bien-être animal: une densité abaissée, une différenciation génétique par le GMQ (Gain Moyen Quotidien) et un environnement enrichi (lumière naturelle, balles de paille, perchoirs, etc.). Mi 2019, plus de 100 opérateurs ont déjà signé



« LA PRESSION SUR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL VA CONTINUER ».

Paul van Boekholt, responsable Marketing Hubbard

l'engagement GAP. En Europe, le projet ECC a été initié par les principales organisations non gouvernementales européennes en faveur du bien-être animal. D'ici 2026, les objectifs pour 100 % des poulets de chair sont les suivants : une densité maximale de 30 kg/m², l'adoption de souches ayant démontré des bénéfices en termes de bien-être animal, au moins 50 lux de lumière (incluant la lumière naturelle), au moins 2 mètres de perchoir utilisables et 2 substrats à picorer par lot de 1000 animaux, etc. Parmi les signataires du projet ECC figurent de grands groupes agroalimentaires, comme Danone, Nestlé et Unilever, mais aussi des distributeurs comme >>

Comparatif

COÛTS DE PRODUCTION : LES PAYS TIERS PLUS COMPÉTITIFS

Peter van Horne, chercheur à l'Université de Wageningen (Pays-Bas) a collecté et comparé les données 2017 de production de volaille dans 9 pays européens et 6 pays tiers. Le coût moyen de production de poulet de chair (poussin d'1 jour, aliment, travail, bâtiment) en Europe est de 82,5 centimes d'euros par kilo de poids vif (+/- 5 %). « Dans les pays tiers tels que le Brésil ou l'Ukraine, c'est 20 à 25 % de moins », constate l'expert. Si l'on y ajoute les coûts d'abattage, la moyenne monte à 145 centimes d'euros par kilo de carcasse (+/- 7 %) en Europe. Le chiffre est inférieur de 24 % au Brésil et de 22 % en Ukraine. Des écarts qui s'expliquent notamment par des exigences réglementaires très différentes, tant en termes de bien-être animal, que d'environnement ou de sécurité alimentaire. En quelques années, l'Ukraine s'est imposée comme un nouveau compétiteur de poids, grâce à de faibles coûts de production, mais aussi des conditions commerciales favorables (quotas d'importation européens en croissance).

Le chercheur a par ailleurs comparé les coûts de production sur le marché néerlandais. De quoi mettre en évidence les surcoûts liés au choix du Premium. « Le « Chicken of Tomorrow » coûte 18 % de plus et le poulet « Beter Leven - 1 étoile » 39 % de plus à produire que du poulet conventionnel. En Bio, le surcoût est de... 185 % ! », signale Peter van Horne.



Peter van Horne,
chercheur à
l'Université de
Wageningen
(Pays-Bas)

>> Waitrose ou Marks & Spencer; Elior ou bien encore les groupes Sodexo, Aramark, Compass et Elior. « *Le débat est aussi politique et la pression sur le bien-être animal va continuer* », insiste Paul van Boekholt. En témoigne le débat organisé au Parlement européen le 6 mars 2019 sur le thème du bien-être des poulets de chair. Ont notamment été évoqués les restrictions alimentaires, les mutilations et l'importante mortalité au niveau parental, ou encore le manque de données venant des sélectionneurs et des couvoirs. « *L'écart se creuse avec le Conventionnel, ce qui laisse probablement de la place pour un nouveau concept situé entre le Conventionnel et les concepts actuels 56 jours et 81 jours* », estime Paul van Boekholt.

LES POULETS « CONCEPTS » PROGRESSENT

Le marché du Premium en général est plus que jamais prometteur. « *En 2019, la part des poulets « concepts » (non Conventionnels) est en moyenne de seulement 8 % en Europe mais elle progresse et devrait atteindre 20-25 % en 2025* », assure Nan-Dirk Mulder, spécialiste des protéines animales chez Rabobank. La moyenne actuelle cache aussi de grandes disparités. En France, ce taux est de 24 % (Label Rouge, certifié et Bio) et aux Pays-Bas de 40 %. Plus généralement, deux zones s'opposent. En Europe du Nord, l'évolution peut se résumer ainsi : « *moins de volumes, plus de valeur* ». A contrario, en Europe centrale et de l'Est, la priorité est mise sur la croissance des volumes, avec des coûts de production imbattables sur le Conventionnel. « *La production se déplace vers l'Europe centrale et de l'Est, avec une domination croissante de l'industrie polonaise* », souligne Nan-Dirk Mulder.

Pour rivaliser, le seul choix est d'aller sur le terrain de la valeur. « *Il faut suivre les changements sociétaux, préconise le spécialiste : bien-être animal, environnement, conditions de production, santé* ». Cela passe par des stratégies de différenciation et les investissements

dans des produits à forte valeur ajoutée, mais aussi une optimisation des coûts de production (par exemple en valorisant mieux les têtes, les pattes, etc.). Autre évolution attendue par Rabobank : « *d'ici 5 à 10 ans, l'industrie de la volaille va passer d'une logique nationale à une logique par grande zone européenne* ». La consolidation des acteurs va en ce sens, avec ce top 5 2018 selon Rabobank : LDC, Plukon, PHW Gruppe, 2SFG, Moy Park. S'adapter à un consommateur changeant n'est pas simple. « *Le consommateur est « hybride » : il recherche à la fois des produits très premium et de l'autre des produits très économiques, et non plus des produits milieu de gamme* », insiste Nan-Dirk Mulder. Les opportunités de segmentation (santé, bien-être, local, etc.) sont nombreuses. D'autres évolutions doivent aussi être prises en compte par les industriels : les attentes plus « premium » de la restauration hors domicile, le boom du commerce en ligne, les nouvelles technologies (Big Data, Blockchain, intelligence artificielle, génomique) ou encore le changement des modèles de distribution.

LES ENGAGEMENTS DE HUBBARD

Du côté de Hubbard, les changements ont été importants depuis le dernier Forum à Porto en 2017. Le sélectionneur n'appartient plus au groupe Grimaud mais au groupe familial EW, dont le groupe Aviagen® fait partie. « *Hubbard reste une entreprise indépendante au sein du groupe Aviagen®* », rappelle Olivier Rochard, directeur général. Hubbard conserve donc sa propre R & D et ses propres équipes commerciales, administratives et support client, tout en bénéficiant du soutien scientifique et financier du groupe Aviagen®. Un point important quand on sait que les investissements R & D de Hubbard s'élèvent à 10 millions de dollars aux États-Unis pour le programme de sélection sur la gamme Conventionnelle et à 8 millions d'€ en France pour le programme de

sélection sur la gamme Premium. Les coûts de fonctionnement atteignent 6 M€ par an, juste pour le programme de sélection Premium. « *Notre génétique vise une large gamme de schémas de production. Hubbard livre des œufs et poussins de qualité premium, sans aucun usage d'antibiotiques* », souligne Olivier Rochard. L'entreprise s'engage sur plusieurs points. Certains sont techniques : continuer à investir davantage en R & D avec les dernières technologies, en s'intéressant à de nombreux caractères génétiques ; apporter plus de progrès génétiques à l'industrie, plus rapidement. D'autres sont économiques : maintenir le coût de la viande premium le plus proche possible du conventionnel, apporter plus de valeur ajoutée aux opérateurs de la filière. Enfin, certains engagements visent à mieux comprendre le marché : écouter les consommateurs pour leur apporter la meilleure réponse et anticiper leurs attentes ; s'adapter à un environnement changeant avec des préoccupations croissantes sur le bien-être animal, la biodiversité, le réchauffement climatique ou le développement durable. Olivier Rochard insiste sur un autre point fondamental : « *Le Big Data et le traitement des données vont révolutionner notre industrie* ».

LES DERNIERS DÉVELOPPEMENTS PRODUIT

Bruno Briand, directeur commercial EMOA Hubbard (Europe, Moyen-Orient et Afrique) explique qu'une nouvelle reproductrice Premium est en cours de développement. « *L'idée est de*

« NOTRE GÉNÉTIQUE VISE UNE LARGE GAMME DE SCHÉMAS DE PRODUCTION. HUBBARD LIVRE DES ŒUFS ET POUSSINS DE QUALITÉ PREMIUM, SANS AUCUN USAGE D'ANTIBIOTIQUES ».

Olivier Rochard, directeur général Hubbard



« HUBBARD TESTE UN NOUVEAU PRODUIT POTENTIEL QUI GARDERA LA ROBUSTESSE D'UNE SOUCHE À CROISSANCE LENTE TOUT EN SE RAPPROCHANT ÉCONOMIQUEMENT DU PRIX DU CONVENTIONNEL ».

Bruno Briand, directeur commercial EMOA Hubbard



combler un manque entre la femelle de la gamme Premium Hubbard JA87 et la gamme Conventiionnelle Hubbard. Ce produit en phase de test terrain gardera la robustesse d'une souche à croissance lente, tout en se rapprochant économiquement du prix du conventionnel », explique Bruno Briand. Pas encore commercialisé, le produit conviendrait en particulier aux exigences GAP et ECC. Pour le moment, la gamme Premium Hubbard compte 3 lignées de femelles non récessives (Hubbard JA57, JA57K et JA87K), 2 lignées récessives, avec des plumes noires sur la queue (Hubbard JA57 Ki et RedBro Mini) et une lignée à plumes entièrement noires (Hubbard P6N). Les lignées mâles Hubbard se présentent aussi en plusieurs catégories. Pour le Label Rouge, les mâles à croissance lente (28 g/j) sont croisés avec la femelle Hubbard JA57. En Free Range traditionnel, on privilégie les mâles à

croissance intermédiaire (par exemple: Hubbard Redbro x JA57) pour un GMQ de 35 g. En Bio ou en Free Range dans les pays d'Europe du Nord, on retrouve les mâles Hubbard ColorYield. Enfin, Hubbard propose des mâles conventionnels: le mâle Hubbard M99 à pattes et peau blanches, et le mâle Hubbard M77 à pattes et peau jaunes. Ces derniers sont utilisés en France pour le Certifié (croisés avec des femelles Hubbard JA57, GMQ de 41 g), en Free Range ou élevage extensif en bâtiment, mais aussi pour les « Beter Leven » et « Chicken of Tomorrow » aux Pays-Bas (avec JA57 ou JA87, GMQ de 45 à ou 50 g). Des progrès génétiques importants ont été apportés par Hubbard au mâle conventionnel M77 jaune: - 6 points d'indice de consommation, + 1,2 % de rendement filet. Sur le mâle ColorYield, c'est - 8 points

« SÉLECTIONNER
EN ÉTANT AU PLUS
PROCHE DES
CONDITIONS DE
PRODUCTION DE
NOS CLIENTS ».

Frédéric Fagnoul,
directeur R & D
Hubbard



d'indice de consommation, + 1,2 % de rendement filet et une meilleure stabilité de la couleur.

DES TECHNOLOGIES DE SÉLECTION PLUS POINTUES

De quelques critères de sélection en 1970, on est passé à près de 20 en 2019! Les investissements -colossaux- de Hubbard en R & D poursuivent plusieurs buts. « Il s'agit à la fois d'améliorer la précision des mesures, d'augmenter l'intensité de sélection et d'être plus proche des conditions de production de nos clients », explique Frédéric Fagnoul, directeur R & D Hubbard. Cela implique des technologies pointues: puces RFID, CT-scan, assignation de parenté, etc. Le CT-scan est une technologie non invasive et non destructive. Celle-ci permet d'estimer très précisément le rendement filet. En >>

>> la combinant à d'autres mesures que sont la conformation (mesurée sur tous les oiseaux, mais avec une pertinence moyenne) et la découpe (nombre moyen d'animaux, pertinence haute), cela permet d'estimer au mieux le potentiel génétique de chaque animal. Cette technologie est également utilisée pour évaluer le volume testiculaire des mâles. « La taille des testicules est prédictive de la fertilité », explique Frédéric Fagnoul. L'assignation de parenté utilise des tests ADN (prise de sang réalisée à 7 jours), lesquels permettent également de connaître précisément les filiations. Pour se rapprocher des conditions d'élevage, la sélection Hubbard est réalisée en bâtiment sol uniquement. « Cela permet d'évaluer de nouveaux caractères, tels que le comportement de ponte ou le comportement avec les congénères », indique Frédéric Fagnoul. Pour une sélection indice de consommation plus précise, chaque poussin est équipé d'une puce RFID qui permet de l'identifier à chaque fois qu'il va manger. On peut donc lier indice de consommation et comportements alimentaires. « Un oiseau qui va moins souvent manger, mais prend de plus gros repas, a un meilleur indice de consommation », constate le spécialiste. Hubbard teste désormais les animaux dans plusieurs types d'environnement. « Dans les fermes pedigree, les conditions de biosécurité sont au maximum, tout comme l'éclairage et l'alimentation, cela permet d'exprimer le potentiel génétique maximum des animaux », rappelle Frédéric Fagnoul. S'y ajoutent d'autres fermes, plus proches des conditions d'élevage, pour évaluer la robustesse des animaux en conditions moins optimales. Les critères étudiés sont variés : emplumement, dyschondroplasie tibiale, mortalité, pododermatites, etc.

RÉDUIRE LES EFFETS DE LA SAISONNALITÉ DE LA CROISSANCE

Si la croissance des poulets conventionnels peut être affectée par la saisonnalité, le phénomène concerne également les poulets Premium, avec des effets parfois significatifs. Or, le marché exige des carcasses homogènes tout au long de l'année et la marge des

éleveurs est impactée par la vitesse de croissance. Cette saisonnalité de la croissance tient surtout à une moindre prise alimentaire en cas de températures élevées. Le phénomène concerne principalement l'Europe du Sud, puisqu'en Europe du Nord, l'écart est à peine d'une journée sur la même souche.

Les conséquences de la saisonnalité devraient se faire encore davantage sentir dans le futur. Selon les projections, le réchauffement climatique va se traduire par davantage de jours avec une température supérieure à 35 °C combinés à des nuits avec une température supérieure à 20 °C dans les années et décennies à venir.

« Pour réduire les effets de la saisonnalité sur le poulet Premium, plusieurs méthodes peuvent être combinées », explique Claude Toudic, chef de produit gamme Premium Hubbard. En hiver, l'objectif est de réduire la croissance en abaissant la densité nutritionnelle, en détériorant la présentation de l'aliment, en ajustant le nombre de repas et en appliquant la lumière naturelle dès le milieu de la 1^{re} semaine d'élevage. A contrario, augmenter le poids vif durant les mois chauds se révèle plus complexe. « Retarder le ramassage ne peut pas être la seule solution mais elle est nécessaire », prévient Claude Toudic. Il suggère de préférer des aliments présentés sous forme de granulés ou de miettes grossières. D'un point de vue nutritionnel, il faut remplacer une partie de l'amidon par de la matière grasse et augmenter le niveau des acides aminés. Une piste complémentaire consiste à stimuler l'alimentation la nuit en éclairant 1 ou 2 heures.

Surtout, il est nécessaire de rafraîchir les animaux. « Pour les poulets à croissance intermédiaire ou lente élevés selon des standards européens, il est plus simple de retirer la chaleur au niveau du bâtiment qu'au niveau des oiseaux », constate Claude Toudic. Les poulets sont 3 fois mieux « isolés » (par unité de surface corporelle) à 40 jours qu'à 20 jours, grâce à leurs plumes. Or, si la plupart des

poulets conventionnels sont abattus avant que leur plumage ne soit achevé, ce n'est pas le cas des poulets à croissance lente ou intermédiaire. Lesquels restent trois à sept semaines avec un plumage complet.

Les « pad cooling » ou la brumisation sont efficaces mais coûteux : nécessité d'avoir de gros ventilateurs, consommation d'eau élevée. « Une piste intéressante mais encore peu utilisée combine l'utilisation de sprinklers et de la ventilation », évoque Claude Toudic. Cette méthode économique a été testée avec succès aux États-Unis ces dernières années. Les sprinklers déposent de l'eau directement sur les plumes des oiseaux par courts cycles de 20 ou 30 secondes toutes les 20 à 30 minutes, durant les heures les plus chaudes.

En élevage plein air, les extensions de toit, les haies d'arbustes ou encore les abris artificiels permettent d'attirer les animaux dehors. L'avantage est double : les animaux sont protégés du soleil et la densité est réduite.

LE PARTAGE DES DONNÉES, CLÉ DU SUCCÈS ?

Mathieu Lardière, responsable technique Hubbard EMOA, a analysé les données de 700 000 reproductrices Hubbard JA57 (87 troupeaux, 7 pays) et 680 000 reproductrices Hubbard JA87 (90 troupeaux, 9 pays) mises en place entre juin 2017 et juin 2018. « Partager les données est la clé du succès », estime-t-il. Ses conclusions sont formelles : « la génétique est un élément essentiel pour l'obtention de bonnes performances mais le management des reproducteurs tient aussi une place importante pour exprimer le potentiel génétique ». Hubbard a fait évoluer en ce sens ses recommandations techniques. Gérer la maturité sexuelle s'avère crucial. Les femelles Hubbard JA57 ou JA87 ne doivent pas entrer en ponte avant l'âge de 23 semaines, afin de maximiser la taille des premiers œufs, la persistance de ponte et les premières éclosions. Au niveau de l'appétit, le comportement alimentaire des reproductrices Hubbard JA57 et JA87 est très proche des reproductrices ponte ou des

« UNE PISTE INTÉRESSANTE MAIS ENCORE PEU UTILISÉE COMBINE L'UTILISATION DE SPRINKLERS ET DE LA VENTILATION TUNNEL ». Claude Toudic, chef de produit gamme Premium Hubbard



pondeuses commerciales. Dans le cas de la Hubbard JA57, l'ingéré alimentaire doit augmenter de 42 % en moins de 10 jours, passant de 88 g/jour à 10 % de ponte journalière à 125 g/jour à 60 % de ponte journalière. « *Si l'appétit est insuffisant pendant cette période clé, le poids des œufs ne sera pas optimisé, ce qui aura un impact négatif à l'éclosion* », souligne Mathieu Lardière. Les 10 premières semaines sont, elles, très importantes pour le développement du squelette. Pour arriver à ces objectifs, Hubbard a revu les profils de croissance des deux souches, en focalisant l'attention sur la période de 0 à 35 jours. « *Il est très important de bien s'assurer que les poids restent dans la cible, en jouant sur les programmes lumineux et l'alimentation* », insiste Mathieu Lardière. Le tout en tenant compte des particularités de son élevage, de la saison et de la localisation.

ALIMENTATION: TENIR COMPTE DES SPÉCIFICITÉS

L'alimentation constitue un point stratégique, tant en parental qu'en poulet de chair. « *L'alimentation des reproductrices Premium mini a ses propres caractéristiques. Elle est différente de l'alimentation des parentales pondeuses, et de celle des reproductrices Conventionnelles* », insiste James Bentley, responsable Nutrition Hubbard. Le démarrage (10 premiers jours) est crucial. Contrairement aux reproductrices Conventionnelles (mini ou

pas), l'alimentation des femelles Hubbard JA57 et JA87 doit être ad libitum et non restreinte. Cela implique une variabilité supérieure d'un lot à l'autre et d'un élevage à l'autre. Retarder la maturité (âge de ponte du 1^{er} œuf) par un programme lumineux permet d'obtenir de plus gros œufs. Pour optimiser la prise alimentaire des poulets, l'éleveur peut jouer sur la forme physique de l'aliment (farine ou granulés) et doit prendre en compte la météo. En cas de fortes chaleurs, il faut chercher à améliorer la prise alimentaire en augmentant la ventilation et l'appétence de l'aliment, et en favorisant l'alimentation nocturne (quand il fait plus frais). « *L'éleveur doit s'assurer du poids d'aliment ingéré, tandis que les nutritionnistes optimisent la part de chaque nutriment et le coût de la formule* », précise le spécialiste. Il recommande aux éleveurs de peser souvent les poulets, « *pas seulement pour le planning mais aussi pour pouvoir ajuster l'alimentation en cas de croissance non correcte* ». En label et en certifié, les conseils d'alimentation sont souvent difficiles à généraliser. « *Ce qui est bon pour vous n'est pas forcément ce qui est écrit dans un guide, ce que fait votre voisin ni ce que vous avez fait l'an dernier, mais il existe des solutions* », assure James Bentley. Hubbard propose des recommandations nutritionnelles adaptées à 4 grands types de productions Premium et aux contraintes locales, voire individuelles. ● F.R.-R. >>

**« LA GÉNÉTIQUE EST UN ÉLÉMENT
ESSENTIEL POUR L'OBTENTION DE
BONNES PERFORMANCES
MAIS LE MANAGEMENT DES
REPRODUCTEURS TIENT
AUSSI UNE PLACE IMPORT-
ANTE POUR EXPRIMER
LE POTENTIEL GÉNÉ-
TIQUE ».**

**Mathieu Lardière, responsable
technique EMOA
Hubbard**

**« CE QUI EST BON POUR VOUS
N'EST PAS FORCÉMENT CE QUI EST
ÉCRIT DANS UN GUIDE,
CE QUE FAIT VOTRE VOI-
SIN NI CE QUE VOUS
AVEZ FAIT L'AN DER-
NIER ».**

**James Bentley, responsable
nutrition Hubbard**



>> DES EXEMPLES PREMIUM À L'INTERNATIONAL

Les Pays-Bas, leader du Premium en Europe

● Le « Beter Leven » est un système hollandais basé sur le bien-être animal, se traduisant par une notation de 1 à 3 étoiles. En poulet de chair, 1* correspond à des animaux à croissance lente (max 45g/j), élevés 56 jours en bâtiment avec un jardin d'hiver, un environnement enrichi et de la lumière naturelle. 2* correspondent à des animaux élevés 56 jours, avec un accès extérieur d'1 m² par oiseau. La note maximale de 3* est attri-

buée aux poulets Bio ou aux animaux élevés selon des standards de bien-être équivalents au Label Rouge français. La démarche « Beter Leven » est née en 2007, à l'initiative de la DSPA (Société hollandaise pour la protection des animaux Dierenbescherming), principale ONG des Pays-Bas sur le bien-être animal. « L'association est propriétaire du logo, gère les critères et la communication, mais ne tire pas de revenus du label », précise Suzanne Groot, conseillère politique de « Dierenbescherming ». Sur un plan technique, les résultats semblent très satisfaisants. Le choix de souches à croissance lente a permis de diminuer les pododermatites et les problèmes de mobilité. La moindre densité offre davantage d'espace d'exploration. Le changement d'alimentation a permis de diminuer

la teneur en protéines. Le contrôle de la ventilation (alarmes, etc.) a diminué les pathologies respiratoires. L'enrichissement du milieu permet aux animaux de mieux exprimer leurs comportements naturels et d'être plus actifs. « Sur un plan médical, plus de 97 % des lots sont sans antibiotiques et la mortalité a diminué », ajoute Suzanne Groot. La moindre densité se traduit par moins d'odeurs. Les poulets sont plus sains (meilleur système digestif, litière plus sèche, moindres émissions). La limitation du temps de transport (3 heures max.) se traduit par des bénéfices environnementaux.

Le logo « Beter Leven » bénéficie d'un taux de notoriété remarquable de 88 %. Le slogan de la dernière campagne de publicité résume les ambitions de la démarche : « Meilleur pour les animaux, meilleur pour vous ».

Suzanne Groot,
conseillère politique de
« Dierenbescherming ».



LE SYSTÈME « BETER LEVEN » AUX PAYS-BAS EN 2018

- 35 millions d'animaux (vs 6 M en 2012) : poulets de chair, poules pondeuses, porcs, veaux, etc.
- 1750 fermes engagées dans la démarche
- 470 entreprises
- 4500 produits
- Env. 2 milliards d'euros de CA (hors Aldi et Lidl)
- Volaille : 21 % de part de marché en poulet de chair, 50,3 % en pondeuse

Bâtiment prototype Windstreek: un premier bilan

● Aux Pays-Bas, Robert Nijkamp élève 26000 poulets dans son bâtiment futuriste prototype Windstreek, à la forme élancée et aux larges surfaces vitrées. Avec 4 ans de recul, il dresse un bilan très positif du concept. Par rapport à un bâtiment classique, la consommation d'énergie est inférieure. Le toit est notamment équipé de panneaux photovoltaïques. Les odeurs et les émissions de NH₃ (ammoniac) sont moindres. Le bâtiment offre une ventilation naturelle, de par sa forme. Il possède également différentes zones de température. « Les animaux utilisent le jardin d'hiver même quand il fait froid », observe l'éleveur. Eshétique, le concept contribue positivement au paysage. L'aménagement

(perchoirs, bottes de paille, etc.) permet une utilisation du bâtiment en 3D. La lumière est naturelle, d'ailleurs il n'est pas possible de faire le noir dans le bâtiment. « C'est un système free range couvert, mais qui pour les animaux se rapproche beaucoup du plein air », résume Robert Nijkamp. Au niveau des performances, il n'a pas eu à utiliser d'antibiotiques depuis la mise en service du bâtiment, en 2015. L'indice de consommation s'élève à 2,07 et la mortalité moyenne à 2,4 %. L'éleveur, qui n'est jamais à court

d'idée, vient de se lancer dans un nouveau projet. Il propose des plats préparés à base de poulet, cuisinés avec des légumes et des herbes dans de jolis bocaux en verre.

« LES ANIMAUX UTILISENT LE JARDIN D'HIVER MÊME QUAND IL FAIT FROID ».

Robert Nijkamp,
éleveur



Marché espagnol : trois concepts de poulets de chair

● En Espagne, les ventes de carcasses entières représentent 30 %, celles de filet 13 % et les autres découpes 57 %. Le marché est totalement intégré, avec 24 opérateurs représentant un total de 5,8 millions de PS. Les quatre acteurs majeurs occupent à eux seuls 48 % de parts de marché. « Il existe 3 concepts de poulets de chair en Espagne », explique Miguel Valls, responsable technique et vétérinaire Hubbard. Le Conventionnel est de très loin le plus représenté (2,3 à 2,9 kg – 35 à 45 jours), avec 93,8 % des ventes. Les poulets sont plutôt lourds : les poulets de 2,8 à 2,9 kg totalisent 41 % des ventes. De son côté, le Certifié pèse pour 4,3 % du marché. Il s'agit en général du croisement de la femelle Hubbard JA 57 K/k avec un mâle à croissance intermédiaire (ColorYield) ou conventionnelle (Hubbard M77). Les poulets sont éle-

vés en bâtiments, à des densités moindres qu'en France. La durée d'élevage varie de 56 à 60 jours pour un poids final entre 2,5 à 3 kg (GMQ de 45 g/jour). « Contrairement à la France, il n'y a pas d'étiquetage commun sur le poulet Certifié en Espagne », précise Miguel Valls. Enfin, le dernier concept est une spécificité ibérique : le Campero occupe 1,9 % du marché. Il s'agit exclusivement de mâles issus de croisements entre des femelles Hubbard récessives (JA 57 Ki ou Redbro M) avec des mâles à croissance intermédiaire. Ils sont élevés de 63 à 91 jours, soit

en bâtiment, soit en plein air. Le Campero se caractérise par une couleur jaune et un poids particulièrement lourd, de 3,5 à 4 kg. En magasin, les prix de vente vont de 2,49 €/kg de carcasse (Conventionnel) à 9,50 €/kg pour le Bio. ●

>>



« LE CAMPERO SE CARACTÉRISE
PAR UNE COULEUR JAUNE ET UN
POIDS PARTICULIÈREMENT LOURD,
DE 3,5 À 4 KG ».

Miguel Valls, responsable technique et
vétérinaire Hubbard



>> Norvège: Norsk Kylling est passé du Conventionnel au 100 % Premium en 15 mois



● Lié à la chaîne de supermarchés « REMA 1000 », Norsk Kylling est une entreprise norvégienne représentant 160 éleveurs dans le centre du pays, 378 employés et 30 % de parts de marché sur le poulet. En 2016, elle se fixe un objectif pour le moins ambitieux: être la meilleure chaîne de valeur dans l'alimentaire au monde. Rien que ça! Elle prend le virage du Premium, choisit Hubbard en 2016 et opte pour le croisement Hubbard JA87 x M77. « Nous avons fait ce choix pour des raisons de bien-être animal, d'augmentation de la qualité de la viande et de baisse des taux de mortalité et de rejet », explique Hilde Talseth, directrice des opérations de Norsk Kylling. Autre décision stratégique: ne pas changer le prix du produit au niveau du

consommateur final et ne pas impacter l'économie des éleveurs. Le changement est extrêmement rapide: « Entre la prise de décision et le moment où nous produisons à 100 % du Hubbard, il ne s'est écoulé que 15 mois », souligne Hilde Talseth. Par rapport à la moyenne des poulets conventionnels norvégiens, le croisement choisi par Norsk Kylling donne de très bons résultats:

- 27 % de mortalité globale,
- 48 % de mortalité journalière (mortalité globale divisée par nombre de jours à l'abattage),
- 69 %

de taux de rejet, - 16 % de pododermatites. En parallèle, l'entreprise a amélioré des paramètres tout au long de la chaîne de valeur, de l'accoupage à l'abattoir, en passant par l'élevage et le transport. « Nous ne gagnons pas encore d'argent mais ce sera le cas quand le projet sera bouclé, avec la construction d'un nouvel abattoir automatisé, sur deux niveaux, qui sera opérationnel en 2021 », assure Hilde Talseth. ●

« NE PAS CHANGER LE PRIX DU PRODUIT AU NIVEAU DU CONSOMMATEUR FINAL ET NE PAS IMPACTER L'ÉCONOMIE DES ÉLEVEURS ».

Hilde Talseth, directrice des opérations de Norsk Kylling



Afrique de l'Est: Kenchic joue la carte pédagogique



● C'est un témoignage « exotique » qu'a livré Jim Tozer, responsable des opérations de Kenchic Ltd, fournisseur de poussins de chair pour le Kenya et l'Afrique de l'Est. Une zone où les poulets côtoient les zèbres et où il faut protéger les volailles non des renards... mais des lions! « 90 % de la population rurale possède des volailles de basse-cour, historiquement multicolores, à cou nu, pattes

emplumées et surnommées « Kienyeji » », explique Jim Tozer. 76 % des poulets proviennent d'élevages de 5 à 30 oiseaux. À la fois du fait des souches, de l'alimentation et des modes d'élevage, la productivité est très faible: 30 à 90 œufs par an, 1,65 kg de poids vif à un an. Les volailles sont vendues vivantes. En 2002, Kenchic identifie une opportunité de marché pour proposer une souche robuste et plus performante adaptée aux plus grosses basses-cours. La société importe 5000 femelles Redbro S, vendues sous le nom commercial de « Kenbro ». L'expérience est un échec complet. En 2016, Kenchic redouble d'effort, cette fois avec la femelle Redbro M (poule mini récessive). Pour satisfaire la demande en multicolore, Kenchic propose différents croisements, grâce à

plusieurs lignées mâles. Les performances enregistrées sont très bonnes: 218 à 221 œufs, 187 à 190 poussins, 89 % d'éclosion. Le système de production des reproducteurs reste simple. Pour rassurer les éleveurs, suspicieux vis-à-vis de ces poulets d'un nouveau genre, Kenchic a dû faire preuve de pédagogie et expliquer les avantages du Kenbro en termes de performances. Une stratégie marketing payante: les ventes ont augmenté de 68 % en 2018. Kenchic pèse désormais 70 % du marché des reproducteurs au Kenya. ●

FANNY ROUSSELIN-ROUSVOAL

« EN AFRIQUE DE L'EST, 90 % DE LA POPULATION RURALE POSSÈDE DES VOLAILLES FERMÈRES ».

Jim Tozer, responsable des opérations de Kenchic

