

Où va le bœuf ? Quel produit pour quel circuit ? Caractérisation et quantification des couples « produits-marchés » pour la viande bovine

RICHARD M. (1), MONNIOT C. (1), CHAMPION F. (1), CHAUMET J-M. (1)
(1) GEB - Institut de l'élevage, 149 Rue de Bercy, 75012 Paris

RESUME

Derrière le terme « viande bovine » se cache une large diversité en termes de type de bovin, type de morceau et type de présentation. A travers une étude bibliographique, le traitement de différentes bases de données et une série d'entretiens avec des opérateurs et experts de la filière bovine, nous avons pu caractériser et quantifier les circuits empruntés par les différentes composantes de l'offre française et décrire les logiques et évolutions en œuvre au sein de ces circuits. Quatre grands débouchés s'offrent à la viande produite en France et issue de l'importation. L'exportation concerne principalement des taurillons de race à viande et joue un rôle dans la valorisation du cheptel allaitant et l'équilibre qualitatif offre/demande. Sur le marché français, le principal débouché est la GMS qui tend à standardiser la demande et faire pression sur les prix. La RHF constitue un autre débouché majeur qui a beaucoup progressé mais s'approvisionne toujours essentiellement en viande de vache laitière en grande partie importée. La boucherie-charcuterie, le débouché le plus valorisant pour le cheptel allaitant, peine à maintenir ses parts de marché. Globalement, la demande se porte vers des produits de plus en plus élaborés et la commercialisation se fait en puzzle de plus en plus complexe.

The beef sector: which products for which markets?

RICHARD M. (1), MONNIOT C. (1), CHAMPION F. (1), CHAUMET J-M. (1)
(1) GEB - Institut de l'élevage, 149 Rue de Bercy, 75012 Paris

SUMMARY

Behind the term "beef" hides a wide diversity in terms of type of cattle, piece and presentation. Through a literature study, the treatment of various databases and a series of interviews with operators and experts in the beef industry, we were able to characterise and quantify the outlets of the different components of the French offer as well as to describe the logics of each outlet and running evolutions. Four main outlets exist for meat produced and imported in France. Exports (mainly beef breed bull meat) play a role in increasing the value of the suckling herd and in the qualitative supply / demand balance. On the French market, the largest outlet is the large and medium supermarket chains, which tend to standardise demand and put pressure on prices. The catering sector is another major outlet that has made significant progress in volume but still stocks up with mainly imported dairy cow meat. The butcher's shops -the most rewarding outlet for beef breed cattle- have trouble maintaining their market share. Overall, demand goes towards more ready-to-eat products and marketing is a constantly-complexifying puzzle.

INTRODUCTION

La filière bovine en France est extraordinairement complexe ! De l'animal élevé dans une exploitation au « bifteck » dégusté par le consommateur, de multiples étapes et opérateurs se succèdent et le produit final comme les circuits empruntés peuvent être très divers. Faire le lien entre l'offre d'un côté et la demande de l'autre est donc loin d'être immédiat et la question de l'adéquation aussi bien qualitative que quantitative entre cette offre et cette demande est systématiquement au cœur des préoccupations des opérateurs. L'Institut de l'Élevage a récemment fait un point sur le sujet avec le soutien d'Interbev, l'interprofession française bétail et viande, à partir d'une analyse bibliographique, de traitements de différentes bases de données et surtout d'une série d'entretiens avec des opérateurs et experts de la filière.

1. MATERIEL ET METHODES

La présente étude porte sur la viande de gros bovins (bovins de plus de 8 mois). Les chiffrages ont été faits sur la moyenne des années 2009 et 2010. De façon à pouvoir suivre les volumes de viande de la production à la consommation, nous avons travaillé en équivalent carcasse. C'est-à-dire que chaque volume de viande a été multiplié par un coefficient rendant compte de son équivalent au sein de la carcasse, autrement dit rendant compte de la part d'os et de déchets imputable à ce volume de viande. Dans la mesure où

nous avons travaillé à un niveau très global, nous avons utilisé les coefficients relativement grossiers retenus par l'Union européenne : 1 pour la viande avec os et 1,3 pour la viande sans os.

1.1. UNE ANALYSE DE BASES DE DONNEES

Afin de cerner l'offre disponible dans l'Hexagone, nous avons mis à profit les bases de données existantes. En premier lieu, pour décrire la production française en termes quantitatif et qualitatif, nous avons fait une analyse couplée de la Base de données nationale d'identification des bovins (BDNI) et de la base de données d'abattages gérée par Normabev. Nous avons ainsi pu chiffrer précisément les volumes issus de chaque type de bovins (sexe, race ou type racial, catégorie) au sein de la production française et caractériser un peu plus finement les carcasses issues de ces différents types de bovins (âge, conformation, état d'engraissement).

Pour quantifier les volumes de viande bovine importés et exportés, nous avons utilisé la base de données de commerce extérieur Eurostat. Cette base a également permis des analyses qualitatives en utilisant les catégories douanières NC8 (carcasses/quartiers/viandes désossées, viandes réfrigérées/viandes congelées). Toutefois, elle ne permet pas d'identifier la catégorie de bovin à l'origine de la viande, ce qui a été fait à dire d'expert.

Pour approcher les modes de commercialisation de la viande bovine en grande distribution, nous avons analysé les résultats d'une sonde en magasin (série de relevés dans les rayons boucherie de 2874 points de vente) réalisée par

l'entreprise Nielsen en mai-juin 2010 et nous avons rapproché les résultats de sondes similaires réalisées en 2000 et 2006.

1.2. DES ENTRETIENS AVEC 40 OPERATEURS ET EXPERTS DE LA FILIERE

En l'absence de base de données accessible concernant la commercialisation de la viande bovine et afin de disposer de données qualitatives y compris sur les évolutions en œuvre, nous avons analysé les débouchés de la viande bovine et les formes de commercialisation à partir d'entretiens semi-directifs avec des opérateurs de l'aval de la filière, complétés par un questionnaire sous forme de grille quantitative détaillée (propre à chaque maillon de la filière). Nous avons interrogé 13 opérateurs de l'abattage représentant entre 75 et 80% des volumes abattus en France, 11 responsables achats de la Grande et moyenne distribution (GMS), 12 opérateurs de la restauration hors foyer (RHF), 5 grossistes / transformateurs, 5 représentants de la boucherie-charcuterie et 3 experts de la filière.

2. RESULTATS

2.1. UNE PRODUCTION FRANÇAISE DE PLUS EN PLUS ISSUE DE RACE A VIANDE...

L'offre en France est constituée de deux grandes composantes : la production nationale et les importations. Malgré la poursuite du recul du cheptel laitier, la production française de gros bovins s'est stabilisée ces 5 dernières années autour de 1,30 million de têtes abattues. Les femelles tiennent toujours une place de choix, comptant pour 63% des abattages (49% pour les seules vaches). Les taurillons représentent 25% des volumes abattus et les bœufs 7%.

Corollaire de l'évolution des cheptels laitier et allaitant, la part des races à viande a régulièrement progressé dans la production. Elle représente désormais près des deux tiers des volumes abattus et les races à viande sont majoritaires dans l'ensemble des catégories de gros bovins à l'exception des bœufs, à 55% laitiers. Ces évolutions structurelles conduisent à une augmentation du poids moyen des carcasses, favorisée également par les choix en matière de sélection génétique au sein des races allaitantes.

2.2. ... EN PARTIE CONTREBALANCEE PAR DES IMPORTATIONS TRES FOCALISEES SUR DES VIANDES DE VACHES LAITIERES

Les importations ont pris de l'ampleur dans les années 2000 et repris leur place d'avant les crises ESB, se stabilisant autour de 23% des disponibilités hexagonales ces 4 dernières années. Elles participent à l'ajustement quantitatif et qualitatif de l'offre à la demande française centrée plutôt sur de la viande bien rouge de bovins adultes, c'est-à-dire issue de vaches et dans une moindre mesure de bœufs et de génisses. Ces importations, issues à plus de 85% de vaches laitières, renforcent considérablement la part de ces dernières dans l'offre totale : alors qu'elles ne représentent que 24% des volumes abattus en France, elles comptent pour 38% des disponibilités. Par ailleurs, les importations portent de plus en plus sur des viandes désossées (60% en 2009-2010 contre 30% en 1995-1996), majoritairement des pièces d'arrière et du minerai maigre, particulièrement demandés en France, et elles participent ainsi à combler le déséquilibre matière dans l'Hexagone.

2.3. L'EXPORTATION : UN DEBOUCHE CLEF POUR L'EQUILIBRE QUALITATIF OFFRE/DEMANDE, RELANCE EN 2010

L'exportation a absorbé 280 000 tonnes équivalent carcasse (téc) en moyenne en 2009-2010, soit 21% des volumes abattus en France. Si les volumes exportés se sont repliés de près de 50% entre 1995 et 2005, ils se sont stabilisés par la

suite. Il s'agit très majoritairement de taurillons (figure 2) envoyés vers l'Italie, la Grèce et l'Allemagne, qui ont concentré 75% des volumes et 80% de la valeur des expéditions totales. Ce débouché est stratégique pour l'équilibre qualitatif offre/demande dans la mesure où les consommateurs français sont peu friands de la viande claire de jeunes bovins qui a au contraire la préférence des consommateurs du pourtour méditerranéen. Les envois se font à 75% sous forme de carcasses ou quartiers, notamment parce que les pays clients ont encore un secteur artisanal boucher fort. Corollaire de cette situation, la France est peu positionnée sur l'exportation de produits-services (pièces de viande sous-vide...) et joue peu sur la complémentarité des demandes entre différents débouchés, contrairement à l'Irlande et l'Allemagne par exemple.

Outre la viande, la France exporte également des effectifs conséquents de bovins vivants : Environ 1 million de brouillards (bovins maigres) qui rejoignent des ateliers d'engraissement étrangers et n'entrent donc pas dans la production finie française mais aussi autour de 100 000 taurillons finis, abattus dans les pays destinataires et qui échappent donc aux abattoirs français.

Depuis fin 2010, l'exportation connaît un nouvel essor grâce à une demande dynamique des pays tiers du pourtour méditerranéen (Turquie, Maghreb, Liban en premier lieu) et à une compétitivité en berne des exportateurs du Mercosur. Ces opportunités nouvelles à l'exportation posent la question de la mise en place d'une stratégie plus offensive à l'export et du développement de liens commerciaux pérennes avec ces pays pas nécessairement focalisés sur les races françaises. La demande de ces pays n'est pas encore mature et évolue rapidement, à l'image du Liban qui a substitué, à la fin des restitutions européennes à l'exportation, ses achats de bovins européens par des achats de bovins sud-américains avant de revenir aux bovins européens redevenus compétitifs en 2010. C'est également le cas de la Turquie qui, après avoir importé massivement des carcasses et quartiers fin 2010 - début 2011, se tourne à présent vers des importations de taurillons vivants.

2.4. TROIS GRANDS DEBOUCHES SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

2.4.1. La boucherie-charcuterie

La boucherie-charcuterie constitue un débouché pour les bovins qualitatifs et de proximité. C'est notamment le canal privilégié de commercialisation des bovins sous signe officiel de qualité. Essentiel pour la valorisation du troupeau allaitant, le secteur s'approvisionne surtout en carcasses de génisses et de vaches de race à viande (81% de l'approvisionnement) d'un poids moyen de 410 kg. Toutefois, il a fortement régressé depuis les années 80 et peine encore à maintenir les volumes commercialisés. Face aux crises ESB, à la pénurie de main d'œuvre qualifiée et aux évolutions des habitudes de consommation, le nombre de boucheries aurait reculé de plus de 3% par an depuis 1993 et le secteur n'a commercialisé qu'un peu plus de 200 000 têtes soit 12% des disponibilités en 2009-2010. La pratique du réapprovisionnement consistant à compléter l'approvisionnement en carcasse ou quartier par des muscles ciblés tend à se développer même si elle reste minoritaire. Bien que difficile à chiffrer, il semble qu'il y ait une progression du secteur boucherie-charcuterie halal qui s'approvisionne très différemment, essentiellement en quartiers désossés de taurillons.

Les débouchés qui ont progressé sur le marché français sont ceux où la demande est plus – et de plus en plus – standardisée : la Grande et moyenne distribution (GMS) et la Restauration hors domicile (RHD) ont absorbé 85% des volumes commercialisés sur le marché français contre seulement 50% au début des années 80.

2.4.2. La Grande et Moyenne distribution (GMS)

Avec 870 000 t c, soit 52% des volumes totaux et 62% des volumes restant sur le marché français, la GMS est le débouché poids lourd. Hormis dans les hard-discount (12% des volumes de la GMS) pour lesquels l'origine s'efface en permanence devant le prix, elle s'approvisionne très majoritairement en viande française (plus de 85% des volumes hors élaborés) et le VBF (marque interprofessionnelle « Viande bovine française ») est la règle pour le haché frais. Ses achats se portent avant tout, et de façon accrue ces dernières années, sur des viandes de vaches avec une tendance à un recentrage sur les races à viande (Figure 2). Celui-ci est s'explique par l'évolution de la production nationale : l'évolution divergente de la production de vaches laitières et allaitantes modifie la structure des disponibilités et conduit à un rapprochement des cotations entre vache O et vache R, facilitant la « montée en gamme » des approvisionnements.

Le secteur de la GMS s'approvisionne très majoritairement directement auprès des abatteurs et abatteurs-transformateurs, les grossistes étant peu sollicités. Il existe toute une gamme de mode d'organisation des achats, d'un modèle hyper-centralisé à un modèle où les magasins s'approvisionnement directement. Toutefois, le secteur se caractérise par une tendance à la massification des achats et à une formalisation croissante de la demande. On note par ailleurs une tendance au redéploiement de personnel en magasin au travers de rayons boucherie qui semblent cependant pour partie s'apparenter davantage à des stands boucherie-traiteur animés par du personnel commercial qu'à de véritables stands boucherie traditionnels gérés par un chef boucher travaillant les carcasses. Les chaines de GMS achètent de moins en moins de viande avec os et de plus en plus de muscles sous vide en catégoriel (achat de muscles spécifiques), notamment pour les promotions. Le développement des UVCI (unité de vente au consommateur fabriqué chez un industriel) y est en revanche beaucoup plus lent que prévu.

2.4.3. La restauration hors foyer (RHF)

Le secteur hétérogène et atomisé de la RHD a absorbé 320 000 t c en 2009-2010, soit 19% des disponibilités dont une bonne partie des viandes importées et 23% des volumes restant sur le marché français. Globalement, on estime que les approvisionnements sont composés à 75% de viande de vache laitière (figure 2) et se font à 44% sous forme de viande non élaborée, dont 56% est import e (très essentiellement d'Union européenne), à 45% sous forme hachée et à 10% sous forme d'autres élaborés. S'il s'est plutôt stabilisé ces 3 dernières années, ce débouché a connu une vive croissance structurelle depuis les années 80 en parallèle des évolutions sociétales telles que l'augmentation du travail des femmes, l'augmentation de la distance domicile-travail et la concentration des emplois favorables au développement de solutions de restauration. Il se fournit en bonne partie auprès de grossistes qui lui assurent un regroupement d'offre (au-delà de la seule viande bovine), la fabrication de produits spécifiques ou l'utilisation de conditionnement spécifiques et des services logistiques adaptés.

Les chaines de *fast-food* sont les principaux acheteurs de haché. Elles sont très attentives à la maîtrise du ticket moyen (prix d'un repas) et sécurisent leurs approvisionnements à la fois sur le plan quantitatif et sanitaire en se reposant sur un panel de fournisseurs auquel elles imposent des procédés et des contrôles sanitaires stricts. 43% de leurs volumes de viande hachée sont issus d'importations et la grande majorité provient de bovins laitiers ou mixtes.

La restauration commerciale à table et la restauration collective d'entreprise s'approvisionnent surtout en pièces et

PAD (muscles sous-vide prêts à découper) d'aloyau. Un marché français déficitaire sur ces pièces d'arrière et l'objectif de maîtrise du prix des repas conduisent les opérateurs du secteur à recourir aux importations pour plus de la moitié de leur approvisionnement.

Enfin, la restauration collective institutionnelle ( coles, armée, hôpitaux, services sociaux...), très encadrée sur le plan r glementaire et cherchant à maîtriser fortement le prix des repas, s'approvisionne surtout en viande hachée et en muscles de l'avant, souvent sous forme élaborée (préparation, pré-cuisson...). Le marché étant moins tendu sur ces produits, elle s'approvisionne davantage en viande nationale que les autres secteurs de la RHD.

2.5. LES VENTES SE FONT EN PUZZLE DE PLUS EN PLUS COMPLEXES

Face aux évolutions de la demande de ces 3 secteurs, les abatteurs et les grossistes adaptent leur activité et font évoluer les formes de ventes. Ils vendent de moins en moins de viande avec os (moins de 40% du volume abattu) et éclatent de plus en plus les composantes d'une carcasse entre différents débouchés. Les ventes de viande désossée progressent un peu en compensé (vente en lot de différents muscles sous vide d'une carcasse) mais concernent de moins en moins les carcasses ou quartiers entiers, et portent sur des parties plus restreintes ou des quartiers délestés des pièces les plus difficiles à commercialiser. Mais les ventes progressent surtout en catégoriel, notamment pour les carcasses de type laitier. Le catégoriel est encore peu développé pour les races à viande (en particulier les meilleures conformations) car la qualité des muscles proposés est trop irrégulière pour que les clients exigeant qualité et homogénéité y trouvent pleine satisfaction.

Par ailleurs, la demande pour les produits élaborés augmente, en grande partie sous forme de haché, mais aussi de saucisserie, de produits cuits et de plats préparés. Nous estimons que 540 000 t c, soit près du tiers des disponibilités de viande bovine, passent par la 3^{ me} voire 4^{ me} transformation avant leur commercialisation finale. Plus le produit est élaboré, moins la qualité de la matière première est considérée comme primordiale, ou tout du moins elle se résume à une bonne adaptation au process, et la maîtrise de son prix devient essentielle. Ainsi, la transformation concerne très largement des viandes de vaches laitières, dont une bonne part est import e. Le haché, avec quelques 330 000 tonnes (440 000 t c) commercialisées en moyenne sur 2009-2010 dont 60% sous forme surgelée, a pris une ampleur considérable et est devenu un produit clef pour la filière : 1/3 de la viande bovine consommée en France l'est sous forme hachée. Même si 28% du haché provient de viandes importées, il tient aujourd'hui une place centrale dans la gestion de l'équilibre matière et la valorisation des carcasses.

3. DISCUSSION

Si nous avons accès depuis quelques années à des informations détaillées et quasi-exhaustives sur la production bovine française, les données sur l'aval de la filière sont nettement moins accessibles et consolidées. La multiplicité des types de carcasse, celle des produits issus d'une carcasse, la diversité des opérateurs pouvant intervenir sur le produit entre la production et l'achat par le consommateur et les pertes survenant à différents niveaux rendent l'analyse fine très complexe. Bibliographie et entretiens ne nous donnent accès qu'à des données partielles et même si nous avons bien porté notre attention à obtenir des bilans matière cohérents, les chiffres avancés par circuit restent des estimations.

CONCLUSION

Alors que l'offre de vaches laitières se réduit d'année en année, la demande française –et dans une moindre mesure celle des pays clients- passe par des circuits de plus en plus standardisés et s'oriente vers des produits de plus en plus élaborés, steak haché en tête, avec une exigence forte en matière de prix, encouragée par les politiques commerciales des distributeurs. L'élaboration des viandes tend à se faire de plus en plus en amont chez les abatteurs-transformateurs ou les grossistes transformateurs et de moins en moins chez les distributeurs finaux.

GEB-Institut de l'Elevage, 2011. La production de viande bovine en France : qui produit quoi, comment et où ? Dossier Economie de l'Elevage n°415, 56p.

ADIV, 2008. La commercialisation des viandes en boucherie artisanale.

Moati P., CREDOC, 2010. Quel commerce pour demain ?

CREDOC, 2010. Les achats de produits carnés en restauration hors foyer en France.

Gira Foodservice, 2009. La restauration en France vit une époque formidable : une crise conjoncturelle, accélérateur d'évolution,

Gira Conseil, 2010. Etude restauration : la consommation alimentaire hors domicile en 2009.

Merci aux opérateurs et experts qui ont bien voulu répondre à nos questions et nous fournir leurs données.

GEB-Institut de l'Elevage, 2011. Où va le bœuf ? Quel produit pour que marché ? Dossier Economie de l'Elevage n°417, 60p.

Figure 1 : Répartition des débouchés des différents types de bovins disponibles en France (=production nationale + importations), en volume. Estimations GEB-institut de l'Elevage

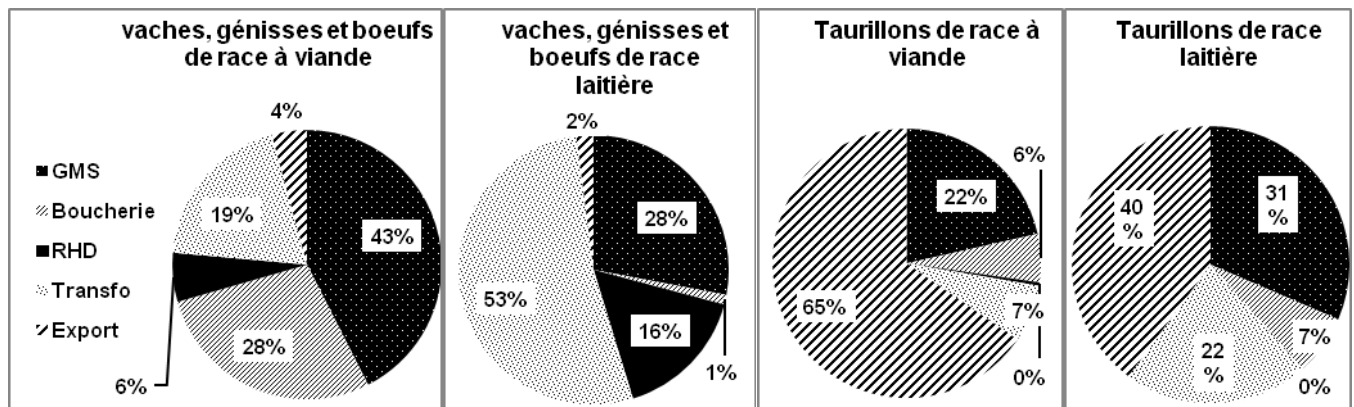


Figure 2 : Répartition des approvisionnements hors élaborés, en volume. Estimation GEB-institut de l'Elevage

