DOSSIER DE PRESSE

FÉVRIER 2014

VOLAILLE FRANÇAISE

PARLONS VRAI !

Le “scandale du horsegate” a touché la filière viande de plein fouet. Face à cette crise nous devions réagir avec force ! Seul un message percutant et la mobilisation générale des professionnels réhabiliteront la vérité auprès des consommateurs sur l’origine et la traçabilité de notre volaille dont nous sommes si fiers.

La filière Volaille Française est par ailleurs malmenée depuis de trop nombreuses années.

Si la consommation en France se porte plutôt bien, les importations ont très fortement augmenté ces dernières années avant de se stabiliser récemment.

C’est là tout l’enjeu de la stratégie de la marque “Volaille Française” :
FAIRE CONSOMMER PRIORITAIREMENT LES PRODUCTIONS FRANÇAISES.

La prise de conscience des enjeux n’est pas encore suffisamment ancrée dans l’esprit des consommateurs, des distributeurs en grande surface ou en restauration.

Devant l’urgence de reprendre des parts de marché sur notre territoire, nous avons décidé un tournant dans notre communication en la rendant volontairement militante.

Le message se simplifie à outrance pour n’en conserver que l’essentiel : **agiter les consciences pour réaliser un achat citoyen.**

La Volaille Française dispose d’une gamme très complète de produits allant de la caille à la dinde, du standard au Label Rouge, du poulet PAC aux cordons bleus et aux plats cuisinés.
Le standard, trop souvent critiqué, dispose pourtant d’atouts importants en particulier par son prix plus accessible.
La signature “Volaille Française” garantit un produit sain, correspondant aux critères actuels en matière de bien-être animal et d’environnement.
Les produits d’importation n’apportent pas les mêmes garanties et les professionnels que nous sommes le savent bien. Seul un prix plus attractif justifie l’importation, et il nous appartient de demander à nos clients et consommateurs de défendre la filière française.

C’est ce que va revendiquer, sans détour, la nouvelle campagne publicitaire 2014. Interpellons le public et incitons-le à se poser les bonnes questions avec un parler vrai, sous forme d’alerte revendicative, plébiscité par tous les professionnels de la filière réunis dans l’Association de Promotion de la Volaille Française.

Dès le mois de mars – l’APVF pour la Volaille Française, le CIPC pour le Poulet et le CIDEF pour la Dinde – mettent en commun leurs moyens et leurs discours pour convaincre les français de faire attention à leurs achats, et de donner la préférence aux Volailles Françaises.

Aidez-nous à défendre notre “Volaille Française”, et dîtes :

"NON aux volailles sans papiers" !

Roland Tonarelli
Président de l’APVF

Contact presse : Florence Beauvois • florence.beauvois@rivacom.fr • 02 23 25 62 43 • 06 51 40 59 52

VOLAILLE FRANÇAISE : UNE GARANTIE DE QUALITÉ OPTIMALE

Conçu à l'initiative de l'APVF, le logo "Volaille Française" permet au consommateur d'identifier une production de la filière avicole nationale d'un simple coup d'œil : qu'il s'agisse de volaille entière, de découpe ou de produit transformé, sa présence est à elle seule une garantie de qualité.

Au travers de l'APVF, depuis dix ans, la filière avicole française défend un modèle d'élevage conjuguant qualité, sécurité, traçabilité, choix, mais aussi respect de l'environnement, des hommes et des animaux : un combat qui lui permet de satisfaire les consommateurs, distributeurs et restaurateurs les plus exigeants, tout en soutenant l'économie locale et l'emploi contre une concurrence étrangère toujours plus dure.

Identifiable d'un simple coup d'œil, son logo "Volaille Française" résume à lui seul le haut niveau des garanties offertes par les produits qu'il estampille. Pour le consommateur, il est en effet l'assurance :

- **de volailles nées, élevées et abattues en France,**
  - objets d'une traçabilité totale, de l'œuf à l'assiette,
  - ayant bénéficiées de bons traitements, des règles d'hygiène les plus strictes, et des contrôles sanitaires et vétérinaires les plus rigoureux,
  - nourries avec des aliments de qualité, d'origine exclusivement végétale, exactement adaptés aux besoins nutritionnels spécifiques à chaque espèce, à chaque étape de sa croissance.
- **d'une production attentive au respect de l'environnement, et d'un impact "carbone" limité par sa proximité des points de vente**.
- **d'une viande de grande qualité gustative, fruit de savoir-faire éprouvés, hérités de la longue tradition avicole française.**

UNE UTILISATION STRICTEMENT CONTRÔLÉE

Créé en 2005, redessiné en 2012, le logo "Volaille Française" confirme le respect des critères d'origine des volailles et l'observation stricte de bonnes pratiques, garantes d'hygiène et de sécurité. Toutes les entreprises souhaitant l'apposer sur leurs produits doivent se faire référencer auprès de l'APVF, puis signer et observer sa charte d'utilisation, chaque année, en indiquant la nature et les volumes estimés des différents produits concernés par cet étiquetage : un contrôle effectué par un organisme-tiers atteste ensuite sa bonne utilisation par l'entreprise.

POUR EN FINIR AVEC LES IDEES RECUES

Fruits d'une information obsolète ou incomplète, des idées reçues sur les conditions d'élevage peuvent perturber l'acte d'achat de certains consommateurs : pour en finir avec les plus courantes, voici les vérités relatives à la Volaille Française...

- **Aucune Volaille Française élevée pour sa chair n'est élevée en batterie**
  L'élevage en batterie est un élevage en cage : or, toutes les Volailles Françaises sont élevées au sol, dans des bâtiments aux conditions d'hygiène contrôlées, où elles disposent de l'espace nécessaire pour circuler librement, ainsi que d'un accès constant à de l'eau fraîche et à des aliments conçus pour leur croissance. Les volailles fermières Label Rouge et issues de l'Agriculture Biologique ont en outre accès à des espaces en plein air dès que leur emplumement le permet.

- **Aucune volaille élevée en France ne consomme de farines animales**
  Les farines animales sont en effet interdites en France depuis novembre 2000.

- **Les antibiotiques ce n'est pas automatique, y compris pour les Volailles Françaises**
  Dans les élevages français, les antibiotiques sont utilisés pour traiter les animaux malades sur prescription vétérinaire. Lorsqu'ils sont employés, les éleveurs de Volailles Françaises ont l'obligation de respecter une période d'attente afin de s'assurer de la complète guérison de l'animal avant sa mise sur le marché. Enfin, les Volailles Françaises font l'objet de divers contrôles effectués par les services vétérinaires officiels, qui confirment la qualité et la salubrité de la viande. De plus, depuis 2010, les professionnels du secteur se sont engagés dans une démarche de réduction de l'utilisation d'antibiotiques.

- **La filière avicole française est attentive au respect de l'environnement**
  L'exploitation d'une installation avicole est conditionnée par l'obtention d'une autorisation administrative attestant que l'activité d'élevage ne nuira pas aux populations environnantes, et l'éleveur de Volailles Françaises doit démontrer que toutes les nuisances potentielles sont prises en compte. Depuis dix ans, des progrès sensibles ont été faits en matière de respect de l'environnement, notamment :

  - Les litières usagées servent d'amendement organique naturel
  - Les systèmes de ventilation des bâtiments d'élevage sont conçus pour garantir une bonne maîtrise des odeurs.
  - Les produits d'hygiène - désinfectants ou insecticides - sont homologués par le Ministère de l'Agriculture, et strictement utilisés par les éleveurs selon les recommandations du fabricant en terme de mode d'emploi, de posologie et de dosages.

"VIANDES DE FRANCE", UNE NOUVELLE MARQUE COLLECTIVE

Au cours de cette année, le logo "Volaille Française" va évoluer pour être en cohérence avec celui des "Viandes de France", une signature commune conçue par les professionnels des grandes filières d'élevage afin de répondre aux besoins d'information des consommateurs. Créée avec l'appui du Ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, cette signature "Viandes de France" concrétisera l'engagement de toutes les filières carnées qui se mobilisent pour proposer aux français des viandes de qualité, en garantissant leur origine française (nées, élevées, abbatues et transformées), le goût du travail bien fait, le respect des droits des salariés et l'assurance de bonnes pratiques.

Contact presse : Florence Beauvois • florence.beauvois@rivacom.fr • 02 23 25 62 43 • 06 51 40 59 52

LA VOLAILLE FRANCAISE, CA SE DEFEND !

“La Volaille Française, ça se défend !”, tel est le message militant auquel l’APVF veut faire adhérer le grand public par le biais de sa toute nouvelle campagne publicitaire : une campagne télévisée qui s’articulera autour d’un concept original, l’ “Aviman”, et qui sera déclinée en trois temps forts au cours de l’année 2014....

Confrontée à une concurrence étrangère grandissante, toute la filière avicole se mobilise chaque année, pour convaincre consommateurs, distributeurs et restaurateurs d’acheter des Volailles Françaises : des volailles qui répondent à l’un des plus hauts niveaux d’exigences du monde en termes de traçabilité, de contrôles, de sécurité alimentaire, et dont la production représente un poids économique d’importance pour les territoires et l’emploi en France.

Avec l’APVF pour porte-parole, elle poursuit la promotion de ses produits auprès du grand public, notamment au travers de campagnes publicitaires qu’elle veut “percutantes” : avec le message militant **“La Volaille Française, ça se défend !”**, la prochaine sera lancée en mars, et déclinée selon trois temps forts au cours de l’année 2014 sur les chaînes de télévision génériques et la TNT.

Dans un spot de 8 secondes, **elle mettra en scène l’ “Aviman”**, personnage original inspiré des “Femen”, qui arborera sur le torse un message en faveur de la Volaille Française. Un total de 900 spots, répartis sur les trois temps forts de l’année, est au programme de la campagne de diffusion télévisée, avec une couverture estimée à 85% sur la cible des responsables des achats.

Chacun de ces temps fort s’articulera autour d’un message, générique de la filière en mars **“Non aux volailles sans papiers !”**, spécifique au poulet avec le message **“Oui aux poulets bien élevés !”** en juin, et à la dinde avec **“Oui aux dindes bien élevées !”** en octobre...

jaimelavolaille.fr

Un nouveau site à consulter, pour en savoir plus

En complément de cette campagne et du site internet institutionnel www.volaille-francaise.fr, l’APVF ouvre un tout nouveau site internet, **“jaimelavolaille.fr”**, pour inviter les consommateurs à découvrir, en toute transparence, les garanties que leur offrent les savoir-faire de la filière avicole française en termes de qualité, de traçabilité et de sécurité alimentaire. Un site vivant et illustré, où la parole sera donnée aux professionnels qui œuvrent, en permanence, à satisfaire les consommateurs de volaille les plus exigeants...

PRODUCTION AVICOLE : LES CHIFFRES-CLES

Alors que la consommation de viandes de volailles ne cesse d'augmenter en France et que sa production nationale est la première d'Europe et la 50e du monde, près d'un tiers de la volaille consommée dans l'Hexagone n'est pas d'origine française : une réalité qui semble contradictoire par rapport aux préoccupations sanitaires, économiques et écologiques exprimées par les consommateurs français, mais que révèlent les chiffres communiqués par l'APVF pour l'année 2013...

UNE POSITION À DÉFENDRE AU PLAN INTERNATIONAL

- Production 2013 : la France est au 5e rang mondial avec 1,8 million de tonnes
- Exportations 2013 : 652 000 tonnes (+2,5% par rapport à 2012 après une diminution de 4% en 2012). Les exportations retrouvent donc leur niveau de 2011.
- Importations 2013 : de l'ordre de 505 000 tonnes et 31% de la consommation.

Les importations de viandes de volailles sont dirigées à 40% vers la RHD (Restauration Hors Domicile), à 80% vers des produits transformés et à 11% vers les grandes et moyennes surfaces - stabilisation en 2013.

UN LEADER DE LA PRODUCTION EUROPÉENNE TRÈS CHALLENGÉ

- 1er producteur de volaille de l'Union Européenne (toutes espèces confondues)
- 1er producteur européen de pintade
- 1er producteur européen de dinde (3e producteur mondial) au coude à coude avec l'Allemagne
- 3e producteur européen de poulet derrière le Royaume-Uni et l'Allemagne
- 1er producteur européen (2e producteur mondial) de canard

UNE FILIÈRE REPRÉSENTANT PLUS DE 50 000 EMPLOIS

- Accouveurs : 6 500 emplois, 120 entreprises et 1 200 élevages de reproducteurs totalisant une superficie de 1,1 million de m²
- Éleveurs : 20 000 éleveurs dont 4 000 labels, 27 900 bâtiments d'élevage couvrant une superficie de 15 millions de m²
- Fabricants d'aliments : 4 000 emplois, 340 usines, une production de 7 millions de tonnes d'aliments pour la volaille (soit 33% de la production totale d'aliments de bétail) dont 3,8 millions de tonnes en céréales
- Industriels de l'abattage, de la découpe et de l'élaboration : 25 000 salariés, 170 entreprises recensées, 422 établissements d'abattage

UNE CONSOMMATION MONDIALE EN PROGRESSION

- Consommation de volaille en 2012 dans le monde : près de 105 millions de tonnes (en augmentation de 2,2% par rapport à 2011), 2e viande consommée après la viande porcine, 35% de toute la viande consommée dans le monde. La volaille reste un secteur en pleine expansion, avec une croissance de 2% en 2013. Au cours de la prochaine décade, la consommation de volaille devrait dépasser celle de porc.
- Consommation française en 2013 : 1,6 million de tonnes (stable par rapport à 2012), dont 62% en Achat par les Ménages, et 38% en Restauration Hors Domicile

Autant d'arguments pour se mobiliser pour la défense de la Volaille Française, des valeurs et des savoir-faire de la filière.

Contact presse : Florence Beauvois • florence.beauvois@rivacom.fr • 02 23 25 62 43 • 06 51 40 59 52

L'APVF, PORTE-PAROLE DE TOUTE UNE FILIÈRE

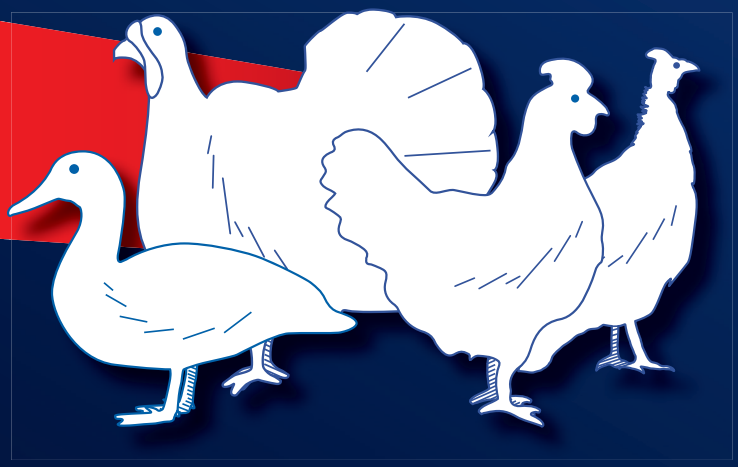
Depuis 2004, la filière avicole s'est dotée d'une organisation fédératrice, l'Association pour la Promotion de la Volaille Française (APVF), représentante et porte-parole de l'ensemble des acteurs du secteur, sélectionneurs, accouveurs, éleveurs, fabricants d'aliments, abattoirs et transformateurs.

Depuis sa création, l'Association mène à bien une mission de longue haleine : rendre aux Volailles Françaises la place qu'elle mérite sur les tables de l'Hexagone, par la mise en lumière et en valeur de leurs atouts (qualité, sécurité, nutrition, santé et gustatif) auprès de tous les publics, consommateurs, distributeurs, restaurateurs et institutionnels.

Présidée par Roland Tonarelli, l'APVF regroupe aujourd'hui 13 membres, tous représentants de la filière avicole nationale et défenseurs des mêmes valeurs, celles de la Volaille Française :

- FIA (Fédération des Industries Avicoles)
- CFA (Confédération Française de l'Aviculture)
- CIDEF (Comité Interprofessionnel de la Dinde Française)
- CIPC (Comité Interprofessionnel du Poulet de Chair)
- CICAR (Comité Interprofessionnel du Canard à Rôtir)
- CIP (Comité Interprofessionnel de la Pintade)
- SYNALAF (Syndicat National des Labels Avicoles de France)
- FENSCOPA (Fédération des Syndicats de Commerce en Gros de Produits Avicoles)
- CNADEV (Comité National des Abattoirs et Ateliers de Découpe de Volailles, Lapins et Chevreaux)
- SNA (Syndicat National des Accouveurs)
- SNIA (Syndicat National des Industriels de la Nutrition Animale)
- Coop de France (Organisation de la Coopération Agricole)
- ANOPA (Association des Groupements de Producteurs de Volailles)

Contact APVF :
184, rue de Vaugirard - 75015 PARIS
T : 01 53 58 48 10
M : contact@volaille-francaise.fr
Sites : www.volaille-francaise.fr
www.jaimelavolaille.fr



LA VOLAILLE FRANCAISE MILITE TOUTE L'ANNEE

VOLAILLE FRANÇAISE

APVF Association de Promotion de la Volaille Française
184, rue de Vaugirard - 75 015 PARIS / **T :** 01 53 58 48 10 / **F :** 01 53 58 48 19
Mail : contact@volaille-francaise.fr

www.volaille-francaise.fr
www.jaimelavolaille.fr

© PHILEAS