

Économie de l'élevage



Confédération
Nationale de l'Élevage
CNE



DOSSIER VIANDE
OVINE FRANÇAISE

OÙ VA
L'AGNEAU ?

N° 470
Juillet-Août 2016
18 €



OÙ VA L'AGNEAU ? Quels produits pour quels marchés ?

L'OFFRE DE VIANDE OVINE EN FRANCE

LES DÉBOUCHÉS DE LA VIANDE OVINE EN FRANCE

GMS : SEGMENTATION DE L'OFFRE
EN FONCTION DE L'ORIGINE

BOUCHERIE : DES APPROVISIONNEMENTS DISTINCTS
ENTRE VIANDE OVINE «RITUELLE» ET «TRADITIONNELLE»

RHD : RECHERCHE DU MEILLEUR PRIX
ET DU «PRÊT À L'EMPLOI»

EXPORT : MULTIPLICITÉ DES DESTINATIONS
ET DES TYPES DE PRODUITS

BILAN DES DÉBOUCHÉS DES DIFFÉRENTS TYPES
DE VIANDE OVINE

LES DOSSIERS ÉCONOMIE DE L'ÉLEVAGE

sont une publication mensuelle du Département Économie de l'Institut de l'Élevage. Ils traitent de l'analyse des marchés du lait et des viandes, de l'évolution des structures et des résultats des exploitations d'élevage, de perspectives démographiques, territoriales ou de filières... en France, en UE ou dans les principaux pays concurrents ou partenaires.

RÉDACTEURS : CARLIER Marie, CHAMPION Fabien, MONNIOT Caroline, CHOTTEAU Philippe, YOU Gérard.

CONTRIBUTEURS : GRUERE Armelle, TRIBOT-LASPIERRE Paul, TCHAKERIAN Edmond, TRETRAIN Jean-Baptiste.

Les études publiées dans le cadre des Dossiers Économie de l'Élevage bénéficient du financement du Ministère de l'Agriculture (Casdar) et du Fonds National de l'Élevage.

Ce dossier particulier fait référence à une étude financée par Interbev.

« Où va l'agneau », quels produits pour quels marchés ?

Les bilans statistiques établis chaque mois par le SSP disent bien l'érosion de la production française de viande ovine depuis 15 ans, et plus encore de la consommation. Mais ils restent très globaux. Et aussi précieux que soit le panel Kantar, il ne suit que les seuls achats des ménages, sans en préciser l'origine. D'où la commande d'Interbev d'avoir une vision plus complète et plus fine des flux de viande ovine en France.

Le Département Économie de l'Institut de l'Élevage a ainsi retraité toutes les statistiques disponibles, mais surtout réalisé des enquêtes approfondies auprès d'une quarantaine opérateurs de l'aval parmi les plus représentatifs de la filière ovine, abatteurs, GMS, restauration hors domicile (RHD), grossistes, bouchers...

La GMS est, comme dans le bœuf, le circuit majoritaire en volume, avec 55% de la viande ovine commercialisée en France. Ces GMS s'approvisionnent pour les 2/3 en importations, dont 1/3 en UVCI (unité de vente aux consommateurs). Mais c'est aussi le débouché principal de l'agneau français sous SIQO. En effet, la grande distribution a une offre très segmentée, entre les rayons trad' en développement qui valorisent d'abord les agneaux français, les promos qui s'appuient exclusivement sur des imports et les fonds de rayons libre-service qui ont une gamme plus ou moins étendue en fonction de la taille du magasin.

La boucherie a encore un poids considérable, puisqu'il s'y écoule 24% des disponibilités de viande ovine, et même 38% de la viande française. Les boucheries traditionnelles représentent en particulier 36% du débouché des SIQO. Les circuits rituels (boucheries essentiellement) représenteraient en outre désormais plus de 15% de la consommation de viande ovine en France. Mais leur approvisionnement est très différent des boucheries traditionnelles : 45% d'ovins adultes, et surtout 72% d'importations (viande et vif). Or c'est le circuit qui connaît aujourd'hui la plus forte progression.

La RHD (15% du débouché) est d'abord approvisionnée par les importations, et ne commercialise que 4% de la viande ovine abattue en France. Quant aux ventes directes, encore difficiles à chiffrer exactement, elles représenteraient 5% de la viande abattue en France.

Vous trouverez beaucoup plus de détails dans les pages qui suivent. Tout cela pose la question des pistes pour améliorer la place de l'agneau français dans l'approvisionnement en découpe des GMS, dans le circuit rituel, dans la RHD...

SOMMAIRE

- | | |
|--|---|
| 2 / L'OFFRE DE VIANDE OVINE EN FRANCE | 20 / EXPORT : MULTIPLICITÉ DES DESTINATIONS ET DES TYPES DE PRODUITS |
| 8 / LES DÉBOUCHÉS DE LA VIANDE OVINE EN FRANCE | 22 / BILAN DES DÉBOUCHÉS DES DIFFÉRENTS TYPES DE VIANDE OVINE |
| 10 / GMS : SEGMENTATION DE L'OFFRE EN FONCTION DE L'ORIGINE | 26 / CONCLUSIONS ET QUESTIONNEMENTS |
| 14 / BOUCHERIE : DES APPROVISIONNEMENTS DISTINCTS ENTRE VIANDE OVINE «RITUELLE» ET «TRADITIONNELLE» | 28 / MÉTHODE LEXIQUE REMERCIEMENTS |
| 16 / RHD : RECHERCHE DU MEILLEUR PRIX ET DU «PRÊT À L'EMPLOI» | |

L'OFFRE DE VIANDE OVINE EN FRANCE

Avec une production contrôlée fournissant à peine plus de 40% de ses disponibilités, la France est très déficitaire en viande ovine. La production française, très segmentée et saisonnière, est ainsi largement complétée par des importations de viande ovine en provenance d'Union européenne et d'Océanie. Dans l'ensemble, la viande d'agneau compte pour près de 85% de l'offre de viande ovine de l'Hexagone.



La France est déficitaire en viande ovine

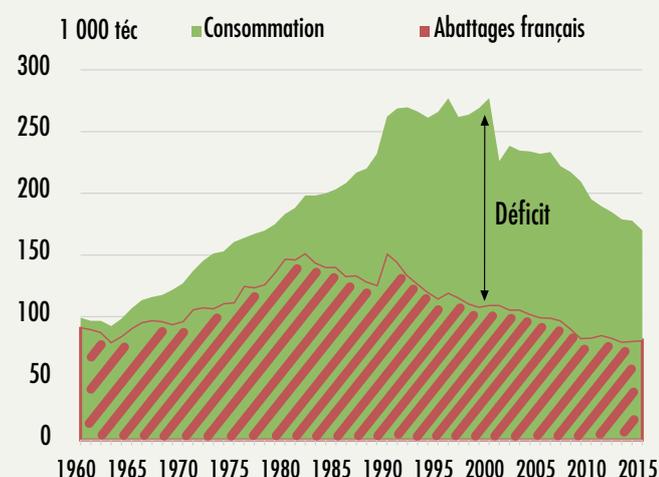
La France importe aujourd'hui près de 60% de sa consommation de viande ovine.

Depuis la mise en place de l'Organisation Commune de Marché pour la viande ovine en 1980, le cheptel ovin et la production ovine française n'ont cessé de s'éroder. La libéralisation du marché européen de la viande ovine et la mise en concurrence des différentes productions

européennes ont en effet été globalement défavorables au secteur ovin français, moins compétitif que ses voisins britannique et irlandais notamment. L'instauration d'aides couplées à la brebis à partir de 1982 n'a pas suffi à enrayer cette baisse et le secteur reste aujourd'hui confronté à d'importantes contraintes structurelles (revenus faibles, concurrence d'autres productions, etc.) entraînant un difficile renouvellement des générations d'éleveurs. Entre fin 1980 et fin 2015, les effectifs de brebis et agnelles saillies françaises ont ainsi chuté de 42% (à 5,37 millions de brebis fin 2015), entraînant avec eux la production française de viande ovine (-45% entre 1980 et 2015). La quasi-stabilisation des effectifs de brebis laitières (-2% depuis 2000, à 1,6 million de brebis fin 2015) contraste fortement avec la baisse des effectifs de brebis allaitantes (-33% depuis 2000, à 3,8 millions de brebis).

Les importations de viande ovine à plus bas prix, surtout en provenance d'outre-Manche et de Nouvelle-Zélande, avaient nettement progressé jusqu'au début des années 2000, soutenant alors l'augmentation de la consommation française. Par la suite, l'épidémie de fièvre aphteuse britannique en 2001, la réorientation d'une partie des envois néozélandais vers la Chine à partir de 2010 et le recul de la demande française ont entraîné le repli des importations (-44% entre 2000 et 2015). Les volumes importés restent néanmoins prépondérants dans la consommation française de viande ovine (59% de la consommation en 2014, 57% en 2015).

ÉVOLUTION DES ABATTAGES¹ ET DE LA CONSOMMATION DE VIANDE OVINE EN FRANCE



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après le SSP, les Douanes françaises et Eurostat

¹ Ne sont considérés dans cette publication que les chiffres des abattages contrôlés pour la France. Le coefficient de redressement habituellement utilisé (1,22) pour prendre en compte les abattages ayant lieu hors abattoirs date en effet des années 1980 et n'apparaît plus adapté à la réalité du secteur ovin français. Les abattages ayant lieu dans les abattoirs temporaires pour l'Aïd ne sont pas comptés ici non plus, faute de données.

Le commerce extérieur rééquilibre la part d'agneau dans la consommation

Le commerce extérieur modifie la structure de la consommation française.

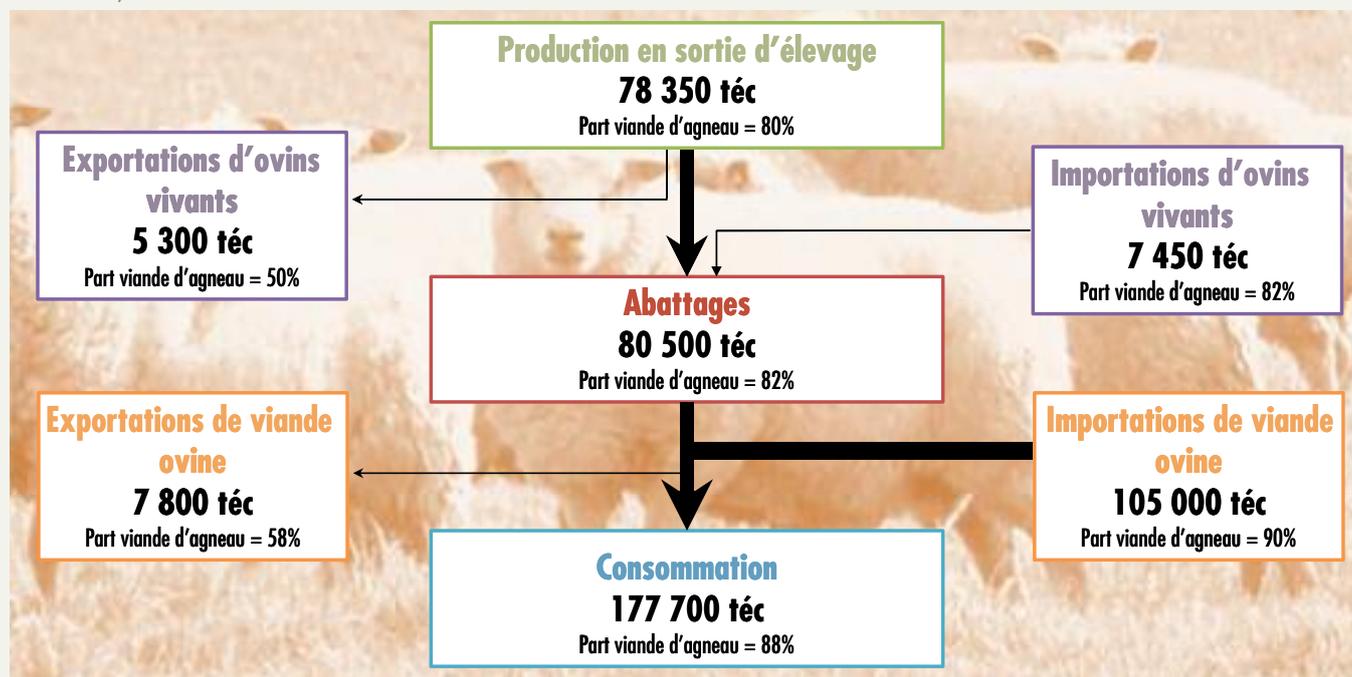
Le terme « viande ovine » comprend deux grands types de produits : les agneaux (ovins âgés de moins de 12 mois) et les ovins adultes ou de réforme (ovins de plus de 12 mois). La viande d'agneau compte pour 80% de la production française, mais pour 88% de la consommation grâce au rééquilibrage du commerce extérieur d'animaux vifs et de viande.

Si une part marginale (autour de 5-6%) des ovins produits en France est destinée à l'export en vif vers des voisins européens (Espagne et Italie notamment) ou des pays tiers (Libye et Liban), la grande majorité est abattue en France.

Ces abattages d'ovins français sont complétés par ceux d'ovins importés en vif depuis l'Union européenne. La proportion d'agneaux étant plus importante dans les imports en vif (82%) que dans les exports en vif (50%), la part de la viande d'agneau passe de 80% en sortie d'élevage français à 82% en sortie des abattoirs.

À ces abattages s'ajoutent les importations françaises de viande ovine, auxquelles il faut soustraire les exportations de viande ovine pour obtenir la consommation française. Comme pour le commerce en vif, la proportion de viande d'agneau étant plus grande dans les importations de viande ovine (90%) que dans les exportations (58%), cela permet de maximiser la part de viande d'agneau dans la consommation française de viande ovine (à 88%).

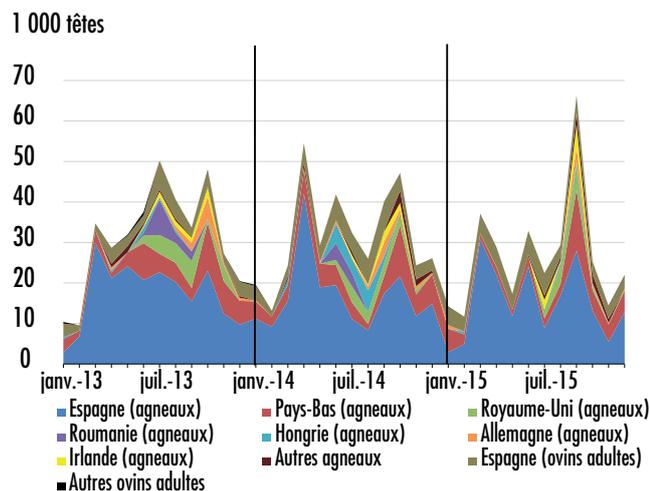
BILAN FRANÇAIS EN VIANDE OVINE EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après le SSP et les Douanes françaises

Les importations d'ovins vivants représentent une part non négligeable des abattages français

IMPORTATIONS FRANÇAISES D'OVINS VIVANTS



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Eurostat

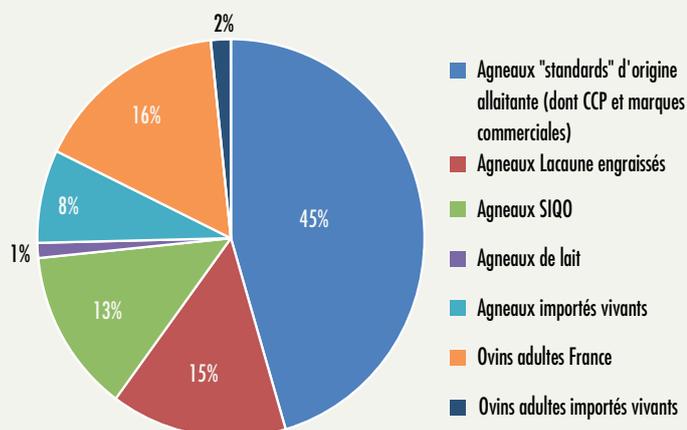
La France importe des ovins vivants pour compléter sa production, notamment à des périodes clés pour sa consommation. Pâques, le mois du Ramadan et l'Aïd correspondent ainsi chaque année à un pic d'import en vif.

En 2014, 327 000 agneaux et 52 000 ovins adultes ont ainsi été importés vivants pour être abattus en France, représentant respectivement 9% des abattages français d'agneaux et 10% des abattages français d'ovins de réforme.

L'Espagne est le principal fournisseur de la France (202 000 agneaux et 52 000 ovins adultes en 2014), suivie par les Pays-Bas (62 000 agneaux), la Hongrie (17 000 agneaux) et le Royaume-Uni (16 000 agneaux).

Caractérisation de l'offre française

RÉPARTITION DES ABATTAGES FRANÇAIS D'OVINS EN 2014 (EN TÉC)



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après le SSP, les Douanes françaises, Fil Rouge et Agno'Interpro

La viande d'agneaux issus des exploitations françaises représente près de ¾ des volumes d'ovins abattus en France.

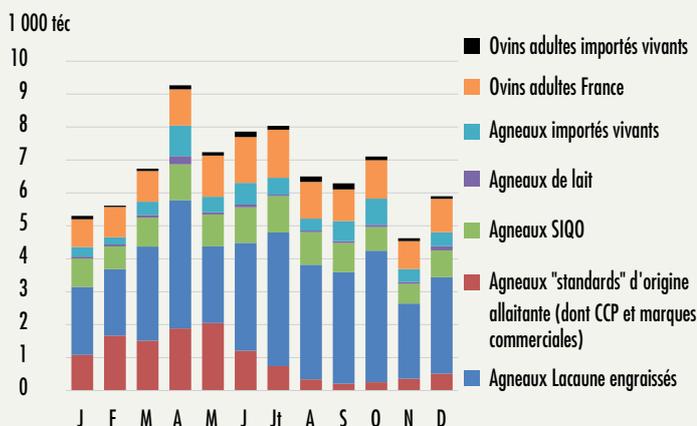
En 2014, 45% des 80 500 téc de viande ovine issue des abattoirs français étaient constitués de viande d'agneaux de races à viande dits « standards » provenant des exploitations françaises, catégorie intégrant dans le cadre de cette étude les agneaux commercialisés sous CCP (Certification de Conformité Produit²) ou sous marques commerciales³. Les agneaux sous SIQO (Signes Officiels de la Qualité et de l'Origine) pesaient 13% des volumes abattus. Les agneaux issus du cheptel laitier comptaient quant à eux pour 16% des volumes, répartis en 15% de viande d'agneaux de race lacaune engraisés⁴ et 1% de viande d'agneaux de lait⁵. 8% de la viande produite étaient par ailleurs issues d'agneaux importés vivants, 2% d'ovins adultes importés vivants et 16% d'ovins adultes élevés dans les exploitations françaises.

La saisonnalité des abattages est très marquée, avec notamment un pic à Pâques, un autre en juin-juillet, et un creux en fin d'année.

Cette saisonnalité varie selon les catégories d'ovins :

- L'essentiel des agneaux de race lacaune engraisés est abattu au 1^{er} semestre, en lien avec la saisonnalité de la production laitière dans le bassin de Roquefort (agnelages en novembre-décembre pour une collecte laitière qui débute un mois après les mise-bas).
- Le gros des abattages d'agneaux « standards » d'origine allaitante et d'agneaux sous SIQO a lieu entre Pâques et le début de l'automne.
- Les agneaux de lait sont abattus majoritairement à Pâques et pour les fêtes de fin d'année.
- Les abattages d'agneaux importés vivants ont lieu surtout autour de Pâques, du Ramadan et de l'Aïd.
- Les abattages d'ovins adultes sont plus importants au cours des mois d'été, en lien avec le respect de la période de détention obligatoire des brebis pour toucher l'aide ovine.

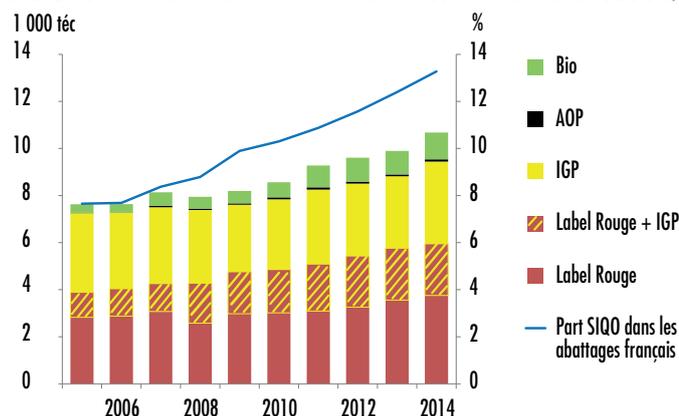
SAISONNALITÉ DES ABATTAGES FRANÇAIS D'OVINS EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après le SSP, les Douanes françaises, Fil Rouge et Agno'Interpro

Les volumes de viande ovine française commercialisés sous SIQO progressent

ÉVOLUTION DES TONNAGES DE VIANDE OVINE COMMERCIALISÉS SOUS SIQO



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Fil Rouge

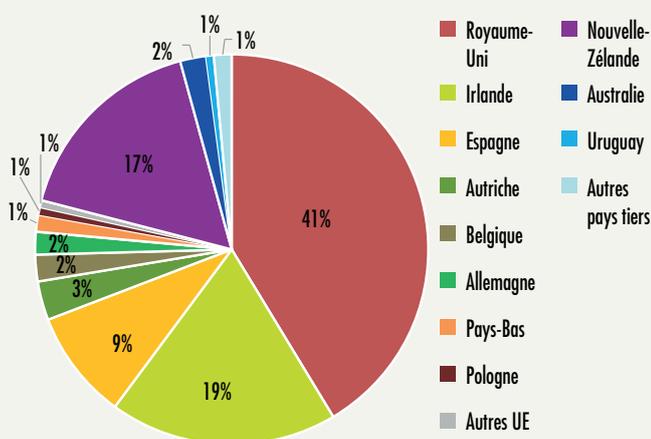
Alors que la production française de viande ovine recule sur le long terme, les volumes commercialisés sous signes officiels de qualité augmentent de façon régulière, en lien avec la demande croissante des consommateurs français. En 2014, près de 10 700 téc de viande ovine française ont ainsi été commercialisées sous SIQO d'après Fil Rouge, soit 8% de plus que l'année précédente, et 30% de plus que 5 ans auparavant.

Ces volumes étaient constitués quasi exclusivement de viande d'agneau, à 35% sous Label Rouge seul, 21% sous Label Rouge + IGP (Indication Géographique Protégée), 33% sous IGP seule, moins d'1% en AOP (Appellation d'Origine Protégée) et 11% en AB.

Provenance et composition des importations françaises de viande ovine

Les importations françaises de viande ovine proviennent aux 3/4 du Royaume-Uni, d'Irlande et de Nouvelle-Zélande. Elles sont surtout constituées de viande d'agneau réfrigérée avec os.

PROVENANCES DES IMPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE OVINE EN 2014

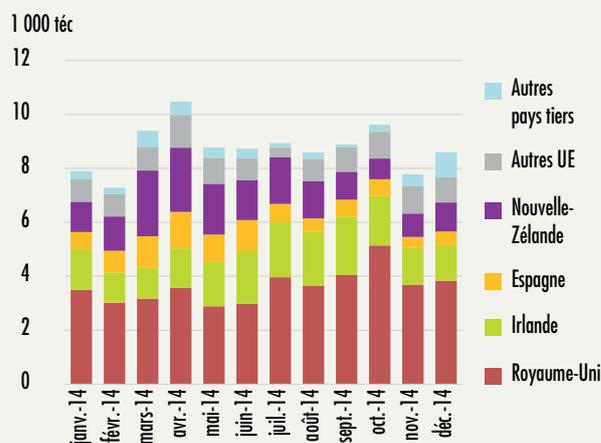


Source : GEB - Institut de l'Élevage, d'après les Douanes françaises

En 2014, 79% de la viande ovine importée en France provenait de l'Union européenne et 21% des pays tiers.

Au total, le Royaume-Uni, l'Irlande, l'Espagne et la Nouvelle-Zélande, fournisseurs historiques de la France, ont contribué pour plus de 85% des 105 000 téc importées.

SAISONNALITÉ DES IMPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE OVINE



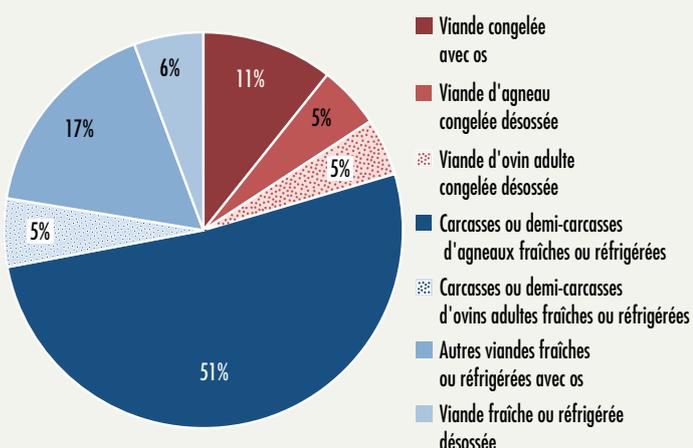
Source : GEB - Institut de l'Élevage, d'après les Douanes françaises

La saisonnalité des importations françaises de viande ovine est moins marquée que celle des abattages.

Elle dépend à la fois de la saisonnalité de la production dans les grands pays exportateurs (cf. encadré p6) et de celle de la consommation française de viande ovine.

Les achats sont ainsi plus élevés avant Pâques et connaissent deux périodes de creux relatif en janvier-février et en novembre.

COMPOSITION DES IMPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE OVINE EN 2014



Source : GEB - Institut de l'Élevage, d'après les douanes françaises

80% de cette viande ovine est importée sous forme réfrigérée, dont 9% conditionnée en « chilled » (environ 9 500 téc en 2014) en provenance des pays tiers (Nouvelle-Zélande et Australie notamment). Les 20% restant sont importés sous forme congelée.

La viande d'agneau représente plus de 90% des volumes totaux, avec notamment plus de 50% de carcasses d'agneaux réfrigérées. 85% des volumes sont d'ailleurs importés « avec os » : la viande désossée ne représente ainsi que 15% des importations françaises de viande ovine.

² CCP : démarche officielle de valorisation des produits agricoles et alimentaires permettant aux opérateurs de différencier leurs produits via la mise en place d'un cahier des charges particulier. Pour l'agneau, ces cahiers de charges portent notamment sur l'alimentation des animaux, leurs conditions d'élevage, la traçabilité des produits et la qualité des carcasses. Le contrôle et la certification des produits sont réalisés à tous les maillons de la filière par un organisme tiers indépendant. Exemple de CCP en agneau : « Agneau de nos Régions » (SVA - Jean-Rozé), Démarche qualité Carrefour.

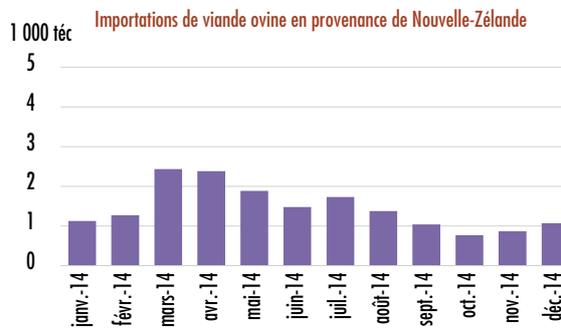
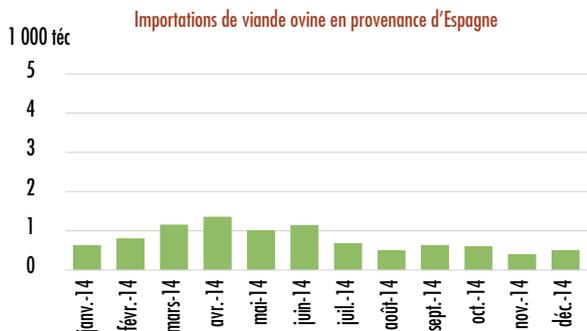
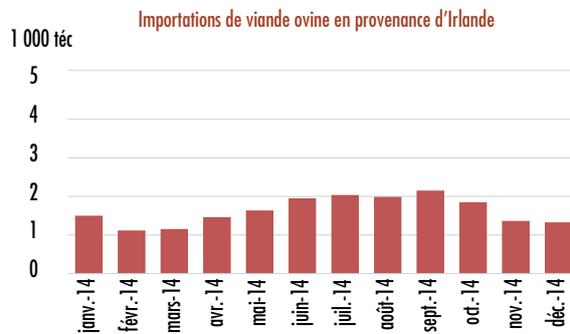
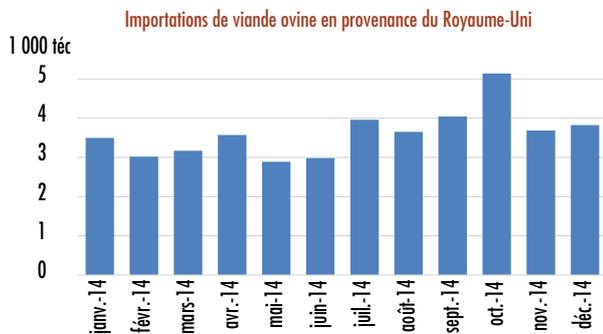
³ Les chiffres recueillis dans le cadre de cette étude n'ont malheureusement pas permis de distinguer les volumes d'agneaux commercialisés sous CCP ou sous marques commerciales du reste des agneaux standards.

⁴ Dans la suite de ce dossier, la catégorie « agneaux de race lacaune engraisés » a été intégrée à la catégorie « agneaux standards », la différenciation avec les « agneaux standards d'origine allaitante » n'étant pas possible au sein des différents circuits de commercialisation de la viande ovine.

⁵ Agneaux nourris exclusivement ou essentiellement à base de lait maternel, non sevrés, de moins de 90 jours et dont le poids de carcasse n'excède pas 13kg.

Une saisonnalité et une composition des importations variables selon les provenances

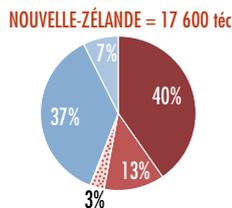
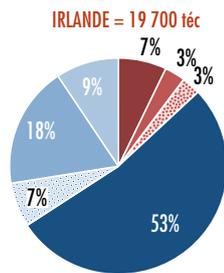
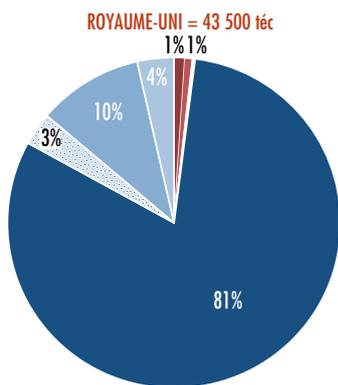
SAISONNALITÉ DES IMPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE OVINE EN FONCTION DES PROVENANCES



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après les Douanes françaises

Alors que les importations françaises de viande ovine en provenance du Royaume-Uni et d'Irlande sont maximales entre juin et octobre, le pic d'importation de viandes espagnole et néozélandaise a lieu autour de Pâques.

COMPOSITION DES IMPORTATIONS EN FONCTION DES PROVENANCES (EN TÉC)



- Viande congelée avec os
- Viande d'agneau congelée désossée
- Viande d'ovin adulte congelée désossée
- Carcasses ou demi-carcasses d'agneau fraîches ou réfrigérées
- Carcasses ou demi-carcasses d'ovin adulte fraîches ou réfrigérées
- Autres viandes fraîches ou réfrigérées avec os
- Viande fraîche ou réfrigérée désossée

Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après les Douanes françaises

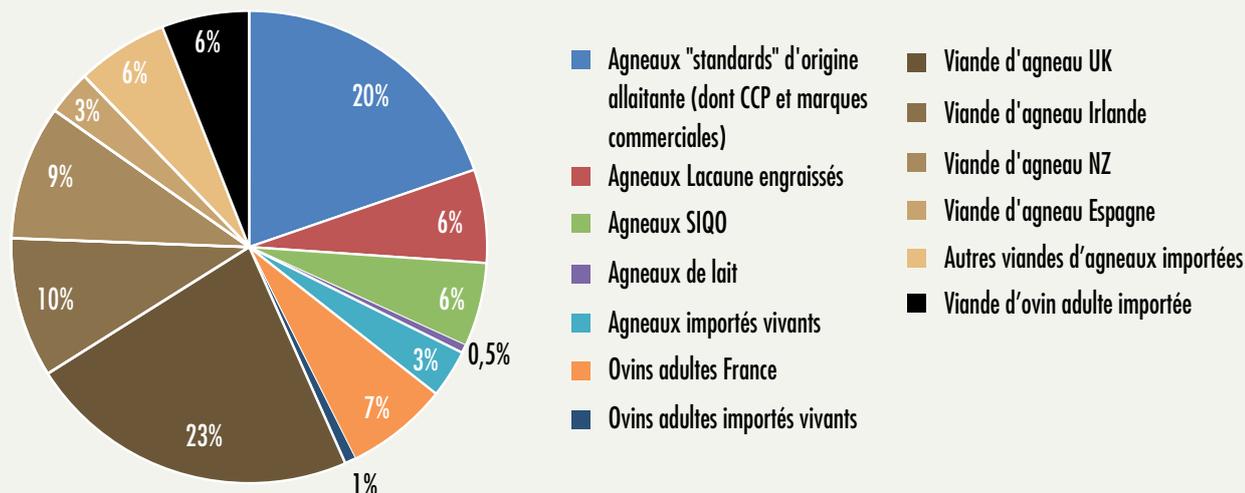
Les achats en provenance du Royaume-Uni se font essentiellement en réfrigéré et sont composés à plus de 80% de carcasses d'agneau réfrigérées. Les découpes d'agneau réfrigérées (avec ou sans os) pèsent quant à elles pour près de 15% des volumes britanniques. La part des carcasses et des découpes d'agneau réfrigérées est également importante dans les importations en provenance d'Irlande (respectivement >50% et près de 30% des volumes). Les achats en provenance d'Espagne comportent relativement plus de viande d'ovins adultes (>40%) mais les carcasses d'agneau réfrigérées y sont également importantes (>40%). L'ensemble des importations de viande ovine depuis la Nouvelle-Zélande se fait, à l'inverse, uniquement sous forme de découpes, majoritairement d'agneau, à 56% sous forme congelée et à 44% en « chilled ».

Bilan des disponibilités françaises en viande ovine

À 185 500 téc en 2014, les disponibilités françaises en viande ovine étaient constituées par 43% de viande issue des abattoirs français (dont 4% de viande issue d'ovins importés vivants pour être abattus en France) et 57% de viandes importées. La viande d'agneau représentait la majorité de ces volumes (environ 85%).

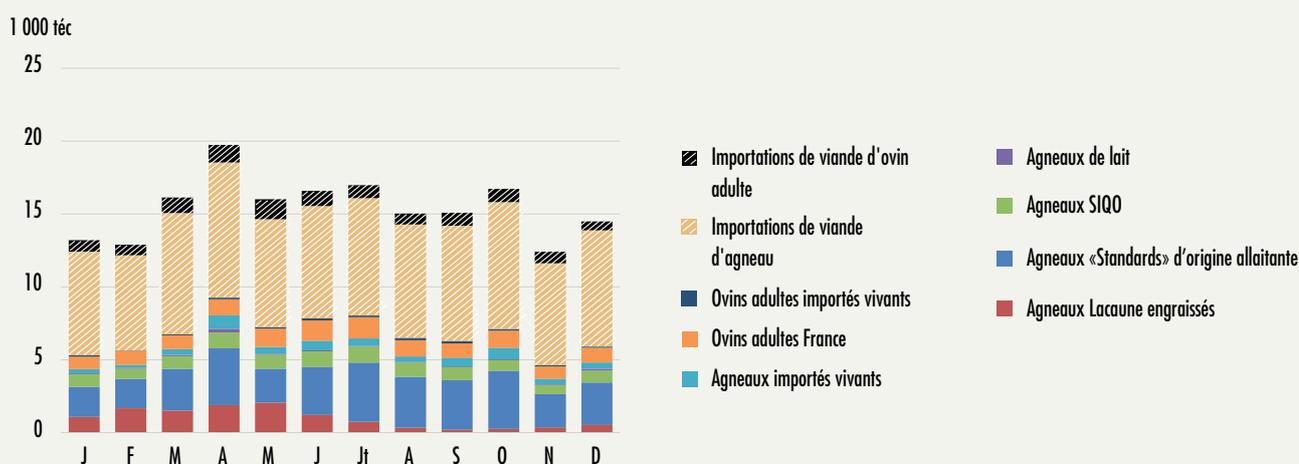
Les disponibilités françaises en viande ovine correspondent à la somme des abattages français et des importations françaises de viande ovine, avant prise en compte des exportations de viande.

DISPONIBILITÉS EN VIANDE OVINE SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après les Douanes françaises, SSP, Fil Rouge et Agno'Interpro

SAISONNALITÉ DES DISPONIBILITÉS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après les Douanes françaises, SSP, Fil Rouge et Agno'Interpro et enquêtes «Où va l'agneau ?»

La saisonnalité des disponibilités reste marquée, en lien avec la saisonnalité des abattages français à peine corrigée par celle des importations de viande ovine : niveau élevé entre mars et octobre avec un pic à Pâques, creux en janvier-février et en novembre.

Alors que la part d'import est maximale (> 55%) entre août et mars, elle est plus limitée entre avril et juillet, au moment du pic de la production française.

2

LES DÉBOUCHÉS DE LA VIANDE OVINE EN FRANCE

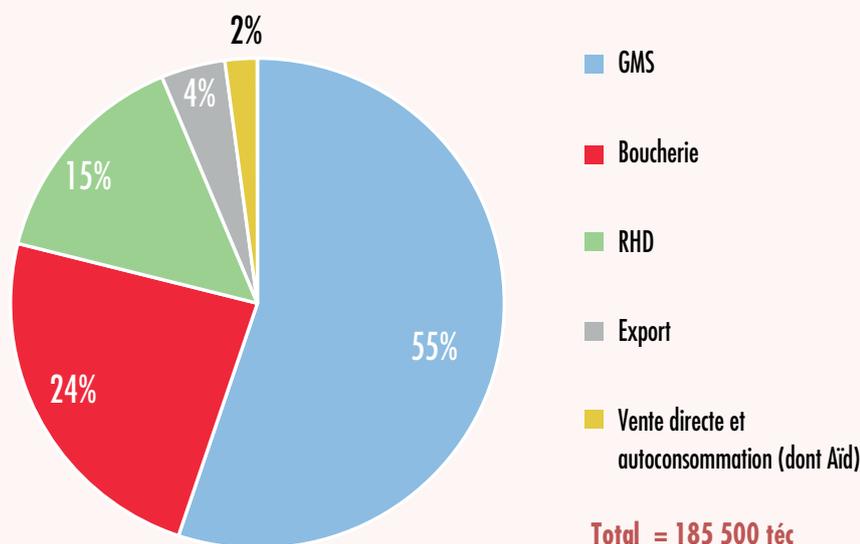
La GMS est de loin le débouché phare pour la viande ovine en France, suivie par la boucherie et la restauration hors domicile. Le poids relatif des différents circuits dépend néanmoins fortement de l'origine de la viande. Si GMS et boucherie se partagent la majorité de la viande abattue en France, le secteur de la RHD n'utilise presque que de la viande importée.



Plus de la moitié des volumes commercialisés en GMS

Les grandes et moyennes surfaces sont le débouché majoritaire des disponibilités françaises en viande ovine, suivies par la boucherie et la restauration hors domicile.

RÉPARTITION DES DISPONIBILITÉS FRANÇAISES DE VIANDE OVINE PAR DÉBOUCHÉ EN 2014¹



Si l'on considère l'ensemble des disponibilités françaises en viande ovine, tout type de produits confondus (abattages + importations), leur débouché principal est de loin la GMS (grandes et moyennes surfaces) qui absorbe 55% des volumes. Le deuxième débouché de la viande ovine en France est la boucherie, avec 24% des volumes, suivie par la RHD (restauration hors domicile, comprenant la restauration collective et la restauration commerciale) qui consomme 15% des tonnages. L'export compte quant à lui pour 4% des volumes alors que la part de la vente directe et de l'autoconsommation (y compris ventes pour l'Aïd) serait de 2%.

Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

Une part de la vente directe et de l'autoconsommation difficile à mesurer

La multiplicité, l'éclatement et l'absence d'organisation entre les différents acteurs intervenant dans ce circuit rendent difficile l'évaluation du poids de la vente directe dans les débouchés de la viande ovine en France. Nous estimons cette part en 2014 à 2% des débouchés des disponibilités françaises totales en viande ovine et à 5% des débouchés de la viande ovine abattue en France. La vente directe et autoconsommation pèserait ainsi pour un peu plus de 2% des abattages français, tandis que les ventes d'ovins pour l'Aïd (hors abattoirs temporaires et abattages hors abattoirs²) correspondraient à 2,5% des volumes abattus en France. Dans ce dernier cas, il s'agit essentiellement d'ovins importés vivants pour être abattus en France au moment des festivités.

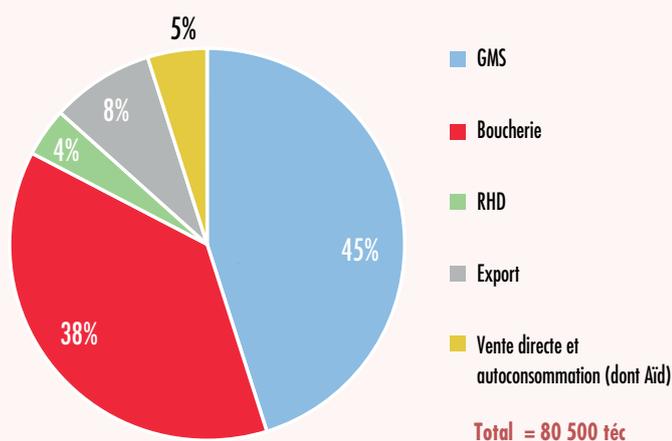
¹ Voir méthodologie d'estimation des données p28.

² Abattages non comptabilisés dans cette étude faute de données.

Des débouchés différents pour la viande française et les viandes importées

Le poids relatif des différents circuits de commercialisation varie selon l'origine de la viande.

DÉBOUCHÉS DES ABATTAGES FRANÇAIS D'OVINS EN 2014

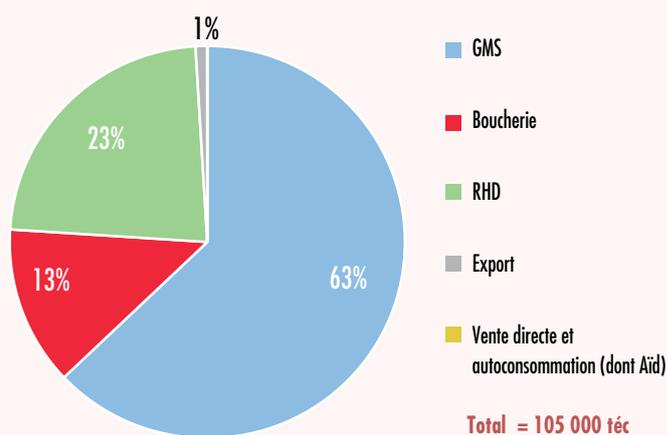


Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après enquêtes

La GMS reste le 1^{er} circuit de commercialisation des ovins abattus en France avec 45% des tonnages, suivi de près par la boucherie avec 38% des volumes.

Le débouché RHD arrive loin derrière avec seulement 4% de la production française. L'export correspond quant à lui à 8% des tonnages abattus et la vente directe à 5%.

DÉBOUCHÉS DES IMPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE OVINE EN 2014



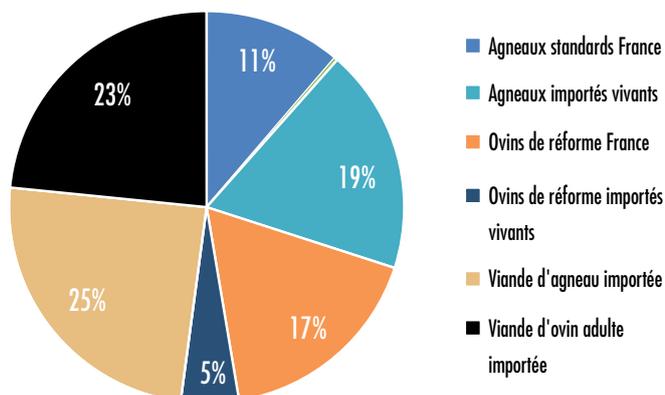
Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après enquêtes

La GMS est le débouché phare pour la viande importée avec 63% des tonnages.

Les poids relatifs de la RHD et de la boucherie sont en revanche très différents de ceux de la production française : la RHD absorbe 23% des volumes importés et la boucherie seulement 13%. Le réexport est marginal.

Commercialisation de la viande ovine « rituelle »

ORIGINE DES DISPONIBILITÉS EN VIANDE OVINE RITUELLE EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après enquêtes

On estime à minimum 15% la part de la viande dite « rituelle » (certifiée halal ou casher) dans la consommation française de viande ovine. Bien que la commercialisation se développe dans les autres circuits, cette viande est encore distribuée en très grande majorité dans les boucheries spécialisées.

La proportion des importations, de viande ou de vif, est prépondérante dans ces volumes. Les abattages d'ovins élevés en France ne représentent en effet que 28% des tonnages (11% de viande d'agneau standard, et 17% d'ovins de réforme). Le reste des volumes est constitué d'ovins importés vivants pour être abattus en France (19% d'agneaux et 5% d'ovins adultes) et de viande importée (25% de viande d'agneau et 23% de viande d'ovin adulte).

Au total, la part de viande issue d'ovins adultes (> 12 mois) est bien supérieure à ce que l'on peut observer dans la consommation française globale : alors qu'elle n'est que de 12% dans la consommation française totale de viande ovine, elle atteint 45% dans le segment « rituel ».

3

GMS : SEGMENTATION DE L'OFFRE EN FONCTION DE L'ORIGINE



Le secteur de la GMS est le premier débouché pour la viande ovine en France : il absorbe en effet 45% des volumes abattus en France et 63% des volumes importés. Alors que l'agneau français est commercialisé essentiellement en rayon trad' et dans le cœur de gamme du rayon libre-service, l'agneau importé, meilleur marché, se retrouve plutôt en entrée de gamme et dans les opérations de promotions. L'approvisionnement en carcasses reste encore majoritaire mais la demande en découpes progresse.

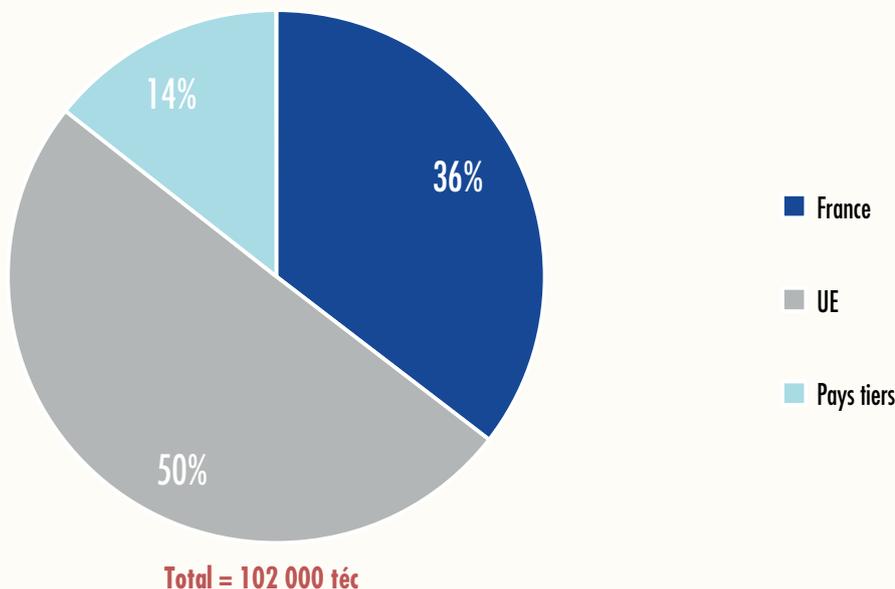
De la place pour toutes les origines

L'offre étant relativement segmentée en GMS, toutes les origines de viande ovine se côtoient.

La moitié des volumes commercialisés sont des viandes importées d'Union européenne, Royaume-Uni et Irlande en tête, alors que 36% proviennent des abattages français et 14% des pays tiers, notamment de Nouvelle-Zélande. Si les importations de viande ovine pèsent pour près des deux tiers des tonnages, la viande ovine française garde toutefois pleinement sa place en magasin. La plupart des enseignes affichent en effet leur volonté de mettre en avant l'origine France, aux côtés des viandes importées, afin de garder un lien au terroir et d'offrir à leurs clients la plus

large gamme de produits en termes de qualité et de prix. Les viandes ovines importées restent toutefois très plébiscitées, grâce à leur prix généralement meilleur marché (elles nourrissent notamment les promotions) et à une offre plus importante et souvent qualifiée de plus homogène par les opérateurs. Par ailleurs, alors que la demande en catégoriel des GMS est forte (évite d'avoir à gérer l'équilibre carcasse en magasin), l'offre de découpes est plus limitée en viandes françaises.

ORIGINE DE LA VIANDE OVINE COMMERCIALISÉE PAR LES GMS EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

Des formes d'approvisionnement différenciées selon les provenances

L'approvisionnement en carcasses reste majoritaire mais la demande en découpes, généralement satisfaite par l'import, croît.

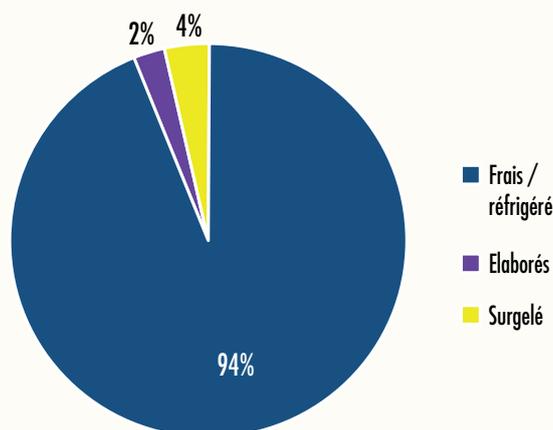
L'essentiel des approvisionnements en viande ovine des GMS françaises se fait sous forme réfrigérée : d'après Kantar Worldpanel, les volumes de surgelés (majoritairement des viandes importées, principalement des gigots et des côtes) commercialisés en GMS ne pèsent que pour 4% des tonnages.

Les approvisionnements se font en outre encore majoritairement en carcasses (près de 60% des achats des GMS en comptant les coupes de gros) qui sont ensuite découpées et conditionnées en magasins. Les découpes (morceaux prêts à découper ou UVCI¹) ne représentent ainsi qu'environ 40% des achats des différentes enseignes.

Les formes d'approvisionnement varient toutefois en fonction de la provenance de la viande. La part de carcasse est beaucoup plus importante pour les achats de viande ovine française : 86%, contre seulement 12% de PAD et

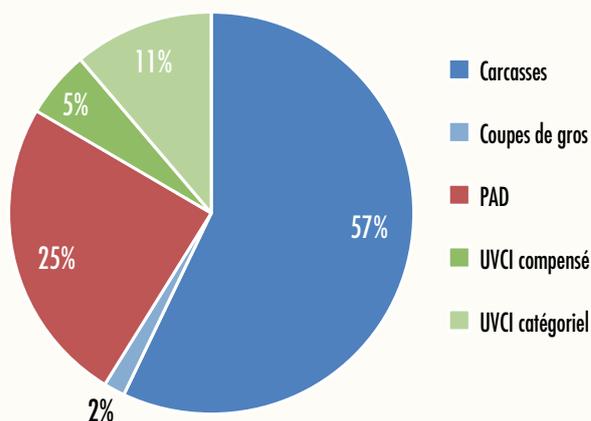
d'UVCI, généralement en compensé (forme de vente groupée de l'ensemble des morceaux d'une carcasse, conditionnés séparément). Les carcasses restent majoritaires dans l'approvisionnement en viandes importées d'UE (54%), mais la proportion de découpes, le plus souvent en catégoriel (forme de vente de morceaux individuellement les uns des autres) est beaucoup plus élevée (40%). Les achats en provenance des pays tiers (surtout de Nouvelle-Zélande) se font quant à eux uniquement sous forme de découpes (majoritairement des gigots, des épaules et des carrés) conditionnées en « chilled ». Ce mode de conservation implique un respect très rigoureux de la chaîne du froid (maintien des produits à une température comprise entre -1°C et 0°C) mais permet de proposer ces produits importés sous forme réfrigérée, qui correspond mieux à la demande des clients français en GMS que le congelé.

ACHATS DE VIANDE OVINE EN GMS PAR LES MÉNAGES FRANÇAIS EN 2014 (EN TONNES)



Source : GEB - Institut de l'Élevage, d'après Kantar WorldPanel

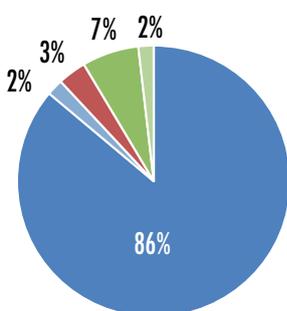
FORMES D'APPROVISIONNEMENT EN VIANDE OVINE FRAÎCHE EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après enquêtes

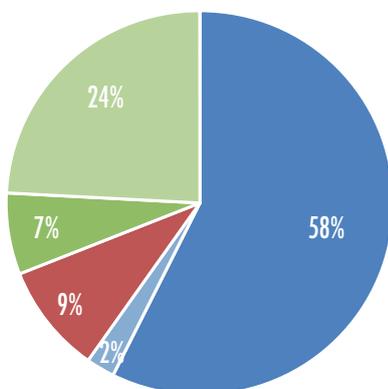
Formes d'approvisionnements selon les provenances en 2014

VIANDE OVINE FRANÇAISE



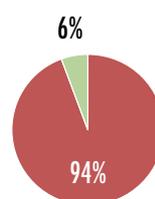
Total = 36 000 téc

VIANDE OVINE IMPORTÉE D'UE



Total = 51 000 téc

VIANDE OVINE IMPORTÉE DES PAYS TIERS



Total = 15 000 téc

- Carcasses
- Coupes de gros
- PAD
- UVCI compensé
- UVCI catégoriel

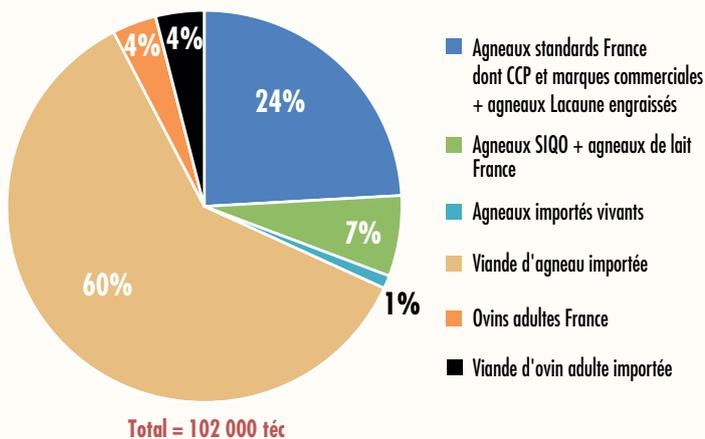
Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après enquêtes

¹ Unité de Vente Consommateur Industriel : barquettes réalisées chez les industriels fournisseurs de la GMS.

À plus de 90% de la viande d'agneau

La viande ovine commercialisée en GMS est surtout de la viande d'agneau. Les volumes de viande d'ovin adulte se retrouvent essentiellement dans les produits élaborés et les plats préparés.

APPROVISIONNEMENT SELON LES TYPES D'OVINS EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après enquêtes

Plus de 90% de la viande ovine vendue en GMS est de la viande d'agneau. La part importée était de 58% en 2014 contre 42% pour celle issue des abattages français. Cette dernière catégorie comprend la viande d'agneau standard (agneaux standards d'origine allaitante dont CCP et marques commerciales + agneaux de race lacaune engraisés), la viande d'agneau sous SIQO, la viande d'agneau de lait et la viande d'agneaux importés vivants d'UE pour être abattus en France.

Si l'agneau sous SIQO représente moins de 10% des volumes vendus en GMS, il pèse toutefois pour près de 20% des approvisionnements en viande ovine française, auxquels il faut rajouter une part importante de CCP et de marques commerciales permettant de démarquer l'agneau français en rayon.

Les volumes de viande d'ovins adultes sont plus réduits (< 10%) et sont présents surtout dans des produits élaborés (type merguez ou boulettes de viande), les plats préparés, et certains produits à bas prix vendus en libre-service.

Agneau Presto, une démarche appréciée mais parfois difficile à faire vivre en magasin

Si tous les opérateurs rencontrés s'accordent pour qualifier la démarche Presto de « super concept » - et les relevés effectués en magasins en témoignent : l'offre Presto et de « type Presto » a progressé ces dernières années - il s'avère souvent difficile de la faire vivre en magasin.



Le manque de main d'œuvre et de temps ont été des freins certains au développement de la démarche et expliquent le manque d'appropriation par certains magasins. Les efforts importants à investir dans la formation des bouchers et les animations à organiser en magasins (à répéter régulièrement sous peine de voir les ventes retomber rapidement) ont tendance à décourager un certain nombre d'opérateurs. Certains préféreraient ainsi proposer uniquement des produits de type Presto « industriels ».



Segmentation de l'offre en magasins en fonction des provenances

L'offre de viande ovine des GMS est segmentée en magasin au sein de deux rayons, le rayon trad' et le rayon libre-service, en fonction de l'origine et du degré de démarcation des produits. L'agneau français standard sans aucune démarcation se retrouve fréquemment peu différencié de l'entrée de gamme importée.

Le tableau ci-dessous résume le type d'approvisionnement des différents segments de marché pour la viande ovine chez les 4 enseignes enquêtées. La segmentation en magasin reste toutefois très variable d'une enseigne à l'autre, et plus encore d'un magasin à l'autre. Ces derniers choisissent un ou plusieurs types de viande ovine en fonction de la longueur de linéaire disponible (les plus petits n'ont ainsi souvent qu'un voire pas de produit en viande ovine), et de la demande de leur clientèle. La segmentation en magasin varie aussi en fonction de la période de l'année et suit la saisonnalité de la production dans les principaux

pays fournisseurs :

- En automne-hiver : hausse de l'offre d'agneaux britanniques et irlandais.
- En début d'année : les achats se tournent vers les agneaux français de race lacaune engraisés puis vers les agneaux français de race bouchère.
- Pâques et Noël : pic d'import en provenance des pays tiers (Nouvelle-Zélande, Australie dans une moindre mesure).

Les magasins proches des grandes régions d'élevage proposent généralement une offre plus locale.

SEGMENTATION DE LA VIANDE OVINE EN GMS

Rayon Trad'	Agneaux français sous SIQO, agneaux français standards (+ parfois de l'UE) ➔ Approvisionnement sous forme de carcasses (+ parfois coupes de gros en complément)
Libre-service – Cœur de gamme	Agneaux français CCP, agneaux français standards (+ parfois de l'UE) ➔ Approvisionnement sous forme de carcasses, PAD et UVCI
Libre-Service – Entrée de gamme	Agneaux UE, Agneaux pays tiers, Ovin adulte ➔ Approvisionnement sous forme de carcasses, PAD et UVCI
Opérations de promotion	Essentiellement agneaux NZ, parfois de l'UE ➔ Approvisionnement en PAD et UVCI

Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes auprès de 4 enseignes

Le segment de la viande ovine rituelle est peu développé dans les GMS, du fait de la concurrence forte des boucheries spécialisées sur ce marché. Bien que les volumes commercialisés soient limités, les enseignes considèrent toutefois qu'il est important d'être présent sur ce marché,

avec des produits de plus en plus visibles en magasins, notamment au moment des fêtes religieuses (produits qui quittent alors les rayons « exotiques » pour le rayon boucherie).

Un mouvement général d'ouverture de rayon trad'



Rayon viande - Intermarché de Auxonnes

Contrairement à ce qui pouvait être observé il y a 10 ans, la plupart des enseignes sont aujourd'hui dans une logique de création de rayons traditionnels à la coupe. Le principal objectif est de dynamiser le rayon viande. Mais les intérêts sont in fine multiples : le rayon trad' rehausse l'image générale du magasin, le lien humain et les conseils culinaires fidélisent les clients, l'écoulement de l'ensemble des pièces est plus facile...

Ce rayon étant une vitrine, il doit être tenu avec le plus grand professionnalisme pour ne pas avoir l'effet inverse de celui recherché. La principale difficulté des directeurs de magasin est donc de trouver des professionnels pour animer ce rayon.

4

BOUCHERIE : DEUX TYPES D'APPROVISIONNEMENTS

Deuxième débouché pour la viande ovine, le secteur de la boucherie artisanale commercialise 38% de la production abattue en France et 13% des importations de viande. Si les entreprises bouchères sont aujourd'hui relativement diversifiées, on distingue néanmoins deux grandes tendances sur ce marché. Alors que la part d'import, en vif ou en viande, est majoritaire dans les approvisionnements en viande ovine dite « rituelle » (certifiée halal ou casher), l'origine France reste dominante dans les ventes de viande ovine « traditionnelle ».



Un secteur en mutation

Plusieurs facteurs contribuent aujourd'hui à la mutation du secteur de la boucherie : la baisse du nombre d'établissements, la montée en puissance et la diversification des points de vente spécialisés dans la commercialisation de viande rituelle, et une évolution de la demande vers des portions plus petites.

On comptait environ 18 000 entreprises de boucherie artisanale en 2014¹. Le secteur fait toujours face à une importante restructuration : la baisse du nombre d'opérateurs se poursuit année après année, soit par la fermeture de points de vente, soit par leur reprise par des entreprises gérant plusieurs établissements. La reprise des boucheries artisanales sans successeur connu est une des formes principales du développement des boucheries qui

commercialisent de la viande dite « rituelle » (certifiée halal ou casher). On estime qu'aujourd'hui, ces dernières commercialisent plus de 40% des volumes de viande ovine distribuée par des boucheries.

Les entreprises bouchères traitent en moyenne 50 kg de carcasses ovines par semaine (soit environ 2,4 téc /an), avec des écarts très importants d'un opérateur à l'autre. Il existe en effet une grande diversité de types d'entreprises : groupes de boucheries, entreprises possédant plusieurs points de vente, entreprises à point de vente unique, avec des tailles de magasins et une place réservée à la viande ovine très variables d'un point de vente à l'autre.

Les modalités d'approvisionnement en viande ovine diffèrent également d'une entreprise à l'autre : certaines travaillent directement avec les éleveurs (existence de démarches plus ou moins contractualisées entre éleveurs et bouchers), d'autres directement avec un abattoir, et d'autres avec des chevillards ou grossistes. Dans tous les cas, l'approvisionnement en viande ovine est centré quasi-exclusivement sur les carcasses. L'achat de découpes n'est qu'occasionnel, en complément d'approvisionnement, notamment pour pouvoir coller au mieux à la saisonnalité de la demande. L'équilibre matière est assuré grâce à la préparation de produits élaborés ou de plats préparés.

Comme dans les autres secteurs, la clientèle des boucheries tend à demander des portions toujours plus petites. De plus en plus de consommateurs font ainsi référence au poids du produit.

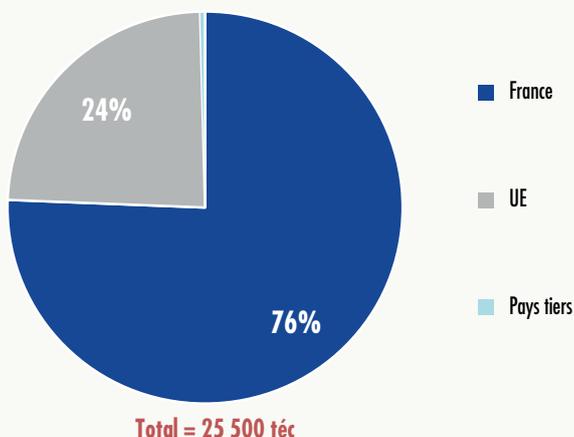


¹ Source : CFBCT. Chiffre tenant compte des inscriptions en Chambres de commerce et en Chambres d'artisanat.

Approvisionnement des boucheries en viande ovine « traditionnelle »

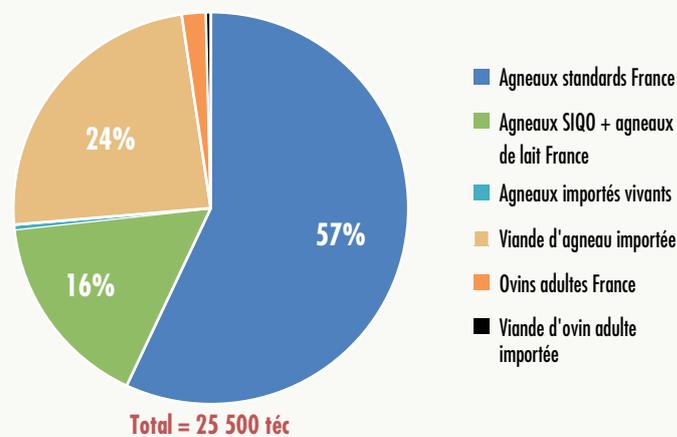
Les boucheries commercialisant de la viande ovine « traditionnelle » privilégient l'origine France.

ORIGINE DES APPROVISIONNEMENTS DE LA BOUCHERIE EN VIANDE OVINE « TRADITIONNELLE » EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après enquêtes

APPROVISIONNEMENTS DES BOUCHERIES EN VIANDE OVINE « TRADITIONNELLE » EN 2014



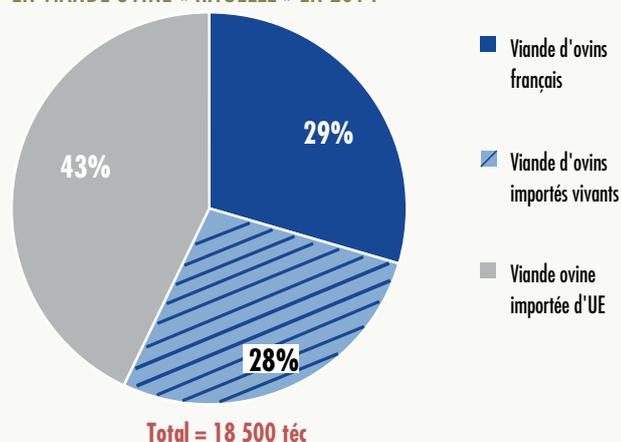
Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après enquêtes

La part de l'origine France dépasse les trois quarts de la viande ovine commercialisée en boucheries « traditionnelles ». Ce marché laisse toutefois une place aux imports, notamment dans le cadre d'approvisionnements en gros volumes (groupes de boucherie par exemple) ou pour des points de vente éloignés des régions d'élevage ou situés dans des quartiers populaires où la demande s'oriente vers une viande ovine meilleur marché. L'agneau prédomine nettement dans les ventes. La viande d'ovins de réforme représente moins de 3% des volumes, généralement transformés dans des produits élaborés ou des plats préparés. L'agneau sous SIQO (+ l'agneau de lait) pèse pour près de 16% des volumes (mais plus de 20% des tonnages en agneau français). Cependant, au-delà du signe de qualité, les bouchers recherchent généralement des carcasses de qualité bouchère et mettent souvent en avant des produits régionaux, sans forcément de démarcation particulière. La gestion de la saisonnalité de la consommation s'avère parfois compliquée, avec une forte demande pour des gigots et des épaules en hiver et à Pâques, et une préférence marquée pour les carrés d'agneau en été.

Approvisionnement des boucheries en viande ovine « rituelle »

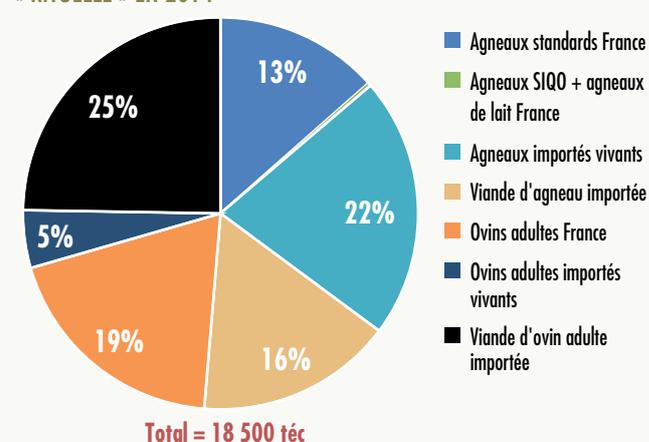
La part de l'import (viande ou vif) est beaucoup plus importante dans les boucheries commercialisant de la viande ovine « rituelle ».

ORIGINE DES APPROVISIONNEMENTS DE LA BOUCHERIE EN VIANDE OVINE « RITUELLE » EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après enquêtes

APPROVISIONNEMENTS DES BOUCHERIES EN VIANDE OVINE « RITUELLE » EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après enquêtes

L'approvisionnement des boucheries en viande « rituelle » se fait en majorité à l'import, que ce soit d'ovins vivants ou de viande ovine. Ce segment est en effet beaucoup plus sensible au prix et l'import offre une viande meilleur marché. Face à la baisse de la production française, cette dernière est également plutôt valorisée dans des circuits « traditionnels » et les volumes disponibles en « rituel » sont plus limités.

Les ventes se partagent pour moitié entre viande d'agneau et viande d'ovin de réforme, cette dernière étant nettement mieux valorisée en débouché « rituel » qu'en débouché « traditionnel ».

5

RHD : RECHERCHE DU MEILLEUR PRIX ET DU « PRÊT À L'EMPLOI »

La restauration hors domicile (RHD), qui associe deux grands segments, la restauration collective et la restauration commerciale, consomme 23% des importations de viande ovine mais seulement 4% des viandes abattues en France. Cette prépondérance de l'import s'explique à la fois par l'importance du critère prix et par la préférence pour des produits standardisés, prêts à l'emploi voire transformés, peu disponibles en origine France mais aussi en raison de la faiblesse des disponibilités en viande ovine française...



La RHD, un secteur composite

Le secteur de la restauration hors domicile est composé de plusieurs segments : si la restauration collective regroupe 40% des repas pris à l'extérieur, elle ne compte que pour 20% du chiffre d'affaires global du secteur. A l'inverse, la restauration commerciale à table représente un quart des repas et plus de la moitié du chiffre d'affaires.

La restauration hors domicile peut être schématiquement découpée en deux grands segments :

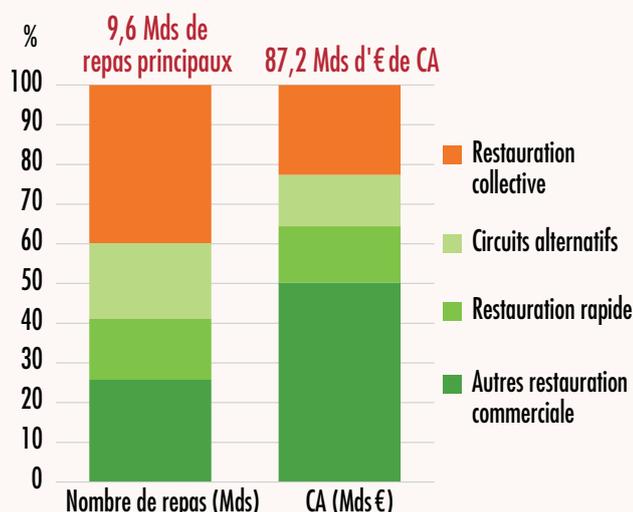
- **La restauration collective** correspond à la préparation et à la mise à disposition de repas aux personnes travaillant ou vivant dans des collectivités publiques ou privées. Elle est elle-même composée de plusieurs sous-segments (voir page 18).
- **La restauration commerciale** rassemble toutes les autres propositions de repas hors foyer. Elle se divise en trois sous-segments :
 - Les circuits alternatifs (boulangeries, stations-service) où les volumes de viande ovine sont négligeables.
 - La restauration rapide (grandes chaînes de fast-food à hamburgers, sandwicheries spécialisées et restaurants thématiques avec service au comptoir, type kebabs ou traiteurs). Ce segment ne distribue également que très peu de viande ovine .
 - Le reste de la restauration commerciale peut être assimilé aux restaurants avec service à table auxquels s'ajoutent les cafétérias. C'est là que l'on retrouve l'essentiel de la viande ovine distribuée en restauration commerciale.

- La restauration rapide (grandes chaînes de fast-food à hamburgers, sandwicheries spécialisées et restaurants thématiques avec service au comptoir, type kebabs ou traiteurs). Ce segment ne distribue également que très peu de viande ovine .

- Le reste de la restauration commerciale peut être assimilé aux restaurants avec service à table auxquels s'ajoutent les cafétérias. C'est là que l'on retrouve l'essentiel de la viande ovine distribuée en restauration commerciale.

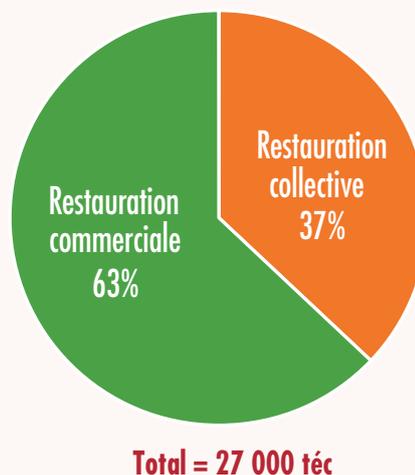
Au total, la restauration collective absorbe près de 40% des volumes de viande ovine distribués en RHD et la restauration commerciale plus de 60%.

IMPORTANCE DES DIFFÉRENTS SEGMENTS DE LA RHD EN 2014



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après GIRA Conseil. Données 2013

VENTILATION DES VOLUMES DE VIANDE OVINE EN RHD EN 2014



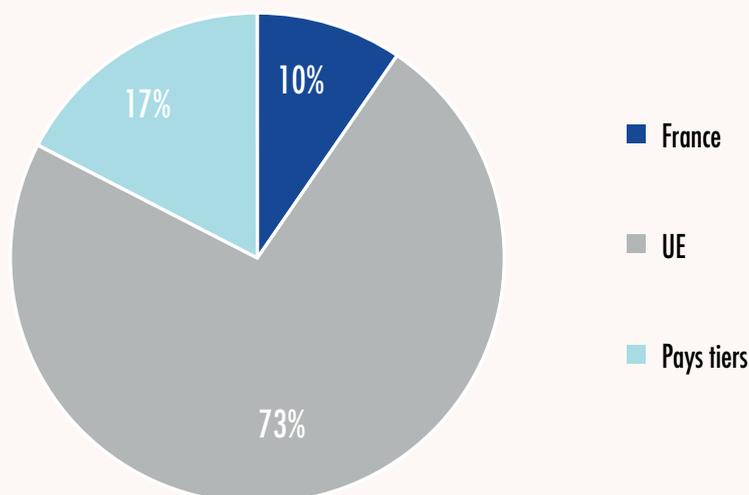
Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

¹ Contrairement à la croyance générale, très peu de volumes de viande ovine sont commercialisés dans les « kebabs ». Il s'agit essentiellement de viande de veau et de volaille.

La restauration commerciale : des produits variés pour une grande diversité de restaurants

L'approvisionnement de la restauration commerciale est surtout constitué de viande d'agneau importée.

ORIGINE DES APPROVISIONNEMENTS EN VIANDE OVINE DE LA RESTAURATION COMMERCIALE EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes



Le segment de la restauration commerciale, et notamment celle avec service à table, regroupe une grande diversité de restaurants. Si leurs logiques d'approvisionnement dépendent de leur gamme de prix et de leur orientation culinaire, des tendances générales se dégagent.

Du fait de son prix relativement élevé, la viande ovine française est peu présente dans ce segment. Les viandes importées, à l'avantage tarifaire certain, représentent donc 90% des volumes de viande ovine servis en restauration commerciale. On observe toutefois le développement de niches « haut de gamme » pour l'agneau français sous SIQO (par exemple agneau du Quercy ou agneau de lait), mais les volumes en jeu restent limités.

Il s'agit à plus de 90% de viande d'agneau, sous forme de PAD ou de piécé, avec par ordre décroissant d'importance : des gigots, des souris ou des jarrets, des carrés et côtes-lettes, des épaules ou encore du sauté, mais aussi quelques élaborés (type merguez). Les produits à cuisson longue partent généralement dans la restauration « orientale » de même que la viande d'ovins adultes.

La régularité de la qualité et du calibre des approvisionnements est souvent un critère majeur dans le choix des opérateurs et des produits.

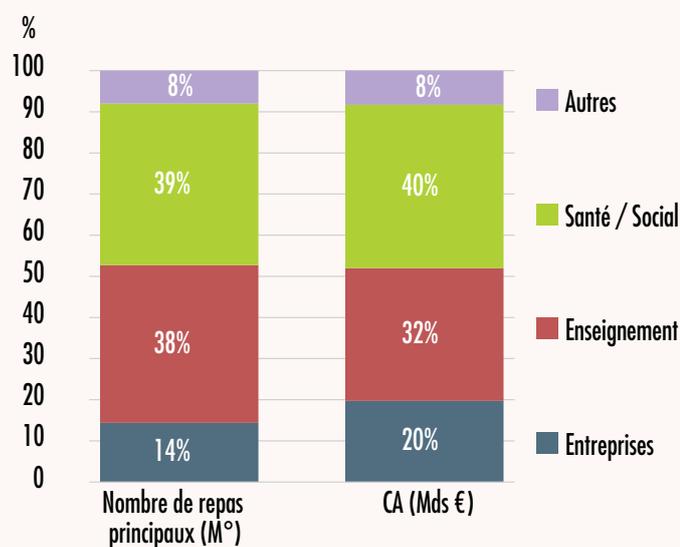


5 RHD : RECHERCHE DU MEILLEUR PRIX ET DU « PRÊT À L'EMPLOI »

La restauration collective : recherche du prix le plus bas et du prêt à l'emploi

Face à des contraintes fortes en termes de prix et une exigence de praticité des produits, la restauration collective s'approvisionne essentiellement en viande ovine importée « prête à l'emploi ».

LES DIFFÉRENTS SEGMENTS DE LA RESTAURATION COLLECTIVE



Source: GEB - Institut de l'Élevage d'après GIRA Conseil. Données 2013

Un segment complexe aux dynamiques variées

La restauration collective est composée de plusieurs sous-segments. Elle s'adresse ainsi à des publics cibles diversifiés, ayant des attentes différentes par rapport à la consommation de viande. Malgré des tickets moyens par repas variables, un point commun à tous ces sous-segments reste la contrainte forte en termes de prix.

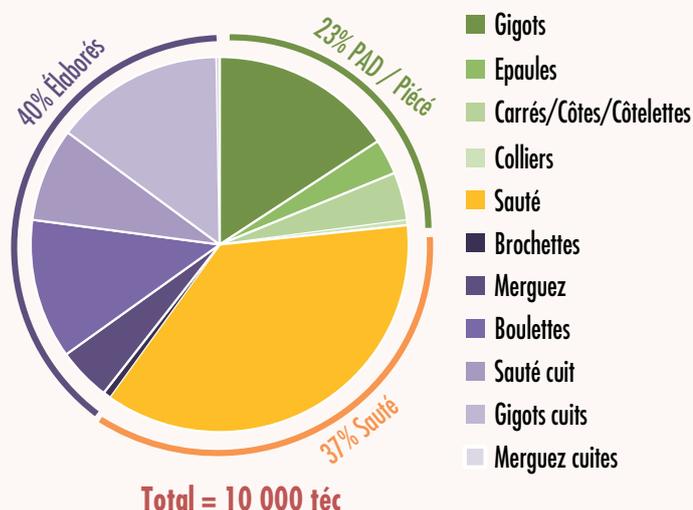
- **La restauration d'enseignement** est celle où le ticket moyen par repas est le plus faible. Elle représente ainsi 38% de la restauration collective en nombre de repas, mais seulement 32% en valeur. Cette maîtrise forcée des coûts entre parfois en contradiction avec une volonté d'approvisionnement plus local et qualitatif.

- **La restauration en santé / social** est également fortement contrainte par les prix. Priorité est en outre donnée à la qualité sanitaire des produits et la mise à disposition de plats adaptés à chacun des pensionnaires.

- **La restauration d'entreprise** est celle où les tickets moyens sont les plus élevés. On y retrouve généralement les gammes les plus qualitatives.

Recherche de régularité et de prêt à l'emploi

FORMES D'APPROVISIONNEMENT EN VIANDE OVINE DANS LA RESTAURATION COLLECTIVE EN 2014 (EN TÉC)



Source: Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

Au-delà de la contrainte prix, la restauration collective a également des exigences en termes de types de produits. La rationalisation des frais de personnel (par ailleurs de moins en moins qualifié pour découper et préparer la viande) et d'équipements dans les cuisines conduit à l'augmentation de la demande pour des produits pratiques et rapides à préparer. Cette évolution s'explique également des exigences en termes de types de produits. La rationalisation des frais de personnel (par ailleurs de moins en moins qualifié pour découper et préparer la viande) et d'équipements dans les cuisines conduit à l'augmentation de la demande pour des produits pratiques et rapides à préparer. Cette évolution s'explique également par une orientation croissante des consommateurs vers des produits à l'image plus moderne.

Les approvisionnements de la restauration collective en viande ovine correspondent donc essentiellement à des produits déjà en partie travaillés et portionnés : près d'un quart des volumes sont des produits piécés, généralement désossés (gigots et épaules), 37% du sauté (d'épaule essentiellement) et 40% des produits élaborés. Dans cette dernière catégorie, les produits cuits sont d'ailleurs de plus en plus plébiscités. Un point important est également la recherche de calibre et de régularité, au sein des lots, et au cours de l'année.

Orientation majoritaire vers l'import

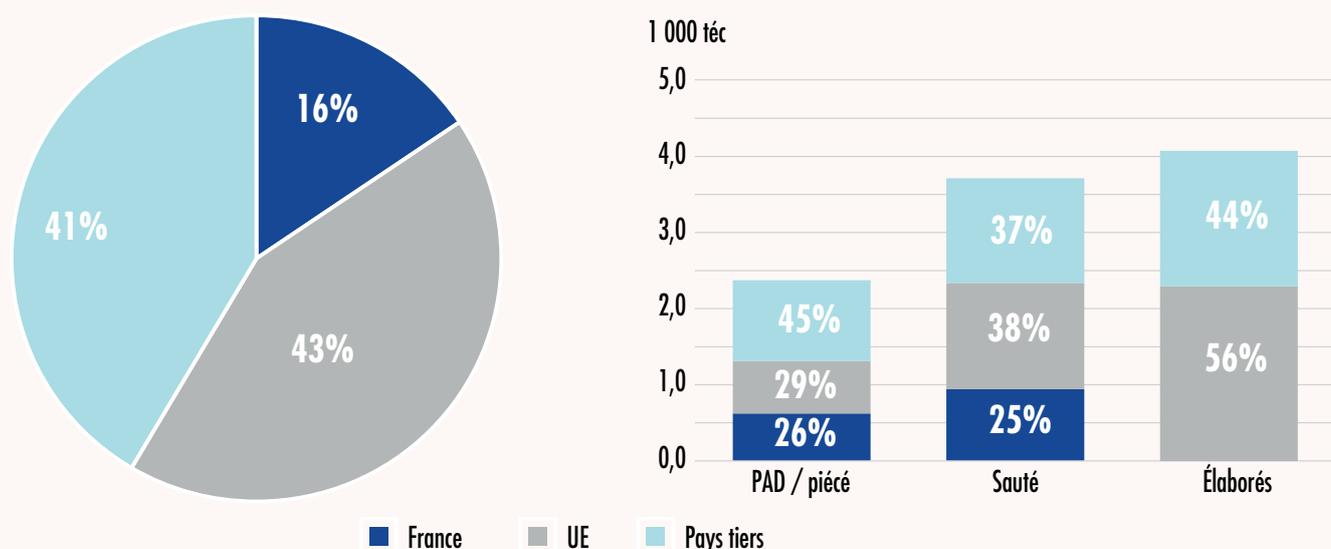
La contrainte forte sur les tickets repas conduit les différents sous-segments de la restauration collective à rechercher les prix les plus bas dans leurs approvisionnements en matières premières. L'origine de la viande ovine passe ainsi au second plan : près de 85% des volumes sont importés (les trois quarts des approvisionnements en morceaux prêts à découper et en sauté et 100% des achats en produits élaborés), car nettement plus compétitifs en terme de prix que la viande ovine française.

Les collectivités publiques répondant au codes des marchés publics sont en outre techniquement interdites

de toute référence à l'origine des produits dans leurs appels d'offre d'agneau standard. Même celles qui le souhaitent rencontrent ainsi des difficultés à s'assurer d'un approvisionnement en viande ovine française. Par ailleurs, alors que la demande de la restauration collective s'oriente vers des produits de plus en plus élaborés, l'offre de piécé catégoriel et de produits élaborés est relativement limitée en France. Les opérateurs s'accordent également à dire que les produits importés sont plus calibrés et homogènes et correspondent donc mieux à leurs attentes.

L'approvisionnement en viandes européennes se fait en réfrigéré, celui en provenance des pays tiers s'effectue en congelé (pas de « chilled » pour éviter tout problème de conservation de la viande en cuisine).

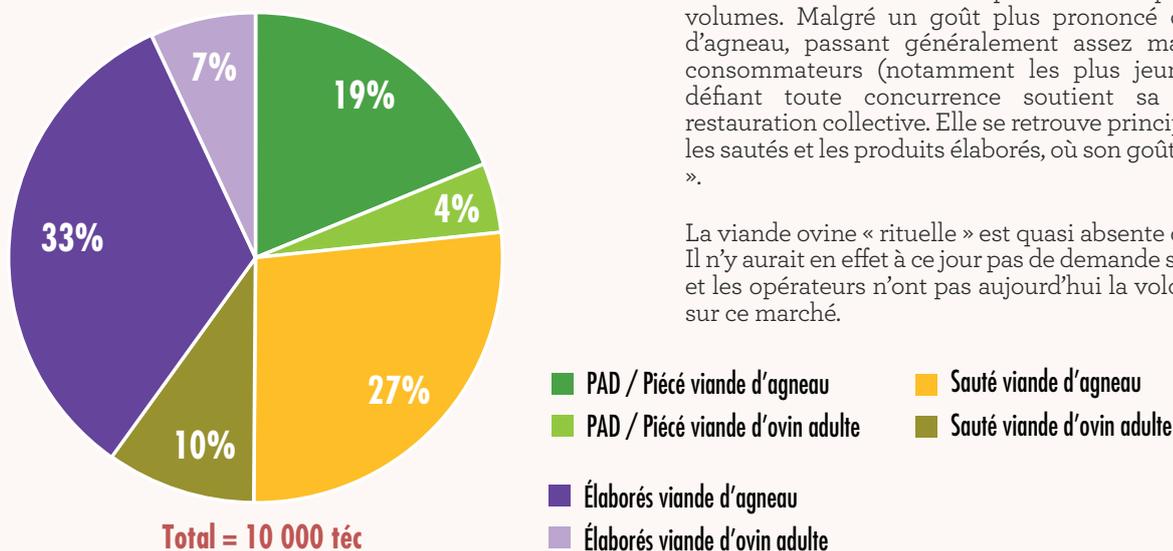
ORIGINE DES APPROVISIONNEMENTS EN VIANDE OVINE DE LA RESTAURATION COLLECTIVE (EN TÉC) EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

Une majorité de viande d'agneau

FORMES ET TYPE DE VIANDE OVINE DANS LES APPROVISIONNEMENTS DE LA RESTAURATION COLLECTIVE EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

Environ 80% de la viande ovine servie en restauration collective est de la viande d'agneau. Il s'agit essentiellement d'agneau standard (français et importé) : les agneaux sous SIQO ne représentent que 2% des volumes (mais plus de 10% des achats en viande ovine française).

La viande d'ovins adultes représente ainsi près de 20% des volumes. Malgré un goût plus prononcé que la viande d'agneau, passant généralement assez mal auprès des consommateurs (notamment les plus jeunes), son prix défiant toute concurrence soutient sa présence en restauration collective. Elle se retrouve principalement dans les sautés et les produits élaborés, où son goût « passe mieux ».

La viande ovine « rituelle » est quasi absente de ce segment. Il n'y aurait en effet à ce jour pas de demande spécifique forte et les opérateurs n'ont pas aujourd'hui la volonté de rentrer sur ce marché.

6

EXPORT : MULTIPLICITÉ DES DESTINATIONS ET DES TYPES DE PRODUITS

Avec seulement 4% des disponibilités françaises en viande ovine, l'export reste un débouché réduit pour le secteur ovin français. Les produits exportés sont en outre très disparates selon les destinations, en grande majorité européennes. Le marché italien est le plus important et s'approvisionne en France essentiellement en carcasses de brebis grasses.



De multiples destinations

Les exportations françaises de viande ovine sont orientées essentiellement vers les pays de l'Union européenne.

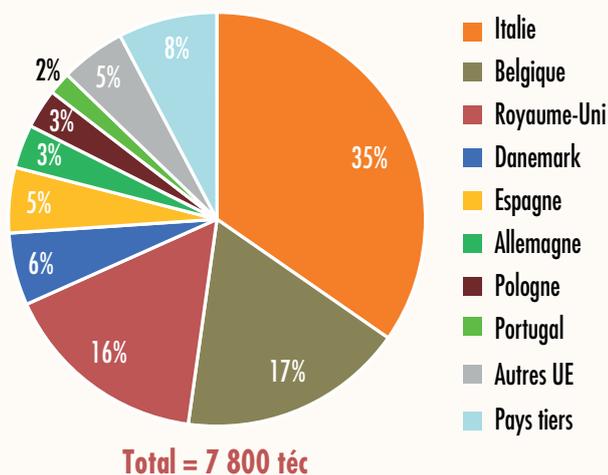
Si le débouché export reste réduit pour les disponibilités françaises en viande ovine (4% des volumes), il équivaut toutefois à 10% des abattages français, ce qui est loin d'être négligeable. Les envois sont orientés massivement (à 92%) vers des pays de l'Union européenne, l'Italie, la Belgique et le Royaume-Uni ayant absorbé 68% des tonnages en 2014. Les pays tiers (Suisse, Côte d'Ivoire, Guinée, Congo, Bénin, Égypte, Gabon, etc.) ne représentent ainsi que de très petits volumes.

Ces envois sont constitués essentiellement de viande ovine française mais il existe également un peu de réexport

(exemple : carcasses d'agneaux importées du Royaume-Uni dont les poitrines sont renvoyées sur le marché britannique où elles sont mieux valorisées). Un effet « frontière » explique par ailleurs certains volumes (vers la Belgique notamment) : les opérateurs travaillant à proximité d'une frontière ont généralement des relations privilégiées avec des opérateurs de l'autre côté de la frontière.

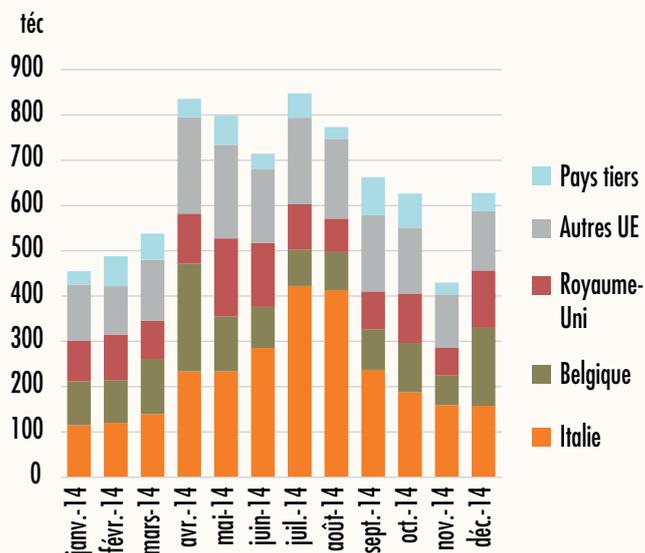
La saisonnalité de ces exportations est très marquée (pic de Pâques à l'été) et est logiquement fonction de la saisonnalité de la production française et de la demande dans les différents pays importateurs.

DESTINATION DES EXPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE OVINE EN 2014



Source : GEB - Institut de l'Élevage, d'après les Douanes françaises

SAISONNALITÉ DES EXPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE OVINE

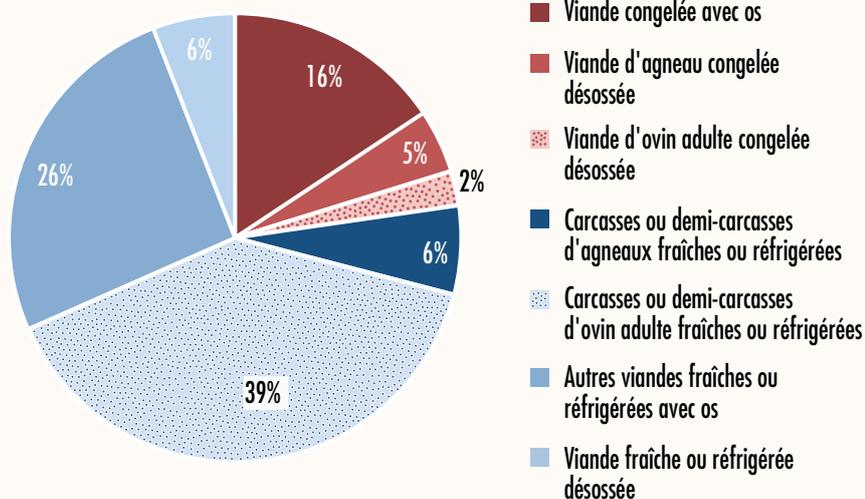


Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après d'après les Douanes françaises

Une part importante de carcasses d'ovins de réforme

La viande d'ovin adulte représente plus de 40% des volumes exportés.

COMPOSITION DES EXPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE OVINE EN 2014



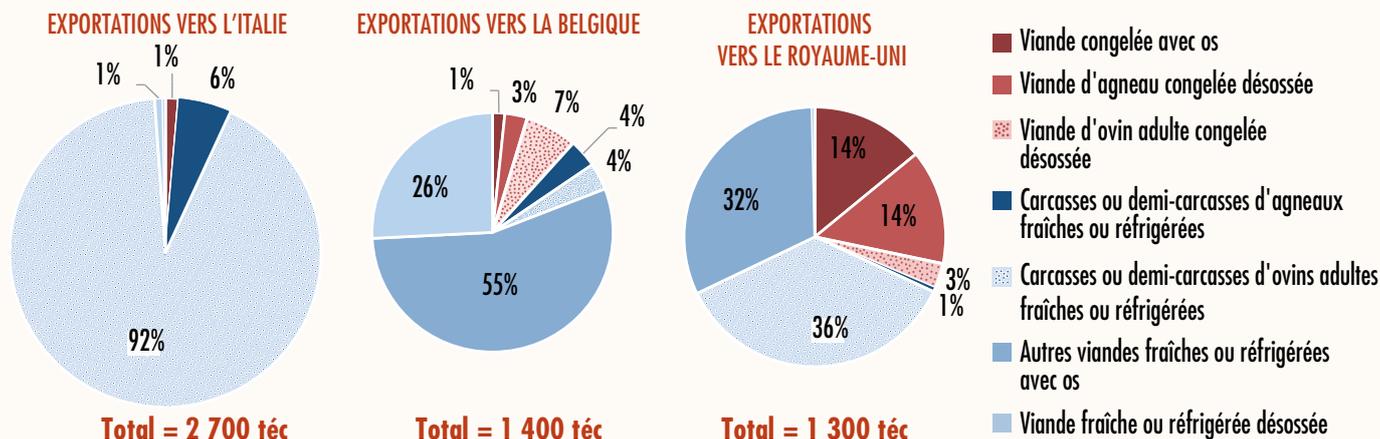
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après d'après les Douanes françaises

Les types et formes de viande ovine exportés sont très variables selon les destinations. Au total, près de 80% des volumes sont exportés sous forme réfrigérée (77% en 2014) et environ 90% des tonnages (87% en 2014) sont envoyés avec os.

L'agneau ne représente qu'un peu moins de 60% des volumes. L'export est en effet un débouché relativement important pour la viande française d'ovins adultes (42% des envois en

2014, essentiellement sous forme de carcasses), notamment vers le marché italien. L'Italie, 1^{er} débouché export de la France pour la viande ovine, est en effet connue pour ses importations de carcasses de brebis grasses (92% des envois en 2014), dont la viande est utilisée notamment pour la confection des *arrosticini* (brochettes de viande de mouton ou de brebis, typiques de la région des Abruzzes dans le centre de l'Italie).

COMPOSITION DES EXPORTATIONS EN FONCTION DES DESTINATIONS EN 2014



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après d'après les Douanes françaises

7

BILAN DES DÉBOUCHÉS DES DIFFÉRENTS TYPES DE VIANDE OVINE

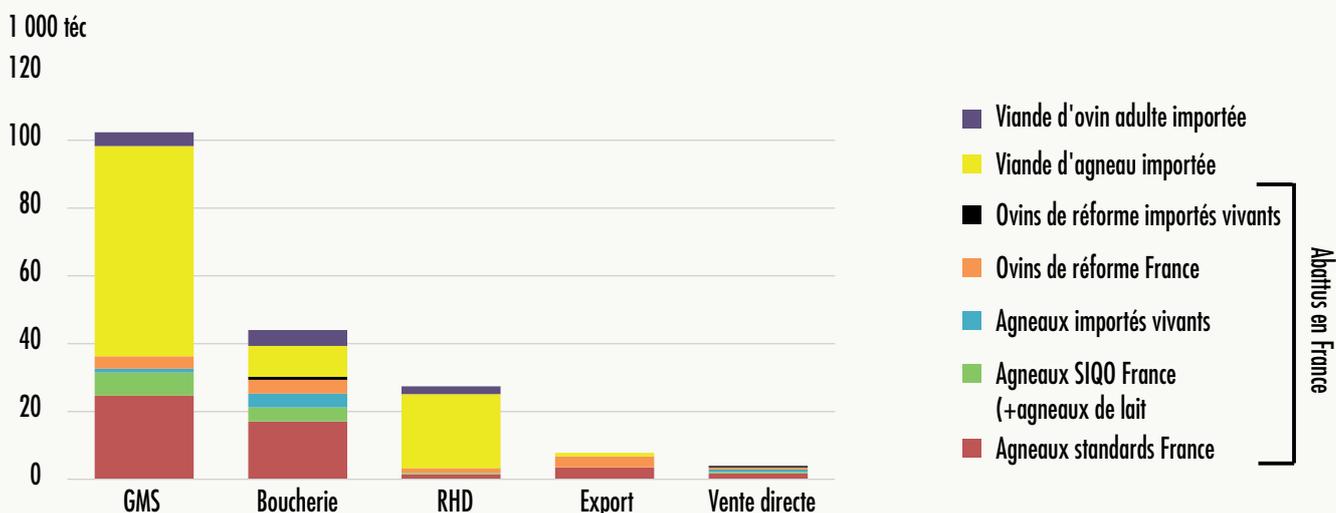
Les différentes catégories identifiées dans les disponibilités françaises en viande ovine ont finalement des débouchés très distincts les unes des autres. Si l'agneau français trouve sa place en GMS et en boucherie et se démarque de l'import via des SIQO, des CCP ou encore des marques commerciales, il est en revanche quasi absent du secteur de la RHD, royaume de l'import. La viande d'ovin adulte et celle d'agneaux importés vivants pour être abattus en France sont quant à elles majoritairement commercialisées dans des circuits « rituels ».



Synthèse des débouchés de la viande ovine en France

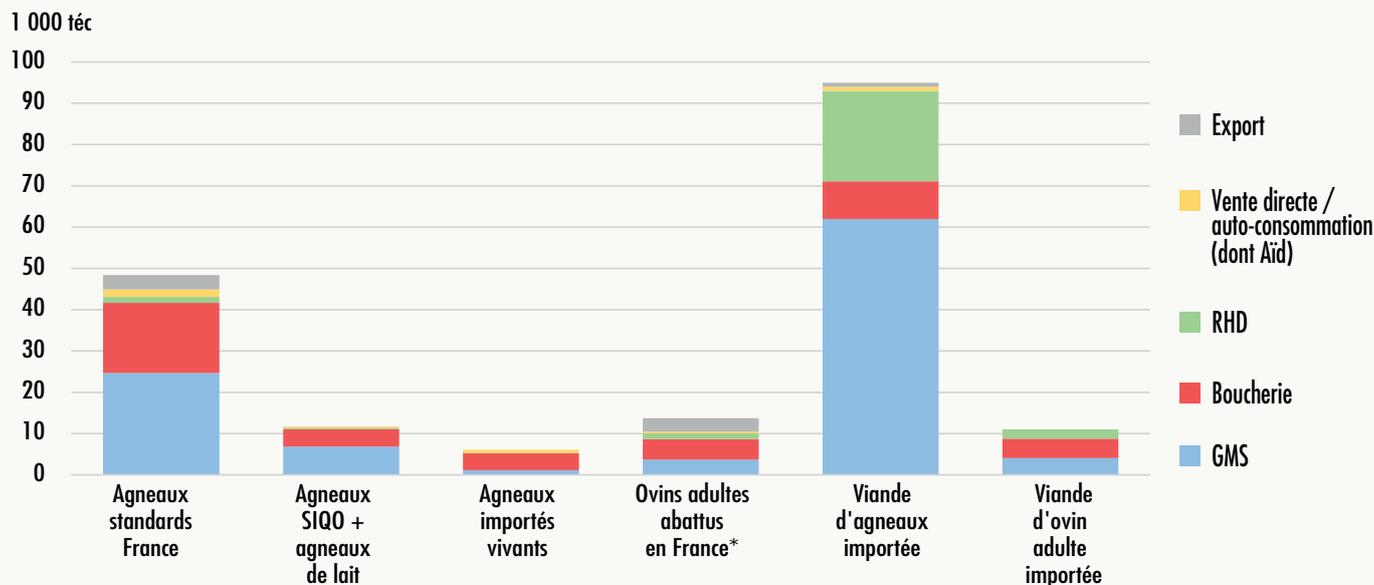
La viande ovine issue des abattages français est commercialisée principalement en GMS et en boucherie. Les importations de viande ovine, constituées essentiellement de viande d'agneau, sont d'abord écoulées en GMS, mais aussi en RHD et en boucherie. Au total, la part des importations de viande ovine est supérieure à la part de viande issue des abattages français en GMS et en RHD. La proportion de viande d'origine française est en revanche plus importante en boucherie.

DÉTAIL DE L'APPROVISIONNEMENT DES DIFFÉRENTS CIRCUITS EN VIANDE OVINE EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage, d'après enquêtes

DESTINATION DE LA PRODUCTION FRANÇAISE ET DES IMPORTATIONS EN 2014



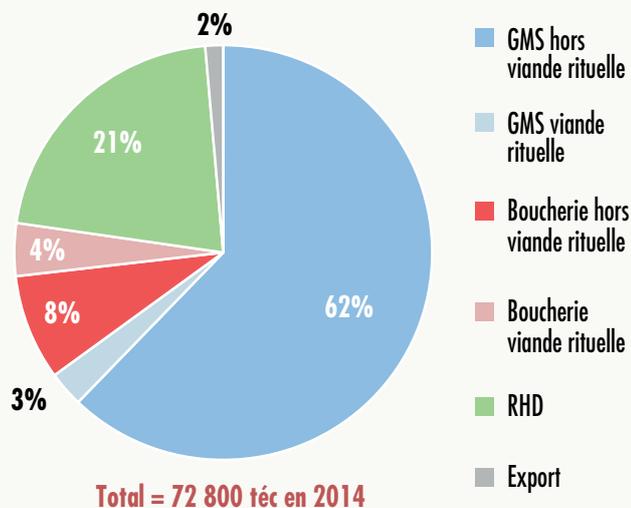
*issus des exploitations françaises ou importés vivants

Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

Les débouchés de la viande d'agneau importée

La GMS et la RHD sont les deux débouchés phares des importations françaises de viande d'agneau.

UTILISATION DE LA VIANDE D'AGNEAU IMPORTÉE D'UE EN 2014



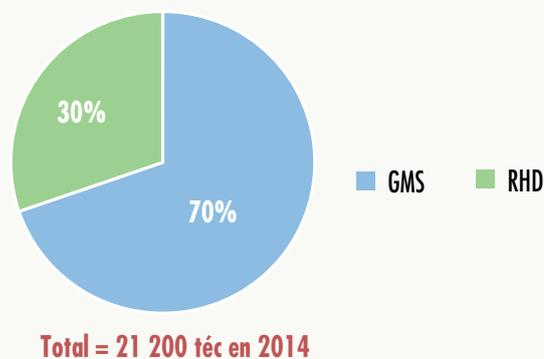
Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

Alors que la France est nettement déficitaire en viande ovine, les importations de viande d'agneau viennent soutenir la consommation française en complétant la production issue des abattages français. Elles représentent aujourd'hui la moitié des disponibilités françaises en viande ovine (51% en 2014 avec 94 000 téc de viande d'agneau importée au total).

Deux débouchés absorbent la majorité de ces volumes : la GMS (65% des importations UE et 70% des importations pays tiers) et la RHD (21% des importations UE et 30% des importations pays tiers). La boucherie en commercialise également une partie, mais se positionne uniquement sur une provenance UE. Le réexport de viande européenne concerne des volumes marginaux.

Les opérateurs s'orientent également vers ce marché en raison d'une disponibilité supérieure en découpes. Ainsi,

UTILISATION DE LA VIANDE D'AGNEAU IMPORTÉE DES PAYS TIERS EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

les carcasses restent certes majoritaires dans les achats français, mais près de 40% des importations françaises de viande d'agneau sont constituées de découpes, soit près d'un quart des achats de viande d'agneau européen et l'essentiel de la viande d'agneau importée des pays tiers. La viande importée est également souvent qualifiée par les opérateurs de plus homogène, calibrée et régulière que la viande française, en termes de qualité et de découpes, ce qui colle bien avec la demande de la RHD et de la GMS.

La viande ovine « rituelle » représente une part très limitée de ces volumes avec seulement 7% des importations d'agneau européen commercialisées en boucheries et GMS. La préférence marquée des débouchés rituels pour un approvisionnement en carcasses (maîtrise de la découpe) explique l'absence de volumes en provenance des pays tiers dans ces circuits.

7 BILAN DES DÉBOUCHÉS DES DIFFÉRENTS TYPES DE VIANDE OVINE

Les débouchés de la viande d'agneau « standard » français

La viande d'agneau « standard » français est commercialisée essentiellement en GMS et en boucheries.

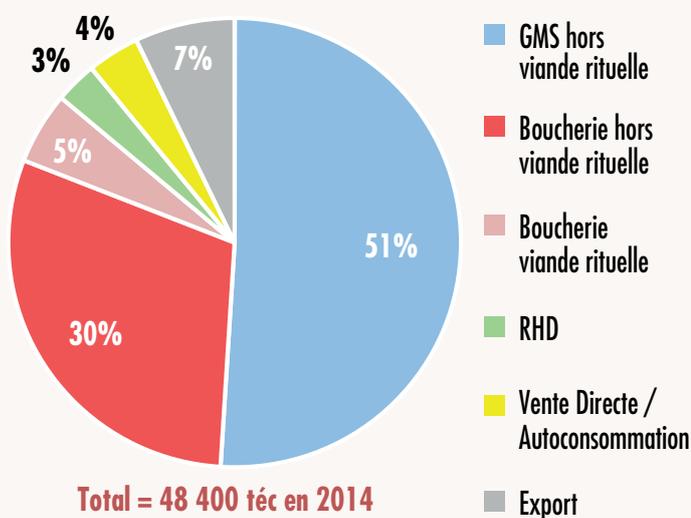
La catégorie « agneau standard français » regroupe ici d'une part les agneaux français d'origine allaitante, commercialisés hors SIQO mais intégrant les Certification Conformité Produit et les marques commerciales, et d'autre part les

agneaux de race lacaune engraisés¹. Elle représente près du quart des disponibilités françaises en viande ovine (26% en 2014).

La GMS et la boucherie en sont les deux débouchés principaux, avec respectivement 53% et 36% des volumes commercialisés en 2014, suivis par l'export (8% des volumes en 2014). Le circuit de la restauration hors domicile est en revanche quasi inexistant pour ce type de viande (seulement 3% des volumes commercialisés en 2014). Peu de volumes sont également distribués en viande ovine rituelle.

L'approvisionnement des différents circuits se fait essentiellement sous forme de carcasses. Il n'est pas possible de distinguer les volumes commercialisés en agneaux CCP ou sous marque commerciale des agneaux standards stricto sensu, mais deux tendances se distinguent toutefois. Si le consommateur est parfois un peu perdu devant la multiplicité de l'offre française (d'autant plus si on intègre les SIQO !), les démarcations permettent toutefois de mettre en avant la viande d'agneau français et de le différencier par rapport à l'import, notamment en GMS, tout en justifiant la différence de prix constatée. L'agneau français non démarqué se retrouve en revanche en concurrence directe avec l'import, souvent plus homogène² et meilleur marché. Ce besoin de démarcation est moins présent en boucherie artisanale, où le choix de carcasses bouchères, la forte relation client et la mise en avant de l'origine France sont des facteurs de fidélisation des consommateurs.

UTILISATION DE LA VIANDE D'AGNEAUX "STANDARD" FRANÇAIS EN 2014

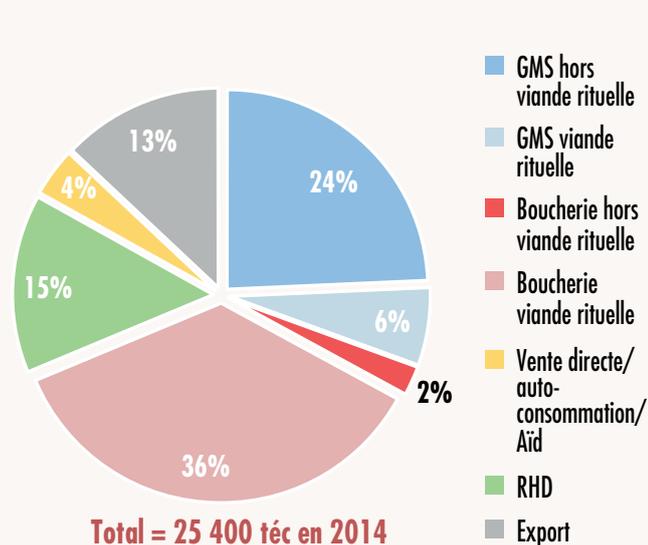


Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

Les débouchés de la viande d'ovins adultes

La viande d'ovins adultes se retrouve principalement dans les débouchés « rituels » et les produits élaborés. L'export constitue également un débouché de choix pour les brebis grasses.

UTILISATION DE LA VIANDE D'OVINS ADULTES EN 2014



Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

La catégorie « viande d'ovins adultes » regroupe ici l'ensemble de la viande d'ovins adultes (> 12 mois) présente dans les disponibilités françaises issues des exploitations françaises, des imports en vif ou des importations de viande. La provenance de la viande d'ovins de réforme n'a en effet pas d'incidence majeure sur la répartition dans les différents débouchés. Elle compte au total pour près de 15% des disponibilités françaises en viande ovine.

Près de la moitié des volumes est commercialisée en viande ovine rituelle (42% en boucherie et GMS auxquels s'ajoutent les volumes commercialisés en direct pour l'Aïd).

Le reste des disponibilités part soit à l'export (brebis grasses françaises en carcasse vers l'Italie notamment) soit dans la préparation de produits élaborés (merguez, boulettes, etc.) commercialisés ensuite en GMS ou en RHD.

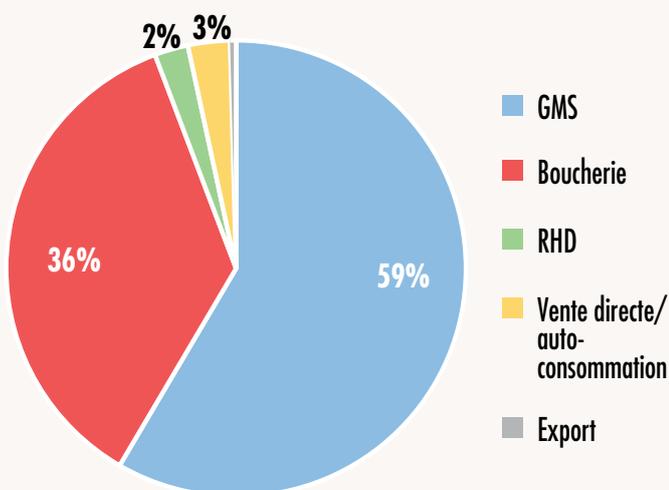
¹ Les chiffres recueillis dans le cadre de cette étude n'ont en effet pas permis de distinguer ces catégories dans les différents débouchés de la viande ovine en France.

² D'après les opérateurs enquêtés, l'offre à l'import est généralement qualifiée de plus homogène que la production française. La diversité des races et des démarches qualité entraînerait en effet une forte hétérogénéité dans la production française. La baisse des disponibilités en agneaux français nuirait en outre à la qualité des produits en incitant les éleveurs à aller chercher les kg de carcasse supplémentaires (agneaux mieux payés) et en accentuant la concurrence entre les différents opérateurs d'aval (moins de tri réalisé lors de la collecte des agneaux).

Les débouchés de la viande d'agneau sous SIQO et des agneaux de lait français

Les débouchés « rituels » absorbent la majeure partie de la viande d'agneaux importés vivants pour être abattus en France.

UTILISATION DE LA VIANDE D'AGNEAUX SIQO FRANÇAIS + AGNEAUX DE LAIT EN 2014



Total = 11 700 téc en 2014

Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

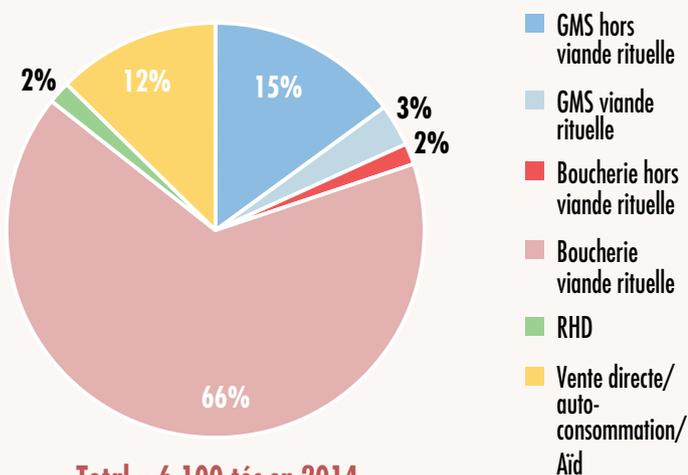
Les volumes de viande d'agneau commercialisés sous signe officiel de la qualité et de l'origine (Label Rouge, IGP, AOP ou AB) progressent chaque année en France, soutenus par la croissance de la demande. Ils représentaient 13% de la production française de viande ovine en 2014, soit 6% des disponibilités françaises. La viande d'agneau de lait pèse quant à elle pour environ 1% de la production française (0,5% des disponibilités).

Ces deux catégories d'agneau français sont distribuées en segment « haut de gamme », dans les rayons Trad' des GMS et en boucherie, et entrent donc peu en concurrence avec l'import. De petits volumes sont également distribués en RHD (essentiellement restauration commerciale) et en vente directe mais ces circuits restent des niches, à faible potentiel de développement. Pour des raisons liées aux cahiers des charges SIQO, il n'y a pas d'agneaux sous signe de qualité commercialisés en « rituel ». Dans tous les cas, les approvisionnements se font quasi-exclusivement sous forme de carcasse.

Les débouchés de la viande d'agneaux importés vivants

La viande d'ovins adultes se retrouve principalement dans les débouchés « rituels » et les produits élaborés. L'export constitue également un débouché de choix pour les brebis grasses.

UTILISATION DE LA VIANDE D'AGNEAUX IMPORTÉS VIVANTS EN 2014



Total = 6 100 téc en 2014

Source : Estimations GEB - Institut de l'Élevage d'après enquêtes

La viande d'agneaux importés vivants d'Union européenne et abattus en France pesait pour près de 8% de la production française et 3% des disponibilités totales en viande ovine en 2014.

Ces volumes viennent compléter la production d'agneaux français à des périodes clés de la consommation en France (Pâques, Ramadan et Aïd). Ils se retrouvent essentiellement dans les circuits « rituels ». Les approvisionnements se font alors quasi-exclusivement sous forme de carcasse, les bouchers souhaitant garder la main sur la découpe (découpe spécifiques halal ou casher).



CONCLUSIONS ET QUESTIONNEMENTS

L'essentiel des approvisionnements en viande ovine française se fait sous forme de carcasses. Il est en effet difficile de faire du catégoriel en agneau français pour des raisons de rentabilité.

L'offre en découpes est beaucoup plus important à l'import et souvent qualifiée de plus régulière et homogène par les opérateurs.

Comment développer l'offre de découpes « origine France » pour la RHD et la GMS ?

L'offre de viande ovine à l'import est plus adaptée à la demande de la RHD et de l'entrée de gamme en GMS que l'offre française :

- >Le facteur prix est primordial dans le choix des approvisionnements de la RHD et de l'entrée de gamme du libre-service en GMS.
- >La viande importée est généralement meilleur marché que la viande française.
 - >La demande en RHD s'oriente de plus en plus vers des produits élaborés ou « prêts à l'emploi ».
- >Les disponibilités en viande ovine française sur ce type de produits sont limitées.
 - >La RHD et la GMS sont en recherche de produits réguliers et homogènes au cours du temps.
 - >L'import répond mieux aujourd'hui à cette demande.

Comment l'origine France pourrait-elle reconquérir une part plus significative de la RHD ?





Quelle place pour l'agneau français ?

- > Les agneaux sous SIQO et aux carcasses bouchères se positionnent en segment « haut de gamme » en boucherie et dans les rayons trad' des GMS.
- > Les agneaux CCP et sous marques commerciales trouvent pleinement leur place pour une commercialisation en libre-service dans les GMS.
- > L'agneau standard non démarqué se retrouve en revanche en concurrence directe avec l'agneau importé, moins cher et souvent qualifié de plus homogène en termes de qualité.

La production d'agneaux français doit-elle se concentrer uniquement sur la qualité ?

Comment valoriser au mieux les agneaux standards non démarqués ?

La viande ovine « rituelle » est surtout issue des importations

Les débouchés pour la viande ovine rituelle représentent un marché important et croissant en France (part estimée au minimum à 15% de la consommation française de viande ovine).

Ils restent toutefois aujourd'hui approvisionnés essentiellement par des importations (en vif ou en viande) et de la viande d'ovins adultes français.

Comment l'agneau origine France peut-il mieux se positionner sur ce marché ?

MÉTHODE

Cette étude, cofinancée par la section ovins d'Interbev et par le Casdar, a été réalisée par l'Institut de l'Élevage au cours de l'année 2015, à partir des données portant sur la production et la commercialisation de la viande ovine en France en 2014. Elle a été menée en synergie avec l'étude « Où va le bœuf ? » également réalisée par l'Institut de l'Élevage et financée par la section bovins d'Interbev¹.

Un état des lieux des disponibilités françaises en viande ovine a tout d'abord été réalisé grâce à l'analyse et à la compilation des chiffres des bases de données disponibles : SSP (bilans de production et de consommation), Douanes françaises (chiffres du commerce extérieur français), Fil Rouge (chiffres concernant la production sous SIQO), Agno'Interpro (données de production d'agneaux de race lacaine engraisés) et Kantar Worldpanel (achats des ménages).

Dans un second temps, de multiples contacts ont été pris auprès d'opérateurs commerciaux de la filière, en vue de recueillir deux types d'informations :

- Les volumes commercialisés et/ou achetés par les opérateurs, en fonction du type de viande (origine, type d'animal), du type de partenaire commercial (GMS, RHD, boucherie...) et de la forme d'approvisionnement (carcasses, découpes...).
- Des éléments qualitatifs sur les déterminants et les évolutions de ces activités commerciales.

Au total, 42 opérateurs de l'abattage-découpe, de la restauration hors domicile, de la distribution, de la transformation et du négoce ont accepté de participer à cette étude (voir liste ci-contre). Une enquête simplifiée auprès de 54 « petits abattoirs » (<1 000 tonnes d'ovins abattus chaque année) a en outre été réalisée avec l'appui de la FNEAP. L'ensemble de ces opérateurs représentaient plus de 60% des volumes abattus en France en 2014, environ 30% des volumes commercialisés en GMS, plus d'1/3 des importations et 35% des volumes écoulés en RHD.

Tous ces éléments ont ensuite été compilés puis extrapolés à l'échelle des disponibilités françaises en viande ovine, en tenant compte des contraintes issues des statistiques nationales. L'ensemble des données relatives aux circuits de commercialisation de la viande ovine présentées dans ce dossier sont donc des estimations.

Rappel : le champ de l'étude se limite aux **abattages contrôlés** pour la France. Le coefficient de redressement habituellement utilisé (1,22) pour prendre en compte les abattages ayant lieu hors abattoirs date en effet des années 1980 et n'apparaît plus adapté à la réalité du secteur ovin français. Les abattages ayant lieu dans les abattoirs temporaires pour l'Aïd ne sont pas non plus comptés ici, faute de données.

LEXIQUE

Agneau : ovin de moins de 12 mois.

AOP : Appellation d'Origine Protégée.

Catégoriel : forme de vente de morceaux indépendamment les uns des autres (par opposition au compensé).

CCP : Certification de Conformité Produit. Démarche officielle de valorisation des produits agricoles et alimentaires permettant aux opérateurs de différencier leurs produits via la mise en place d'un cahier des charges particulier. Pour l'agneau, ces cahiers des charges portent notamment sur l'alimentation des animaux, leurs conditions d'élevage, la traçabilité des produits et la qualité des carcasses. Le contrôle et la certification des produits sont réalisés à tous les maillons de la filière par un organisme tiers indépendant. Exemple de CCP en agneau : « Agneau de nos Régions » (SVA – Jean-Rozé), Démarche qualité Carrefour.

Compensé : forme de vente groupée de l'ensemble des morceaux d'une carcasse, conditionnés séparément (revient à vendre la carcasse avec la prestation de découpe).

Coupe de gros : « grosse coupe ». Découpe de la carcasse en 3 à 4 morceaux (gigots, carré + poitrine, papillon).

Disponibilités : volumes de viande ovine disponibles avant orientation vers les différents circuits de distribution. Les disponibilités françaises en viande ovine correspondent ainsi à la somme des abattages dans les abattoirs français et des importations françaises de viande ovine.

DLC : Date limite de consommation pour les produits périssables.

GMS : Grandes et Moyennes Surfaces.

IGP : Indication Géographique Protégée.

RHD : Restauration Hors Domicile. Comprend la restauration collective et la restauration commerciale.

PAD : morceau Prêt A Découper.

OCM : Organisation Commune de Marché. Désigne un ensemble de règles communes aux pays de l'Union européenne, destinées à soutenir et organiser les marchés agricoles dans le cadre de la politique agricole commune (PAC).

Ovin adulte ou de réforme : ovin de plus de 12 mois.

SIQO : Signes Officiels de la Qualité et de l'Origine (Label Rouge, IGP, AOP, AB).

Téc : Tonne Equivalent Carcasse. Unité de poids permettant de comparer et d'agrèger des volumes de viandes en les convertissant en poids avant désossage. Dans le cadre de cette étude, les coefficients retenus sont ceux utilisés par l'Union européenne : 1 pour la viande avec os et 1,3 pour la viande désossée ou transformée.

UVCI : Unité de Vente Consommateur (barquettes) Industriel. Viandes piécées et conditionnées directement par l'industriel.

UVCM : Unité de Vente Consommateur (barquettes) Magasin. Viandes piécées et conditionnées en magasin.

¹ Voir : Dossier Économie de l'Élevage Où va le bœuf ? Vers toujours plus de transformation ! N°461 - Octobre 2015

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier chaleureusement les entreprises et les personnes qui ont accepté de nous accorder un entretien et de nous transmettre leurs données commerciales, dont la liste est détaillée ci-dessous. Nous remercions également les fédérations : Coop de France, CFBCT, Culture Viandes, FCD, FNEAP, FNICGV et Restau'Co qui nous ont mis en contact avec leurs adhérents et ont ainsi participé au bon déroulé de l'étude, ainsi que Marianne Orlanges, Denis Lerouge (Interbev) et André Eloi (FNEAP) pour leur appui déterminant.

Abattage-découpe :

Abattoir municipal de Sisteron (J. Pellier)
Alpes Provence Agneau (P. Hondemarck)
Dufour Sisteron (C. Chavagnac)
Ets Destrel SAS - Groupe Arcadie SO (P. Destrel, M. Favard)
Groupe Bigard (H. Charlas)
Limovin/Abattoir municipal de Bellac (J-M. Grolleau)
SODEM COVIMO (G. Ameteau)
SOVILEG (R. Lepoureau)
SVA Jean Rozé (H. Chapon, P. Royer)

GMS :

Auchan (T. Lirot, C. Vandermalrière)
Carrefour (G. Cladière)
Intermarché (P. Haton)
Système U Ouest et Est (L. Demol, G. Emeriau, B. Morand)

Restauration hors domicile :

Aéroports de Paris (G. Gruel, Mr. Pierrette)
Buffalo Grill (F. Vos, H. Bourrachot)
CNOUS (F. Devys)
Collège Jannequin Avrillé (M. Grégoire)
Compass (B. Menut)
Économat des Armées (Y. Friot, F. Chardon)
Elior (C. Mazurie)

Flunch (J. Goethals)
Lycée Jean-Durand de Castelnaudary (V. Battafarano)
Mairie d'Angoulême (C. Agard)
Rest'automne (P. Parquic)
Sodexo (F. Moulis)
UNIHA (S. Caillé, J-M. David)

Grossistes (transformateurs et négoce) :

Bondy Viandes (H. Bondy)
Davigel (B. Sommeiller)
Etablissements Lucien (H. Leroi, X. Lucien)
Eurodis (F. Fauchère)
MAG France (F. Mathas, L. Portier)
Metro (A. Tézier)
Mondial Viande Service (N. Polvent)
Ovimpex (A. Pedrosa)
Promocash (M. Jumel)
Pomona (D. Giraud)
Sovian Rungis SAS (J. Lebœuf)

Boucherie artisanale :

Atelier du Viand'art – 23 (N. Dubois)
Boucherie Dumesnil – 76 (M. Dumesnil)
Boucherie Maison Vignal – 48 (F. Vignal)
Boucherie Riedinger-Balzer – 67 (J. Riedinger-Balzer)
Groupe Despi (D. Despinasse)

DOSSIER VIANDE
OVINE FRANÇAISE

OÙ VA
L'AGNEAU ?

N° 470
Juillet-Août 2016
18 €

Économie de l'élevage



SÉLECTION DE PARUTIONS RÉCENTES
DES DOSSIERS ÉCONOMIE DE L'ÉLEVAGE
(GEB)

**Dossier marché mondial
produits laitiers 2015.**

Perspectives 2016. N° 469 - Juin 2016

**Dossier marché mondial viande bovine
2015.** Perspectives 2016. N° 468 - Mai 2016

Dossier annuel Ovins 2015

Perspectives 2016. N° 467 - Avril 2016

Dossier annuel Caprins 2015

Perspectives 2016. N° 466 - Mars 2016

Dossier annuel Bovins lait 2015

Perspectives 2016. N° 465 - Février 2016

Dossier annuel Bovins viande 2015

Perspectives 2016. N° 464 - Janvier 2016

**L'Inde, leader émergent sur le marché
mondial de la viande bovine.**

N° 463 - Décembre 2015

Lait en Europe du Nord. Forces, faiblesses et
potentiels en 2020. N° 462 - Novembre 2015.

Où va le bœuf ? Vers toujours plus de transfor-
mation ! - N° 461 - Octobre 2015

Lait en Europe du Nord. De grands écarts
entre pays, mais pas de gagnant sur toutes les lignes
- 11 fiches thématiques et comparatives -
N° 460 - Septembre 2015

**Dossier La filière viande bovine
aux États-Unis.** Performante et offensive.

N° 459 - Juillet-Août 2015

