

## NORSK KYLLING ET REMA 1000

Faire évoluer le marché du poulet de chair en Norvège

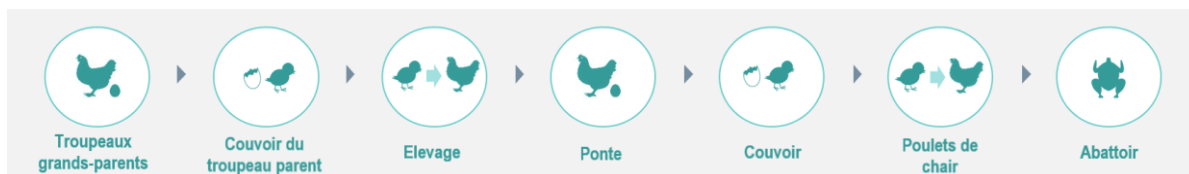


# REMA 1000

### CONTEXTE

**Norsk Kylling** est une entreprise agroalimentaire norvégienne spécialisée dans la production et la commercialisation de produits à base de volaille. En 2019, elle a représenté 18% des 69,5 millions de poulets produits en Norvège, ce qui représente 22% en volume.

Norsk Kylling dispose d'une chaîne de valeur entièrement intégrée pour les poulets de chair. 13 éleveurs sont spécialisés dans l'élevage des reproducteurs et des parentaux. Les œufs des parentaux sont incubés et éclos dans un couvoir local. Les poussins sont ensuite élevés par l'un des 124 éleveurs de poulets de chair. La quasi-totalité de la viande ainsi produite par Norsk Kylling est vendue dans les magasins REMA 1000 en Norvège, sous la marque Solvinge pour la plupart des produits.



**REMA 1000 Norge AS** est un distributeur discount entièrement détenu par le groupe Reitan (Reitangruppen) et qui compte 642 magasins en Norvège. REMA 1000 représente aujourd'hui 23,2% du marché total de la distribution alimentaire norvégienne et, en termes de ventes de poulet, 32% pour le poulet frais et congelé. Le distributeur a fait l'acquisition de Norsk Kylling en 2012 et de Hugaas Rugeri en 2015, faisant ainsi de leur chaîne d'approvisionnement en poulet une chaîne entièrement intégrée.

## LEADERS SUR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL

Norsk Kylling et REMA 1000 souhaitent se positionner comme leaders dans le domaine du bien-être animal. Les deux entreprises ont travaillé ces dernières années en étroite collaboration avec l'Alliance Norvégienne pour la Protection des Animaux (Dyrevernalliansen) en vue d'atteindre cet objectif.



La stratégie de Norsk Kylling repose notamment sur la transparence de la chaîne de valeur et sur la volonté de mettre en avant sa production en racontant son histoire et ses valeurs. Pour y parvenir, l'entreprise a annoncé en 2018 le basculement vers une souche de poulet à croissance plus lente. En Norvège, la plupart des producteurs de poulets utilisent la Ross 308, une souche à croissance rapide pouvant souffrir d'une multitude de problèmes de bien-être, notamment des problèmes de motricité et d'un faible niveau d'activité. Grâce à la transition vers leurs oiseaux "Hubbard", ainsi qu'à d'autres améliorations dans leurs chaîne d'approvisionnement, Norsk Kylling et REMA 1000 ont amélioré le bien-être d'environ 32% des poulets produits en Norvège.

Parmi les autres améliorations, on peut citer :

- Assurer un meilleur bien-être dans les bâtiments d'élevage : enrichissement du milieu, meilleur éclairage, réduction de la densité d'élevage et optimisation de l'alimentation.
- Guider les éleveurs vers de meilleures pratiques et établir des normes pour les équipements techniques utilisés dans les exploitations agricoles.
- Améliorer le bien-être pendant le transport et à l'abattage (par exemple, réduire les densités d'élevage dans les caisses de transport et raccourcir les temps d'attente, utiliser de la lumière bleue et un étourdissement au gaz).
- Mettre en place un programme éducatif complet sur le bien-être des animaux pour tout le personnel impliqué dans la manipulation des oiseaux tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

## ÉQUILIBRAGE DES COÛTS

L'analyse de rentabilité de la transition vers un système de production plus respectueux du bien-être animal a montré que le surcoût associé à la durée de vie plus longue des animaux et à une augmentation de l'indice de consommation (IC) était atténué par l'augmentation de la productivité des parentaux combinée à un poids d'abattage et des rendements plus élevés, ainsi qu'à une mortalité et un taux de rejet plus faibles.

En introduisant son poulet Hubbard, REMA 1000 a pu offrir à ses clients un produit plus respectueux du bien-être animal sans en augmenter le prix, ce qui est un élément crucial de sa proposition commerciale. Ole Robert Reitan, propriétaire de REMA 1000 déclare "*Ce poulet [Hubbard] est peut-être le meilleur produit que nous ayons jamais eu en termes de notes parfaites sur les trois paramètres : prix, qualité et responsabilité*". Les clients de REMA 1000 sont de plus en plus préoccupés par le bien-être des animaux et le poulet Hubbard est devenu un choix quotidien pour eux.

## QUALITÉ DE LA VIANDE

Norsk Kylling est convaincu que les animaux élevés dans de bonnes conditions fournissent une viande de meilleure qualité. Les poulets Hubbard ont obtenu des scores plus élevés sur les indicateurs de bien-être par rapport à la Ross 308 ; les oiseaux grandissent plus lentement et se déplacent beaucoup plus qu'auparavant. *"Il ne fait aucun doute que c'est un poulet qui vit bien et qui s'épanouit dans les bâtiments de nos éleveurs spécialisés"*, déclare Kjell Stokbakken, PDG de Norsk Kylling.



## LA TRANSITION VERS PLUS DE BIEN-ÊTRE ANIMAL

En 2015, Norsk Kylling et l'Alliance Norvégienne pour la Protection des Animaux ont commencé à examiner les éléments clés permettant d'introduire des poulets bénéficiant d'un meilleur bien-être dans leur système de production. Des vétérinaires et des agronomes ont visité les élevages de Norsk Kylling, leur couvoir et leur abattoir, et ont évalué les méthodes de production actuelles en les comparant aux travaux de recherche scientifique et aux meilleures pratiques en matière de bien-être animal. L'évaluation a débouché sur des mesures d'amélioration spécifiques et a proposé des délais pour leur mise en œuvre.

Depuis cette première étape, Norsk Kylling a apporté plusieurs changements majeurs tout au long de sa production, toujours dans le but d'améliorer le bien-être animal. Ce travail s'est intensifié en 2017 avec l'augmentation des effectifs de Norsk Kylling via l'embauche de plusieurs vétérinaires supplémentaires.

En 2015, Norsk Kylling a commencé à introduire une série de nouveaux standards pour le bien-être animal qui comprenaient : le passage à une souche à croissance plus lente, une densité d'élevage réduite, un enrichissement du milieu et un éclairage amélioré (spectre complet) des bâtiments, ainsi que la fourniture de guides détaillés pour aider les éleveurs à gérer leurs bâtiments de la meilleure façon possible pour les oiseaux.

Parmi les autres mesures prises, on citera : la collaboration avec les usines d'aliments pour animaux afin d'optimiser l'alimentation, l'élaboration et la mise en application d'un programme éducatif visant à accroître les compétences en matière de bien-être animal de tout le personnel impliqué dans la manipulation des oiseaux tout au long du cycle de production, et la limitation du recours aux antibiotiques et aux médicaments en usage préventif. En vue de réduire le stress des animaux, les temps de transport sont réduits ainsi que la densité d'élevage dans les caisses de transport. A l'abattoir, l'étourdissement au gaz est réalisé directement dans les caisses de transport de sorte que les volailles insensibilisées ne sont manipulées qu'après cette opération.

### Le passage à la souche Hubbard

En 2018, Norsk Kylling a annoncé abandonner l'utilisation de la souche Ross 308 au profit de la Hubbard JA787, après 15 mois de tests effectués en étroite collaboration avec l'Alliance Norvégienne pour la Protection des Animaux (Dyrevernalliansen) et l'ensemble de ses éleveurs partenaires. Ce changement a été considéré comme l'un des meilleurs moyens d'améliorer le bien-être dans leur production.

Les éleveurs utilisant la souche Hubbard rapportent que les poulets sont plus actifs et éveillés ; ils jouent et explorent leur environnement tout au long de leur vie. Leurs vétérinaires s'emploient désormais principalement à prévenir les maladies ou les blessures plutôt qu'à traiter les oiseaux. Les principaux résultats indiquent que cette nouvelle souche renforce le bien-être animal et la santé des animaux de plusieurs manières :

- En 2019, le taux de mortalité quotidien était 39% inférieur à celui de la Ross 308, malgré la durée de vie plus longue du poulet Hubbard (0,09% avec 33 jours pour la Ross 308 contre 0,05% avec 46,6 jours pour le poulet Hubbard).
- La mortalité totale était 13% inférieure (2,89% pour la Ross contre 2,50% pour la Hubbard).
- Les lésions au niveau des coussinets plantaires étaient inférieures de 29% (12,4% pour la Ross 308 contre 8,8% pour Hubbard).
- La mortalité moyenne observée pendant le transport vers l'abattoir a diminué de 75% (0,08% pour la Ross 308 contre 0,02% pour la Hubbard)
- Les cas d'ascites ont enregistré une baisse de 80% (0,50% pour la Ross 308 contre 0,10% pour la Hubbard)
- Le gain moyen quotidien (GMQ) a baissé de 15% malgré l'allongement de la durée de vie (61,8 g/jour pour la Ross 308 contre 52,7 g/jour pour Hubbard)

### Enrichissement du milieu

*"Le Hubbard est un poulet vigoureux et actif qui a besoin d'être stimulé et encouragé à être actif. C'est pourquoi tous nos éleveurs de poulets Hubbard proposent un ensemble d'enrichissements du milieu spécialement conçus pour leur permettre d'adopter leur comportement naturel",* explique M. Stokbakken.

Tous les poulets ont accès à une combinaison de ballots de paille, de fourrage grossier, de tourbe ou de copeaux de bois, d'objets de picage, de plateformes et de perchoirs. Les poulets aiment grimper sur les plateformes et les ballots de paille, picorer les cailloux et les ballots de paille, consommer de la paille et du fourrage, prendre des bains de poussière dans la tourbe ou les copeaux de bois et enfin se percher sur les perchoirs et les bords de la zone de bain de poussière.

Au début, de nombreux éleveurs étaient un peu sceptiques quant à l'introduction de tous ces enrichissements, car ils impliquent une surcharge de travail et, d'après leur expérience, les oiseaux de la souche Ross 308 ne les utilisaient pas. Cependant, après avoir fait l'expérience des oiseaux Hubbard, les éleveurs prennent maintenant plaisir à les observer jouer et explorer activement leur environnement.

M. Stokbakken ajoute : *"Nos éleveurs sont satisfaits de la transition car il y a plus d'activité dans les bâtiments depuis l'introduction des oiseaux Hubbard. Ils sont beaucoup plus actifs, alertes et curieux, ce que nous sommes tous heureux de constater".*

### **Densité d'élevage**

Fournir aux poulets un espace suffisant est un enjeu crucial pour le bien-être animal. Les poulets aiment se déplacer, explorer, et au besoin pouvoir trouver un endroit tranquille pour eux-mêmes.

En Norvège, la densité d'élevage maximale autorisée est de 36 kg/m<sup>2</sup> (18 oiseaux/m<sup>2</sup> pour la Ross 308). Depuis l'introduction du poulet Hubbard, Norsk Kylling fonctionne avec une densité d'élevage plus faible de 14 oiseaux par mètre carré (inférieure de 23% à la norme en vigueur), et prévoit de la réduire encore à 12 oiseaux/m<sup>2</sup> (soit moins de 30 kg/m<sup>2</sup>) d'ici fin 2021 conformément au Better Chicken Commitment.

### **Éclairage**

La recherche a montré que les poulets gagnent à bénéficier d'un spectre complet de la lumière du jour et perçoivent la lumière d'une manière différente de celle des humains. Comme Norsk Kylling élève ses poulets sans accès à l'extérieur, ils ont collaboré avec un expert en éclairage pour développer et tester leur système. Celui-ci fournit aux oiseaux un spectre complet de la lumière du jour, et est même dans certains cas, programmé pour refléter les changements naturels de luminosité tout au long de la journée.

Fin 2019, environ 10% des bâtiments avaient installé ces systèmes d'éclairage, qui seront généralisés à l'ensemble de leurs bâtiments d'ici le second semestre de 2021, et Norsk Kylling envisage de doter tous leurs bâtiments existants de fenêtres. Pour l'instant, tous les nouveaux bâtiments seront obligatoirement équipés de fenêtres, même si ce n'est pas une exigence au niveau national.

### **Usage des antibiotiques**

En règle générale, la santé animale en Norvège est bonne et peu d'antibiotiques sont utilisés. L'objectif de Norsk Kylling est d'en utiliser le moins possible et jamais de manière préventive. Jusqu'en 2016, les coccidiostatiques (narasin) étaient couramment utilisés dans l'alimentation des poulets, mais Norsk Kylling a été le premier producteur norvégien à mettre fin à cette pratique début 2016. Ces substances ont été remplacées par un vaccin qui prévient les maladies en stimulant le système immunitaire des poussins.

### **Alimentation**

Norsk Kylling a été le premier acteur à introduire la souche Hubbard dans la production norvégienne de poulet et dans le but de s'assurer que les oiseaux reçoivent le meilleur régime alimentaire possible, ils collaborent avec trois usines locales d'aliments, partageant les performances et ajustant l'alimentation en conséquence pour répondre au mieux aux besoins des oiseaux.

### **Garantir de meilleures pratiques**

Norsk Kylling a développé un programme de formation complet pour tout son personnel amené à manipuler les poulets tout au long du cycle de production. Le programme a été lancé en 2018, avec pour objectif de sensibiliser à la valeur intrinsèque des animaux, et il s'applique à tous les employés des couvoirs, des abattoirs, aux agriculteurs et à leurs familles, ainsi qu'aux chauffeurs.

L'entreprise a également développé un ensemble complet de directives opérationnelles qui ont été introduites en 2017 pour aider les agriculteurs à gérer leurs bâtiments de manière plus

efficace. Ces directives ont été élaborées en même temps qu'un ensemble d'exigences techniques pour les équipements utilisés dans les exploitations. Norsk Kylling a également travaillé à l'amélioration des directives opérationnelles pour les agriculteurs.

### **Transport**

Norsk Kylling est conscient que les poulets peuvent être stressés pendant le transport et a en conséquence apporté plusieurs améliorations à leurs procédures : aucun poulet n'est transporté pendant plus de quatre heures (1/3 de l'exigence nationale prévue par la loi norvégienne de 12 heures), et la densité d'élevage dans les caisses de transport est maintenant de 29 oiseaux par caisse, alors que le maximum national est de 36 oiseaux par caisse.

### **Abattoir**

En 2016, Norsk Kylling a installé un système d'étourdissement au gaz, en remplacement d'un système d'étourdissement par électronarcose par bain d'eau, avec accrochage inversé vivant. Le nouveau système garanti un abattage plus respectueux des oiseaux, car ces derniers n'ont pas besoin d'être manipulés avant d'être étourdis. Norsk Kylling présente également la plus courte période d'attente des animaux à l'abattoir de Norvège.

### **Autres avancées majeures**

Norsk Kylling et REMA 1000 ont déjà apporté de nombreux changements bénéfiques à leur chaîne d'approvisionnement en poulets et se sont imposés comme des leaders nationaux en matière de bien-être animal. Un nouvel abattoir, conçu de façon à représenter l'un des meilleurs modèles mondiaux en termes de bien-être animal, est actuellement en construction et ouvrira à l'automne 2021. Il affiche également comme ambitions d'être efficace et respectueux de l'environnement, tout en contribuant à l'économie circulaire. En effet, l'installation utilisera notamment la chaleur excédentaire d'une fonderie voisine pour le chauffage, de l'eau de mer pour le refroidissement et des panneaux solaires pour l'électricité. Un système de stockage d'énergie intelligent est en cours de développement pour la chaleur et le refroidissement excédentaires. L'ensemble de l'installation fonctionnera à l'aide d'énergies renouvelables et les émissions de CO2 seront réduites de 75% par rapport à la norme industrielle.

Le nouvel abattoir comprendra également un centre de compétence d'une capacité de 250 personnes où pourront se tenir les formations et les conférences à destination du personnel, et qui fera également office de centre éducatif pour ceux qui souhaitent en savoir plus sur la production de poulet norvégien. Cette installation constituera une amélioration majeure de la chaîne de valeur de Norsk Kylling, tant en termes de transparence que de bien-être des animaux et d'impact sur l'environnement.

Dans les bâtiments d'élevage, des travaux sont en cours en vue de réduire encore davantage la densité d'élevage (jusqu'à 30 kg/m<sup>2</sup>) et de fournir à tous les oiseaux un éclairage avec le spectre complet de la lumière du jour grâce à des sources de lumière artificielle ou bien des fenêtres. Norsk Kylling est également en train de concevoir un centre d'accueil des visiteurs pour l'un de ses nouveaux élevages, qui sera construit en 2021. Ce centre sera consacré à la tenue de conférences et permettra également d'observer l'intérieur de bâtiments d'élevage au moyen de grandes fenêtres, permettant ainsi aux visiteurs de regarder évoluer les animaux dans leur environnement. La conception permettra d'améliorer encore la transparence et la visibilité du système sans augmenter le risque de contamination.

En outre, Norsk Kylling a commencé à établir des recommandations autour d'aspects environnementaux pour les exploitations agricoles et les agriculteurs. Cette mesure est considérée comme une étape importante en vue de réduire les émissions de CO2 et accroître la durabilité de l'ensemble de la chaîne de valeur.

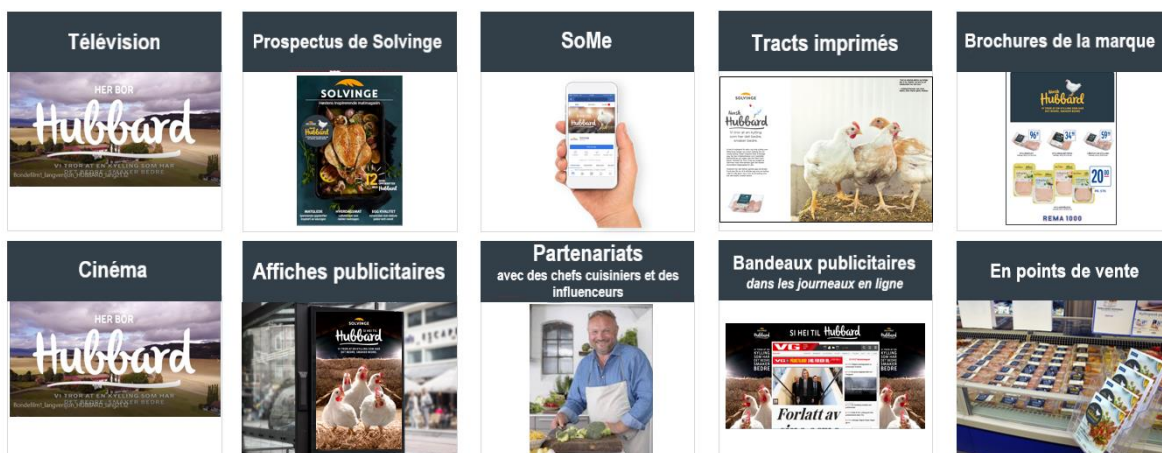
## MARKETING ET COMMUNICATION

Les données sur les consommateurs norvégiens ont montré que la plupart d'entre eux disent se préoccuper du bien-être des animaux (90%) et que beaucoup sont prêts à changer leurs habitudes d'achat en faveur de produits plus respectueux du bien-être des animaux (56%). Dans le même temps, la confiance des consommateurs dans l'agriculture et la production de poulet norvégiennes est particulièrement grande par rapport au reste de l'UE, et les gens pensent en général que les producteurs norvégiens accordent une grande attention à la santé et au bien-être de leurs animaux.

Les données consommateurs ont également révélé qu'aucun des distributeurs en Norvège, ni aucune marque proposant du poulet n'ont revendiqué une position sur le marché en termes de bien-être animal. C'est sur la base de ce constat que Norsk Kylling et REMA 1000 ont organisé une campagne de marketing pour :

- Renforcer la filière volaille de REMA 1000 en se concentrant sur la marque Solvinge et en faisant la promotion des avantages associés au poulet Hubbard pour leurs clients (par rapport à leurs concurrents qui utilisaient la Ross 308).
- Faire de Solvinge-Hubbard une marque à part entière et renforcer ses valeurs.
- Démontrer que le poulet issu d'élevages plus respectueux du bien-être animal a meilleur goût en utilisant le slogan : "Nous pensons qu'un poulet heureux a meilleur goût".
- Faire de Norsk Kylling et REMA 1000 des pionniers en matière de bien-être animal dans la production avicole norvégienne.
- Donner une nouvelle image à la gamme proposée par la marque Solvinge en faisant figurer l'utilisation de la souche Hubbard sur l'emballage de sorte à faire correspondre la campagne de marketing aux produits en rayon.

Cette campagne s'est déployée sur différents types de médias afin d'atteindre au mieux les consommateurs, tels que la télévision, les tracts, les panneaux publicitaires, le cinéma, les réseaux sociaux et d'autres plateformes en ligne. La campagne comportait deux volets : une partie axée sur le marketing et l'identité de la marque et l'autre sur les ventes ciblées avec une communication sur les produits et les prix.



## IMPACT COMMERCIAL

À ce jour, REMA 1000 et Norsk Kylling ont recueilli des réactions très positives de la part des consommateurs. Les résultats ont montré que la notoriété de la marque Solvinge est passée de 67% en mai 2018 à 72% en novembre 2019. Dans le même temps, la notoriété de la marque Hubbard est passée de 0 à 21%.

Ces dernières années, les consommateurs ont eu tendance à s'intéresser de plus en plus aux questions de durabilité, d'environnement et de bien-être des animaux. En introduisant son poulet Hubbard sur le marché norvégien, REMA 1000 a pu répondre à la demande des consommateurs en proposant des produits plus respectueux du bien-être (responsabilité) et de meilleure qualité (goût), le tout sans augmenter le prix pour ses clients. En pratique, chaque individu achetant son poulet dans un des magasins REMA 1000 peut avoir la garantie qu'il a été élevé selon des standards plus élevés en matière de bien-être animal.

En part de marché, REMA 1000 est le premier distributeur de volaille de Norvège et a enregistré une hausse de ses parts de marché de l'ordre de 6 à 7% depuis le passage à la souche Hubbard. En outre, leurs campagnes de marketing ciblées ont activement contribué à accroître la part de marché de la marque Solvinge, cette dernière passant de 28% à 31,6%.

## REMA 1000 ET CIWF

L'équipe agroalimentaire de CIWF a eu l'occasion de visiter les élevages de poulets de chair de Norsk Kylling en août 2018 afin de discuter des prochaines étapes de leur transition vers une production plus respectueuse de l'environnement. Des recommandations ont été faites concernant l'apport de lumière naturelle et une nouvelle réduction de la densité d'élevage, les races à croissance lente ayant besoin de plus d'espace pour être actives. Ces recommandations sont progressivement mises en pratique dans les bâtiments d'élevage pour leurs oiseaux Hubbard.

### Contact

CIWF Agroalimentaire, 13 rue de Paradis, 75010 Paris

**Email:** [agroalimentaire@ciwf.fr](mailto:agroalimentaire@ciwf.fr)

**Tel:** 01 79 97 70 52

**Web:** [www.agrociwf.fr](http://www.agrociwf.fr)

Publié en Novembre 2020