



BOUCHERIE-VOLAILE ► VOLAILLE ET LAPIN

“ L’OFFRE EN LAPIN DOIT ÊTRE REDÉVELOPPÉE en rayon, au-delà des grosses rotations ”

Quel a été le bilan de la filière lapin durant le confinement ?

Il y a eu un gros pic de consommation la première semaine puis une forte baisse des volumes avec la fermeture des marchés à l'étranger. Les exportations françaises de viande de lapin ont chuté de 40 % durant la crise. Au total, la baisse de consommation a été de l'ordre de -10 à -15 %. C'est moins marqué que pour le canard, la caille ou le pigeon. Le lapin a aussi été impacté par la fermeture des restaurants mais moins que pour ces espèces. Pour autant, la filière lapin se retrouve avec beaucoup plus de stocks en congelé que l'an dernier à la même période.

BOUCHERIE
VOLAILLE

Les achats se sont-ils redressés post-confinement ?

L'été est traditionnellement moins favorable au lapin mais la situation est restée difficile. Sur la période allant du déconfinement à début juillet, nous étions entre -5 et -10 % par rapport à 2019. Le lapin a pâti de la baisse du nombre de références en rayons. Lors du confinement, les enseignes se sont concentrées sur les produits à plus fortes rotations. Nous avons un gros travail pour inciter les chefs de rayon à redévelopper l'offre. C'est capital car à partir de septembre, la demande est habituellement forte en lapin.

Une campagne de promotion pour le lapin est-elle prévue ?

Oui, le Clipp (interprofession du lapin) organise des animations en magasin en septembre et il y a des parutions promotionnelles dans la presse. On peut compter également sur une présence digitale, avec des influenceurs qui partagent leurs recettes à base de lapin sur les réseaux sociaux. Il y aura aussi une campagne radio en janvier 2021. Le Clipp a sollicité le concours des enseignes de grande distribution via la FCD.



Matthieu Loeul, directeur commercial d'ALPM (Alliance Loeul & Pirirot Multilap)

Avec son partenaire Terrena (alliance ALPM), Loeul & Pirirot est le numéro un du lapin et revendique 60 % du marché. Basée à Thouars (Deux-Sèvres), l'entreprise travaille avec 400 éleveurs en Bretagne, Pays de la Loire et Nouvelle-Aquitaine. Loeul & Pirirot emploie 450 personnes dans deux sites de production. Ses produits sont principalement vendus sous les marques Loeul & Pirirot, Lapin & Bien, et celles de Terrena : Père Dodu, La Nouvelle Agriculture.

La marque Loeul & Pirirot bénéficiera-t-elle aussi d'une opération promotionnelle ?

Nous relancerons en octobre notre opération « Le Bistrot Lapin » en GMS, soit environ 80 animations dans toute la France, avec des habillages de bacs, une campagne de BRI, des parutions dans la presse ainsi qu'un jeu concours avec pour gain la venue d'un chef à domicile, ainsi que des bons d'achat dans une enseigne d'art de la table.

Vous avez initié un mode d'élevage alternatif innovant, basé sur des enclos bien-être animal à la place des cages. Quel est le premier bilan de cette gamme Lapin & Bien ?

Nous l'avons lancée en janvier dernier avec nos partenaires Cavac et Terrena. Le démarrage a été bon mais perturbé ensuite par le confinement. Aujourd'hui, Lapin & Bien est référencé chez Carrefour, Cora, dans quatorze E.Leclerc, chez Intermarché et Auchan. Des référencements dans d'autres enseignes sont prévus.

L'offre compte huit références dont trois pour le rayon trad. Lapin & Bien sera supporté par des animations dans 25-30 magasins en novembre. Nous devons faire de la pédagogie pour expliquer ce nouveau mode d'élevage favorable au bien-être animal.

Lapin & Bien ne remplace pas la marque Loeul & Pirirot, c'est une offre complémentaire. En effet, nous savons d'après plusieurs études que 80 % des Français sont réceptifs au bien-être animal, notamment dans les populations les plus jeunes.

Quelle est votre production totale et celle de Lapin & Bien ?

En incluant notre filiale Bretagne Lapins, nous abattons environ 230 000 lapins par semaine. Lapin & Bien représente 4 000 lapins par semaine grâce à une douzaine d'éleveurs engagés. Quatre autres vont rejoindre la démarche d'ici à la fin de l'année. ●

PROPOS RECUEILLIS PAR F. CARLUER-LOSSOUARN