

L'industrie agroalimentaire irlandaise

Les agro-industriels irlandais réalisent près de 50 % de leur chiffre d'affaires avec le Royaume-Uni. Alors que ce dernier doit quitter l'Union européenne d'ici à mars 2019, le secteur accélère la recherche de nouveaux débouchés à l'export. Son principal atout ? L'image de plus en plus verte de ses produits.

Ce 20 juin, l'activité bat son plein dans l'usine de Slaney Foods. L'entreprise irlandaise, implantée dans le comté de Wexford, s'apprête à faire partir ses premiers volumes de viande bovine vers la Chine. Dirigée par Rory Fanning, la filiale de Linden Food Group affiche un chiffre d'affaires de 150 millions d'euros, dont 90 % réalisés sur les marchés export. Leader irlandais de la viande bovine, Slaney Foods transforme chaque année près de 90 000 bovins, achetés auprès de 3 500 éleveurs.

Depuis la levée de l'embargo sur le bœuf irlandais en 2015 par les autorités chinoises, les industriels sont sur les rangs. «*La Chine constitue un marché énorme. Cette ouverture tombe à pic*», reconnaît Rory Fanning. Slaney Foods fait partie des six entreprises irlandaises agréées pour exporter vers la Chine. Mais pour Rory Fanning, la prudence l'emporte sur l'enthousiasme : «*Les volumes que nous allons faire partir vers la Chine ne remplaceront pas ceux que nous allons perdre avec le Brexit.*»

Difficile de planifier

Alors qu'un accord de retrait devrait être présenté d'ici au mois de novembre et que le Royaume-Uni quittera officiellement l'Union européenne le 29 mars 2019, les industriels irlandais se préparent pour la tempête. Le secteur agroalimentaire pèse 13 milliards d'euros

de chiffre d'affaires, dont 50 % réalisés avec le Royaume-Uni ! «*Nous savons qu'il va y avoir du changement, mais il est difficile de planifier quoi que ce soit, car on ne sait pas exactement ce qui va se passer*», explique Rory Fanning.

Un véritable casse-tête pour Slaney Foods qui dispose de deux sites de production en Irlande du Nord et effectue 55 % de son business au Royaume-Uni. Tous ses volumes transitent par l'Angleterre et peuvent atteindre Rungis en vingt-quatre heures. L'entreprise redoute par-dessus tout le rétablissement des frontières et des contrôles sanitaires qui allongeraient le temps d'expédition. De plus, si une fois sortie de l'Union européenne, le Royaume-Uni se mettait à importer de la viande bovine bon marché dans le cadre de nouveaux accords commerciaux, une baisse des cours mettrait à mal la rentabilité des entreprises de transformation de viande. «*En Irlande, les exploitations sont de petite taille. Le coût de production des animaux est élevé. Chaque élément de la carcasse doit être valorisé au mieux*», insiste Rory Fanning.

Dans ce contexte de grande incertitude, les entreprises irlandaises disposent cependant de quelques atouts. À commencer par l'image de plus en plus verte de leurs produits. Depuis 2013, Slaney Foods s'est engagé dans la démarche Origin Green. Tout comme Irish Country Meats,

entreprise qui appartient également à Linden Food Group. Ce vaste plan national, initié à partir de 2012 par Bord Bia, l'agence de promotion de l'industrie agroalimentaire irlandaise, dans la droite ligne des programmes d'assurance qualité mis en place depuis 1991, a pour objectif d'accompagner tous les maillons de la chaîne agroalimentaire dans la réduction de leur empreinte carbone. «*Cela fait des années que l'entreprise cherche à limiter son empreinte environnementale mais sans pouvoir apporter de*

LES MOYENS MIS EN ŒUVRE

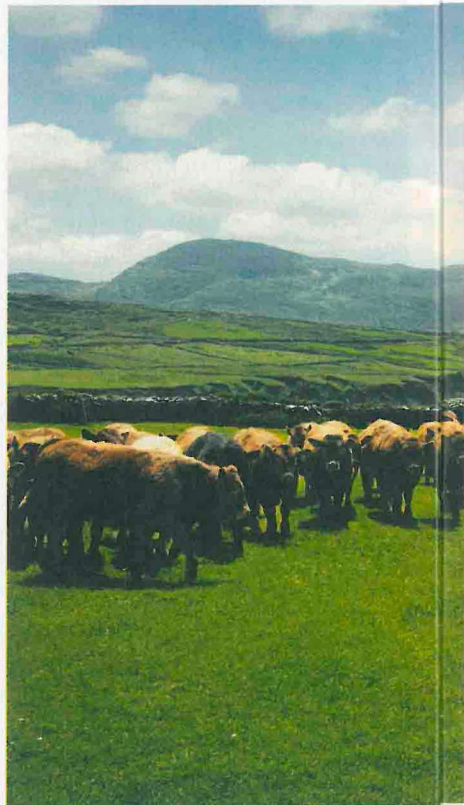
- **Trouver de nouveaux débouchés à l'export**, notamment vers l'Asie et l'Afrique.
- **Valoriser l'image verte** des produits irlandais.
- **Miser sur l'innovation et le développement** des produits.

13

MILLIARDS D'EUROS

Le CA du secteur agroalimentaire irlandais, dont 50 % réalisés avec le Royaume-Uni

Source : Bord Bia



Irlandaise se prépare au Brexit

preuves concrètes de ses efforts. Delhaize, notre client belge, nous a poussés à nous inscrire dans la démarche Origin Green», explique John Walsh, directeur général d'Irish Country Meats.

Cinq ans après avoir lancé son premier plan d'amélioration, l'entreprise a réussi à réduire de 20 % sa consommation d'eau et d'électricité. Implanté à Camolin, dans le comté de Wexford, Irish Country Meats compte trois sites de production, dont un à Liège, en Belgique. Avec 42 % des abatages nationaux (l'Irlande élève au total 1,1 million d'ovins par an), Irish Country Meats s'affirme comme le numéro un irlandais de la viande d'agneau. Une activité largement tournée vers l'export : « 50 % de nos volumes partent vers le Royaume-Uni mais

« Malgré les incertitudes, cette période est aussi très excitante. Les entreprises ont bien compris qu'elles vont devoir faire preuve d'agilité. Notre rôle est justement de les accompagner. »

Bernadette Byrne, directrice du pôle viandes de Bord Bia France



Dan McKenna, éleveur à Killarney, dans le comté de Kerry.

la France, l'Allemagne et les pays scandinaves sont également devenus des marchés importants. Face aux distributeurs, Origin Green nous permet de communiquer de façon très positive sur l'origine de nos produits», poursuit John Walsh.

15 pays cibles

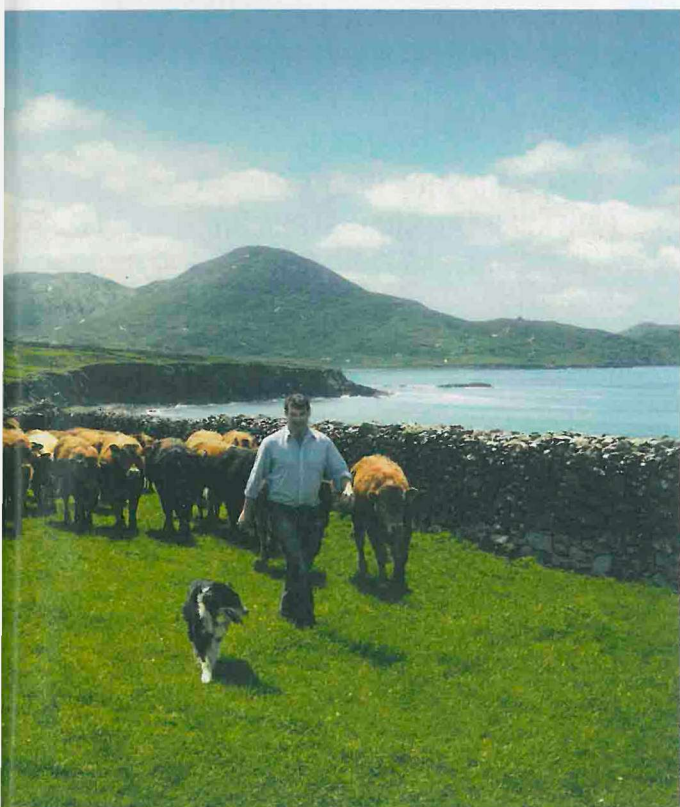
L'Irlande, qui nourrit l'ambition de devenir leader dans la production de produits agroalimentaires s'inscrivant dans une démarche de développement durable, a déjà réussi à rallier 606 sociétés au plan Origin Green. « 95 % des produits irlandais exportés s'inscrivent dans la démarche Origin Green », assure Bernadette Byrne, directrice du pôle viandes pour le bureau français de Bord Bia.

Avec le Brexit, l'agence de promotion de l'industrie agroalimentaire entend bien mettre les bouchées doubles afin de trouver des débouchés valorisants pour ses produits. L'agence, qui compte 14 bureaux en Europe ainsi que des représentations à Shanghai, New York et Dubaï, est en train de recruter 29 personnes, soit un tiers de ses effectifs actuels. Depuis ces derniers mois, des équipes ont été envoyées dans une cinquantaine de pays afin d'étudier

les habitudes de consommation locales, le pouvoir d'achat... Un vaste travail d'enquête qui a débouché sur une sélection de 15 pays cibles. « À ce stade, nous ne communiquons pas encore sur la liste de ces pays, mais l'Asie et l'Afrique sont évidemment deux zones géographiques importantes », explique Bernadette Byrne. Depuis janvier 2017, l'agence a également mis en place un baromètre Brexit qui publie tous les six mois un état des lieux sur les entreprises qui travaillent avec la Grande-Bretagne. « Malgré les incertitudes, cette période est aussi très excitante pour l'industrie agroalimentaire. Les entreprises ont bien compris qu'elles vont devoir faire preuve d'agilité. Notre rôle est justement de les accompagner », poursuit Bernadette Byrne.

À Dublin, la Thinking House multiplie les missions de conseil à l'égard des PME irlandaises. Animé par une équipe de 15 personnes, ce centre de recherche spécialisé sur la consommation, créé en septembre 2016 par Bord Bia, propose une large gamme de services, notamment l'accès à une librairie, ainsi qu'aux panels de consommateurs. « Notre mot d'ordre aux entreprises est très simple : ne faites rien sans savoir exactement ce que recherchent les consommateurs », explique Alan Watsch, chargé de mission. Avec 28 000 personnes dispersées aux quatre coins du monde, la Thinking House de Bord Bia est en mesure de remonter des informations sur les habitudes de consommation et les tendances de 21 pays. De quoi ouvrir de nouvelles perspectives aux industriels... ■

MARIE CADOUX, EN IRLANDE



PHOTOS : BORD BIA