DOSSIER
VIANDE DE BOEUF

OÙ VA
LE BOEUF ?

N° 555
Février 2025

Économie de l'élevage

INSTITUT DE L'ELEVAGE idele

LA CONSOMMATION DE BOEUF soutenue par la restauration



APPROVISIONNEMENT DU MARCHÉ FRANÇAIS
Baisse de production et hausse de l'import

DÉBOUCHÉS
La RHD prend des parts de marché à la GMS

MONTÉE DU HACHÉ
La valorisation des carcasses en question

Confédération Nationale de l'Elevage
CNE

BOVINS
interbev
INTERPROFESSION BÉTAIL & VIANDE

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 prospectives démographiques, territoriales ou de filières... en France, en UE ou dans les principaux pays concurrents ou partenaires.

RÉDACTEURS :
Caroline MONNIOT et Maxime LE GLAUNEC - Département Économie de l'Élevage - Institut de l'Élevage

RÉDACTEUR EN CHEF :
Boris DUFLOT - Département Économie de l'Élevage - Institut de l'Élevage

CONTRIBUTEURS :
Ilona BLANQUET, Maximin BONNET et Cassandre MATRAS - Département Économie de l'Élevage - Institut de l'Élevage

FINANCEURS :
Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire
Confédération Nationale de l'Élevage
Interbev Bovins

Le bœuf, toujours plus consommé hors domicile et sous forme transformée

L'étude « Où va le bœuf » vise à comprendre les logiques de commercialisation des différentes catégories de viande de bœuf : française, importée, piécée, hachée, issues de vaches allaitantes ou laitières, de génisses, de bœufs ou de jeunes bovins.... Pour mener à bien cette étude, nous avons fait parler plusieurs bases de données et enquêté une soixantaine d'opérateurs du secteur : abatteurs, transformateurs, grossistes spécialisés ou généralistes, bouchers, acheteurs de GMS et de restauration collective ou commerciale.

Les résultats sont sans appel. **La consommation se déplace toujours plus vers la restauration hors domicile** (27% des volumes consommés) qui continue de prendre des parts de marché aux grandes et moyenne surfaces, lesquelles restent néanmoins le principal circuit de distribution de la viande de bœuf en France (44% des volumes auxquels s'ajoutent 12% à travers les plats préparés industriels). La boucherie artisanale conserve une part de marché relativement stable, autour de 12%, et reste fidèle aux animaux de race à viande. La vente directe (un peu moins de 5%) n'a pas confirmé sa percée de 2020-2021 pendant les confinements.

La croissance de la restauration commerciale s'accompagne d'une hausse de la part d'import dans la consommation française. En effet, l'origine française de la viande n'est pas le premier critère d'achat des restaurateurs, a fortiori lorsqu'ils sont indépendants, d'autant que la production nationale ne permet pas de couvrir tous les besoins. À l'inverse, **la restauration collective s'approvisionne majoritairement en viande bovine française**, confirmant le virage amorcé autour de 2015. Même les collectivités aux budgets les plus contraints se fixent des objectifs sur l'origine de la viande, en particulier depuis la mise en place de la loi EGalim.

Autre enseignement de taille. **La part de la viande transformée dans notre consommation française de viande de bœuf progresse toujours**. Elle est passé de 57% en 2017, année de référence de la précédente étude, à 61% en 2022. Le burger a la cote et plus généralement les viandes transformées répondent aux changements d'habitudes alimentaires et culinaires. En conséquence, la part de muscles passant par le hachoir a augmenté, en particulier chez les femelles allaitantes qui étaient relativement épargnées jusqu'à présent. Les vaches de type viande et croisées voient ainsi 52% de leurs tonnages passer en viande transformée, contre 42% cinq ans plus tôt. Cette évolution n'est pas sans effet sur la valorisation des carcasses, le prix moyen de la viande hachée restant en moyenne inférieur à celui du piécé.

Toutefois, la transformation, tout comme le secteur de la restauration hors domicile, participent au maintien de la consommation française de viande de bœuf. Tout l'enjeu est donc de réussir à y valoriser la viande française avec ses attributs qualitatifs et sa diversité.

SOMMAIRE

2/ L'APPROVISIONNEMENT DU MARCHÉ FRANÇAIS EN VIANDE DE GROS BOVINS

8/ LES DÉBOUCHÉS POUR LES VIANDES DE GROS BOVINS

10/ GMS : MOINS DE VOLUME, PLUS DE HACHÉ

14/ LA BOUCHERIE ARTISANALE, UN SECTEUR HÉTÉROGÈNE QUI VALORISE LES BOVINS DE RACE À VIANDE

16/ LA RHD A ENCORE PROGRESSÉ

20/ À CHAQUE BOVIN SON PROFIL DE DÉBOUCHÉS

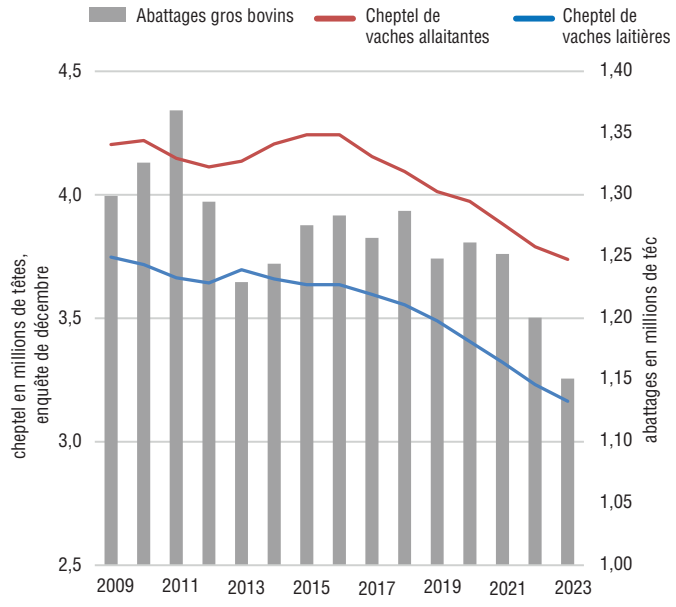
1 L'APPROVISIONNEMENT DU MARCHÉ FRANÇAIS EN VIANDE DE GROS BOVINS



En raison du recul continu du cheptel, la production française de viande de gros bovins est orientée à la baisse. Ceci a provoqué une récente hausse des importations ainsi qu'une baisse des exportations.

En 2022, la production française est composée à 68% de viande de bovins de type viande ou croisés. Les volumes importés sont issus à 82% de vaches laitières. En parallèle, les jeunes bovins de types viande ou croisés constituent 82% des volumes exportés. Ceci porte à 47% la part de viande issue d'animaux laitiers dans le disponible consommable et à 81% celle de viande de femelles.

FIG. 1 : CHEPTEL DE VACHES ET ABATTAGES DE GROS BOVINS EN FRANCE



Source : GEB-Idele d'après SSP

Décapitalisation et baisse de production

La baisse du nombre de vaches en France s'inscrit dans une dynamique de moyen terme, liée à des défis importants autour de l'attractivité et la rentabilité de la production. En conséquence de cette décapitalisation qui dure dans le temps, les abattages de gros bovins sont eux aussi orientés à la baisse.

En cinq ans entre fin 2018 et fin 2023, la France a perdu 745 000 vaches (-10%), dont 390 000 laitières (-11%) et 355 000 allaitantes (-9%). Fin 2023, la France ne comptait plus que 3,165 millions de vaches laitières et 3,740 millions de vaches allaitantes d'après le SSP.

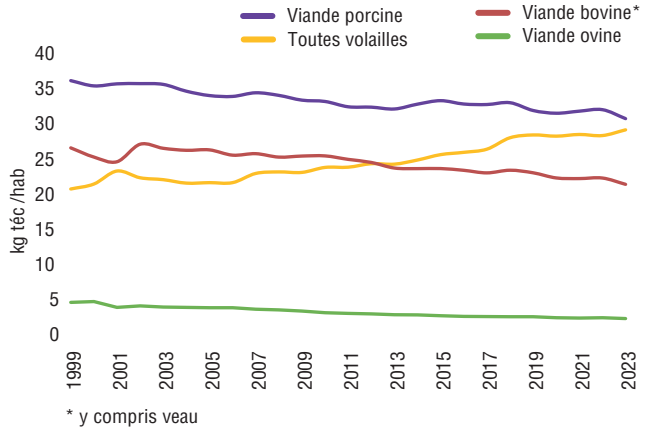
La faible rentabilité des activités laitière et bovin viande, surtout au regard du capital mobilisé et du travail nécessaire, ont rendu ces productions structurellement moins attractives que les productions végétales. Les nombreux départs en retraite, dont une part croissante n'est pas remplacée, conduisent à une accélération de la baisse du nombre d'éleveurs. Dans le même temps la taille moyenne des troupeaux ne progressant plus, le nombre de vaches diminue.

Les aléas climatiques ont en effet rendu les rendements des prairies et fourrages aléatoires et ont conduit les éleveurs à extensifier avec moins de cheptel par surface.

Dans les premières années de décapitalisation, les volumes abattus se sont bien maintenus, alimentés par les nombreuses réformes de vaches (voir Fig.1). Ils ont ensuite commencé à diminuer, les réformes se raréfiant compte tenu de la baisse installée du cheptel. Entre 2018 et 2023, les abattages de gros bovins ont chuté de 11% pour tomber à 1,151 million de téc. Entre 2017 et 2022, années de référence des études *Où va le bœuf ?* , la baisse est plus modérée : -5% à 1,201 million de téc en 2022.

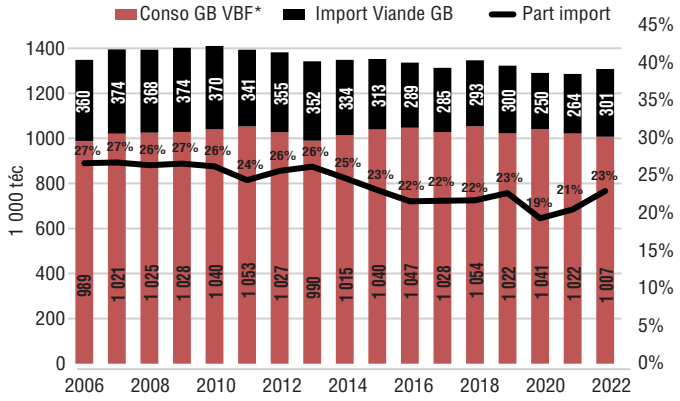
Plus récemment, depuis fin 2023, les maladies vectorielles MHE et FCO pèsent sur la mortalité et la fertilité et donc la production des troupeaux bovins, avec des conséquences très probables sur l'offre de viande dans les prochaines années.

FIG. 2 : ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION DE VIANDES EN FRANCE



Source : GEB-Idele d'après SSP (méthode par bilan d'approvisionnement)

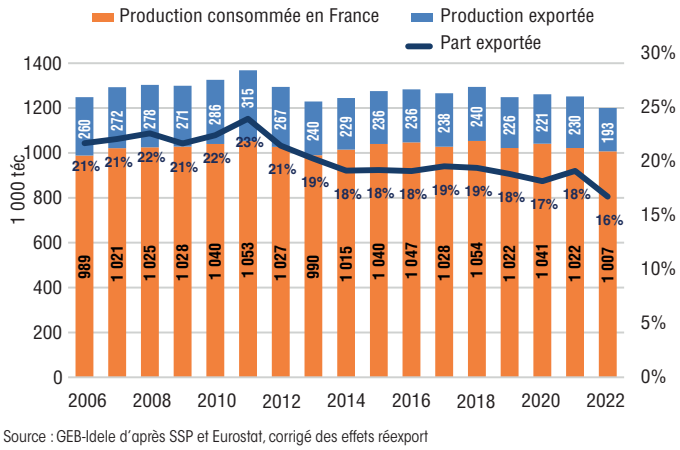
FIG. 3 : CONSOMMATION DE VIANDE DE GROS BOVINS - VIANDE FRANÇAISE ET VIANDE IMPORTÉE



*GB VBF : Gros bovins, viande bovine française

Source : GEB-Idele d'après SPIE et Normabev

FIG. 4 : PRODUCTION DE VIANDE DE GROS BOVINS : PART CONSOMMÉE ET PART EXPORTÉE



Source : GEB-Idele d'après SSP et Eurostat, corrigé des effets réexport

Consommation : des transferts entre viandes

La consommation de viande bovine suit une lente érosion sur le long terme, au profit de la viande de volaille. Les raisons sont multiples, mais le bœuf possède aussi de solides facteurs de maintien.

Les Français ont consommé en moyenne 21,3 kg équivalent carcasse de viande bovine en 2023, soit 5 kg de moins qu'en 2003. La consommation s'est également réduite en porc (-5 kg en vingt ans à 30,6 kgéc) et en viande ovine (-1,6 kg, à 2,2 kgéc/habitant). En parallèle, la consommation de viande de volaille a progressé de 7 kg en vingt ans pour grimper à 29 kgéc en 2023 (voir Fig. 2).

Les raisons sont multiples. Les habitudes culinaires tendent à se perdre, le temps de préparation des repas du quotidien diminue, la volaille est perçue comme une viande facile et rapide à cuisiner. Elle a en outre une meilleure image santé. Elle est meilleur marché que les viandes bovine et ovine. Enfin, elle est très présente en restauration, segment de marché croissant.

La viande de bœuf se maintient toutefois mieux que d'autres. Le steak haché, produit service par excellence, facile à cuisiner et apprécié de tous, reste une valeur sûre. Par ailleurs, la forte présence du bœuf en restauration lui confère une très bonne visibilité et l'accès à un marché en développement.

Hausse de la part des importations dans la consommation

La part de la viande importée dans les volumes consommés en France s'était réduite dans les années 2015 à 2018. Depuis 2022, elle est repartie à la hausse du fait de la baisse de production domestique, plus forte que celle de la consommation.

La part de la viande importée dans les volumes de bœuf consommés en France, proche de 27% entre 2006 et 2013, était tombée à moins de 22% entre 2016 et 2018 en lien avec la renationalisation du marché : la mise en avant de l'origine France en GMS et dans la plupart des cantines scolaires, le développement dans les restaurants et brasseries de burgers à base de viande fraîche, fabriqués à partir de viande française pour des raisons sanitaires, avaient contribué à cette renationalisation. En 2020 et 2021, la fermeture pendant plusieurs mois des restaurants, lieux de vente principaux de la viande importée, a accentué la réduction des volumes importés.

En 2022, l'import est revenu plus fort qu'avant Covid en raison de la baisse de la production française. Sa part était estimée à 23%, correction faite des effets de réexport liés entre autres à l'entrée en vigueur du *Brexit* (voir Fig. 3).

Baisse des exportations

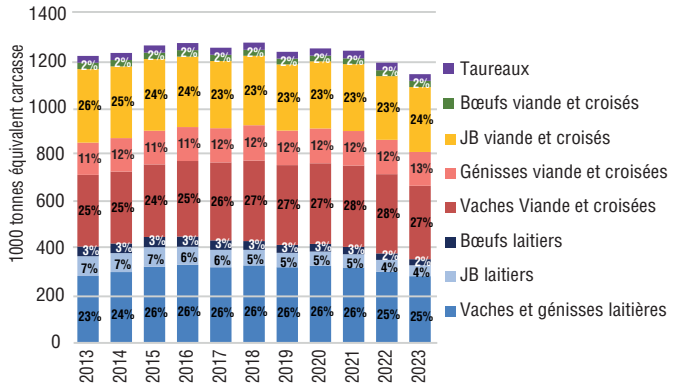
La baisse de la production, la demande nationale pour de la viande française et les difficultés sur les marchés d'Europe du Sud conduisent à une baisse des volumes exportés.

Les volumes de viande de gros bovins exportés sont tombés à 193 000 téc en 2022, alors qu'ils avoisinaient 240 000 téc par an entre 2015 et 2018. La part exportée sur les volumes de gros bovins abattus est ainsi passée de 19% en 2017 à 16% en 2022 (voir Fig. 4).

Non seulement la production s'est réduite, notamment celle de jeunes bovins qui constitue l'essentiel de l'exportation, mais une part plus importante est restée sur le marché français, grâce à la possibilité de valoriser la viande de jeunes bovins en haché. Ceci a permis de compenser la baisse des ventes vers l'Italie et la Grèce, où les viandes polonaises, espagnoles et allemandes concurrencent fortement les viandes françaises. Nos exports ont cependant rebondi en 2024 avec le reflux de l'inflation en UE.

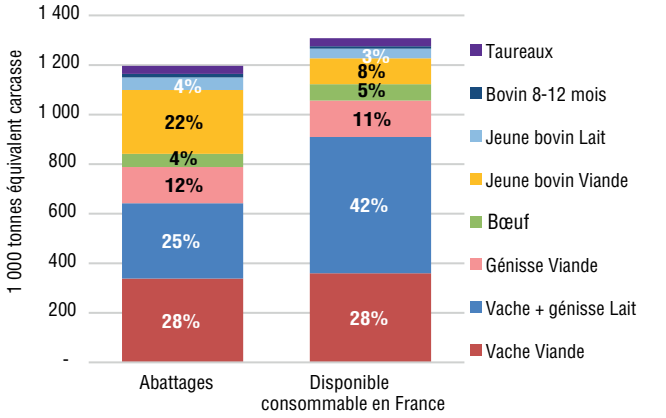
1 L'APPROVISIONNEMENT DU MARCHÉ FRANÇAIS EN VIANDE DE GROS BOVINS

FIG. 5 : ABATTAGES DE GROS BOVINS EN FRANCE



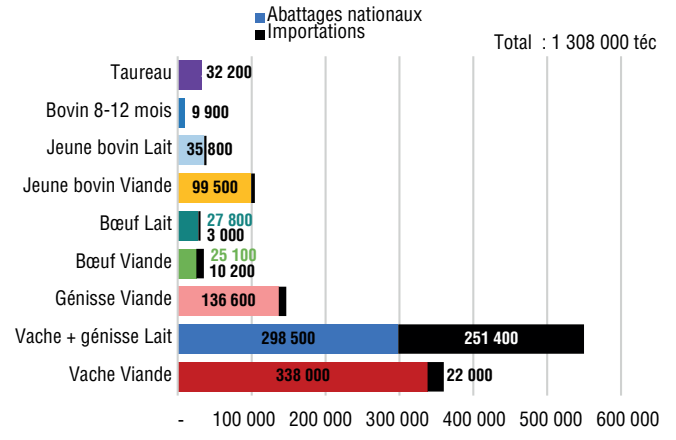
Source : GEB-Idele d'après Normabev

FIG. 6 : COMPOSITIONS DE LA PRODUCTION ABATTUE ET DE LA CONSOMMATION EN 2022



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI et Normabev

FIG. 7 : DISPONIBILITÉS EN VIANDE DE GROS BOVINS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS APRÈS IMPORT-EXPORT EN 2022



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Eurostat et enquêtes

68% des volumes issus de race à viande ou croisés viande

En 2022, les bovins de type viande ou croisés viande pèsent pour 68% des tonnages de gros bovins abattus, contre 32% pour les bovins de type lait. Les femelles, toutes races confondues, comptent pour 66% des abattages, contre 34% pour les mâles (voir Fig.5).

La part des bovins de type viande ou croisés viande s'est renforcée depuis la dernière étude en 2017, où elle n'était que de 65%. Bien que les deux cheptels aient subi une décapitalisation similaire, la production de jeunes bovins laitiers et de bœufs laitiers s'est fortement réduite, au profit d'exportations croissantes de jeunes veaux laitiers vers l'Espagne. Moins de vaches laitières ont également été abattues en 2022 du fait du bon prix du lait et du faible nombre de génisses de renouvellement. À l'inverse, les abattages de génisses de type viande ou croisées se sont bien maintenus grâce à la contractualisation et les abattages de vaches viande restaient dynamiques en lien avec la décapitalisation. En conséquence, les femelles occupent une place de plus en plus centrale dans les abattages de gros bovins (66% des volumes en 2022 contre 64% en 2017 et 61% en 2014) (voir Fig.5).
La renationalisation de l'engraissement de broutards en France n'était pas encore perceptible en 2022, mais l'a été à partir de 2023.

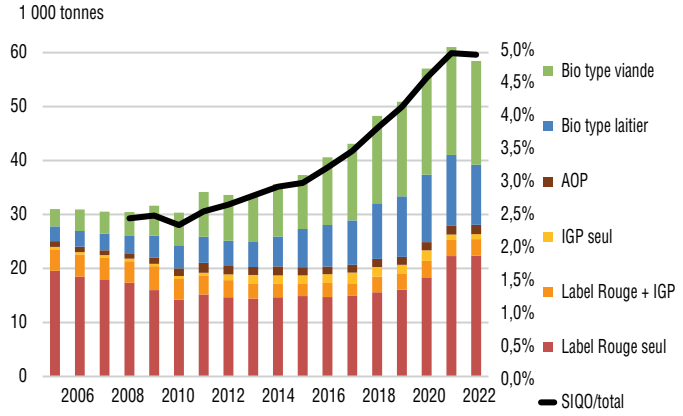
Consommation centrée sur la viande de femelle

La consommation française de viande de bœuf repose à 81% sur de la viande de femelles et à 47% sur de la viande de bovins laitiers.

En tenant compte des importations et après avoir enlevé les exportations, le disponible consommable en France est composé à 70% de viande de vaches et 11% de viande de génisses (soit à 81% issu de femelles). Le commerce extérieur (importation de viande de vache laitière et exportation de viande de jeune bovin) permet d'augmenter la part de femelles de 15 points entre production et consommation, passant de 66% au stade de l'abattage à 81% au stade de la consommation (voir Fig. 6). Le commerce extérieur conduit aussi à augmenter de 15 points la part de viande laitière, qui passe de 32% au stade de l'abattage à 47% à celui de la consommation.

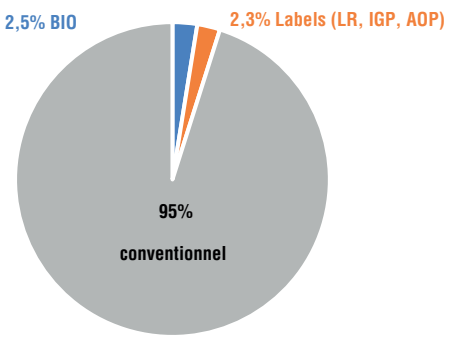
Par rapport à la précédente étude en 2017, la baisse des abattages de vaches laitières a conduit à une hausse des importations de viande de vaches laitières. Ainsi, les importations de viande de femelles laitières (251 000 téc) se rapprochent des abattages français de femelles laitières (298 000 téc) (voir Fig. 7).

FIG. 8 : ÉVOLUTION DES TONNAGES DE GROS BOVINS ABATTUS SOUS SIGNES OFFICIELS DE QUALITÉ



Source : GEB-Idele d'après Fil Rouge et Commission Bio d'Interbev

FIG. 9 : RÉPARTITION DES TONNAGES DE GROS BOVINS ABATTUS EN 2022



Source : GEB-Idele d'après Fil Rouge et Commission Bio d'Interbev

Arrêt de la progression de la production de viandes bio et Label Rouge

Après avoir fortement progressé jusqu'en 2021, les volumes sous signes de qualité ont marqué le pas en 2022. Les consommateurs ayant perdu en pouvoir d'achat se sont détournés de ces produits.

La production de **viande bio** a quasiment doublé entre 2016 et 2021 (voir Fig.8), portée notamment par la vague de conversion des exploitations laitières et allaitantes. En 2022, elle a reculé de 9%, à 30 000 téc, en raison de la crise qui a touché le secteur. La baisse de pouvoir d'achat liée à l'inflation a poussé consommateurs et distributeurs à freiner les achats de produits bio, réputés plus chers. De nombreux animaux bio ont donc été abattus dans le circuit conventionnel et des déconversions ont commencé à s'opérer.

Les volumes de **viande sous SIQO** (signe officiel de la qualité et de l'origine) **hors bio** avaient connu un regain de dynamisme à partir de 2018, sous l'effet d'importants efforts de communication de la filière pour atteindre des objectifs ambitieux fixés dans le plan de filière de 2017. Ils ont atteint 28 000 téc en 2021 et 2022 (+36% /2017), mais ont cessé de progresser pour les mêmes raisons qu'en Bio.

Une part modeste dans la production, loin des objectifs

En 2022, la part de bio dans le total des volumes de viande de gros bovins abattus atteignait 2,5% et la part de labels 2,3% (voir Fig.9).

Ces chiffres pour les SIQO sont très éloignés des objectifs du plan de filière établis en 2017 qui prévoyaient une montée en gamme pour créer de la valeur. La part de **Label Rouge** devait monter à au moins 40% de la production en cinq ans. Dans le même esprit, l'objectif concernant la **viande bio** était de doubler la production en cinq ans. Or, entre 2017 et 2022, les volumes de gros bovins bio abattus n'ont progressé que de 35%.Ceci est à l'image des différentes lois EGalim et Climat et résilience, qui ne sont que partiellement appliquées.

La part de produits bio devrait atteindre 20% des achats en valeur de la restauration collective, ce qui n'est pas encore le cas.

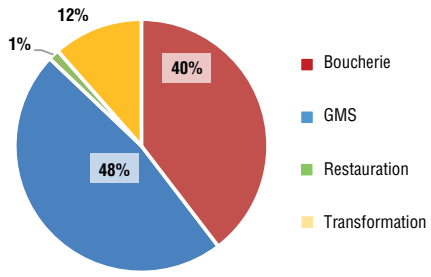
La GMS est le premier débouché des viandes bio et Labels

Les viandes de gros bovins sous SIQO hors bio (Label Rouge, IGP et AOP) sont à présent valorisées en premier lieu en GMS (48% en 2022 contre 40% en 2017), et secondairement en boucherie artisanale (40% en 2022 contre 56% en 2017) (voir Fig. 10).

Les viandes bio sont commercialisées principalement en GMS (48% pour les bovins viande et 74% pour les bovins laitiers) et secondairement en restauration hors domicile (13%) grâce aux efforts de la restauration collective pour répondre à la loi EGalim (voir Fig. 12).

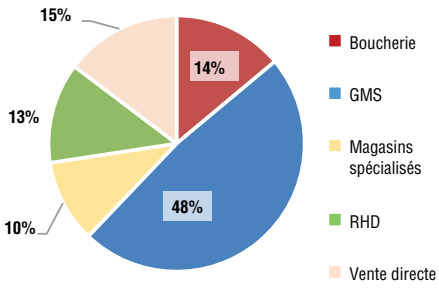
CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DE LA VIANDE DE BOEUF SOUS SIQO

FIG. 10 : LABEL ROUGE, IGP ET AOP



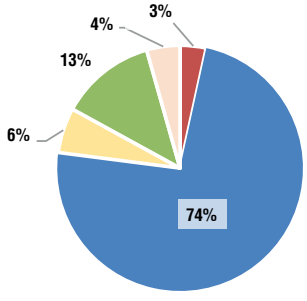
Source : GEB-Idele d'après Fil Rouge

FIG. 11 : BIO DE RACE À VIANDE



Source : GEB-Idele d'après Commission bio d'Interbev

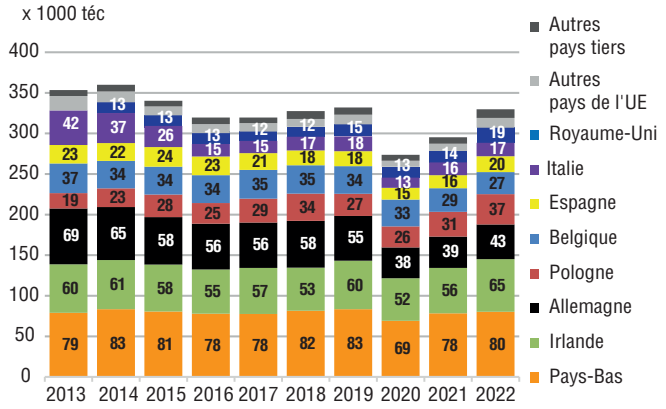
FIG. 12 : BIO DE RACE LAITÈRE



Source : GEB-Idele d'après Commission bio d'Interbev

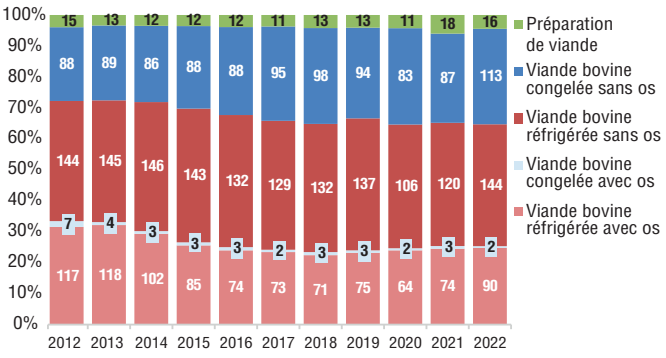
1 L'APPROVISIONNEMENT DU MARCHÉ FRANÇAIS EN VIANDE DE GROS BOVINS

FIG. 13 : IMPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE BOVINE - ORIGINE



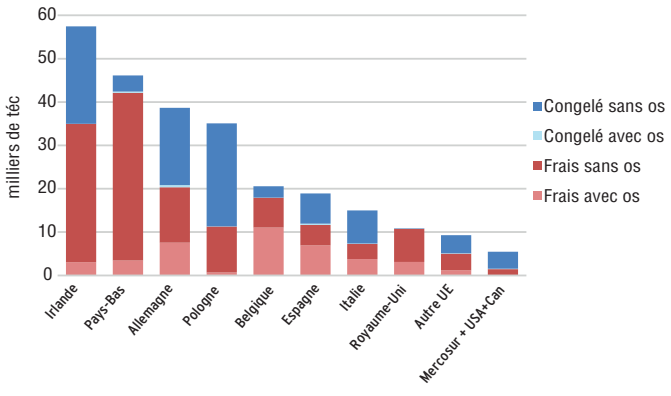
Source : GEB-Idele d'après Douanes françaises

FIG. 14 : IMPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE BOVINE - TYPE DE PRODUITS



Source : GEB-Idele d'après Douanes françaises

FIG. 15 : FORMES D'APPROVISIONNEMENT DU MARCHÉ FRANÇAIS EN VIANDE DE GROS BOVINS IMPORTÉE - ANNÉE 2022



Source : GEB-Idele d'après Douanes françaises, données corrigées des estimations de réexport

Les importations retrouvent les niveaux de 2019

En 2022, la France a importé 330 000 téc de viande bovine (veau inclus), retrouvant son niveau de 2019 après deux années marquées par les confinements et les fermetures de restaurants.

Les Pays-Bas restent le premier fournisseur, mais la moitié des volumes concerne de la viande de veau (voir Fig. 13). L'Irlande suit, avec 65 000 téc, un volume en hausse par rapport aux années précédentes. L'Allemagne n'a pas récupéré l'ensemble des volumes perdus pendant la période Covid, avec seulement 43 000 téc fournies en 2022. Elle est talonnée par la Pologne dont les volumes ont bondi de 10 000 téc entre 2019 et 2022, atteignant 37 000 téc. La Belgique est en retrait avec 27 000 téc .

Une majorité de viande désossée

Malgré d'importantes variations de volumes d'une année sur l'autre, la structure des importations est restée relativement stable depuis cinq ans.

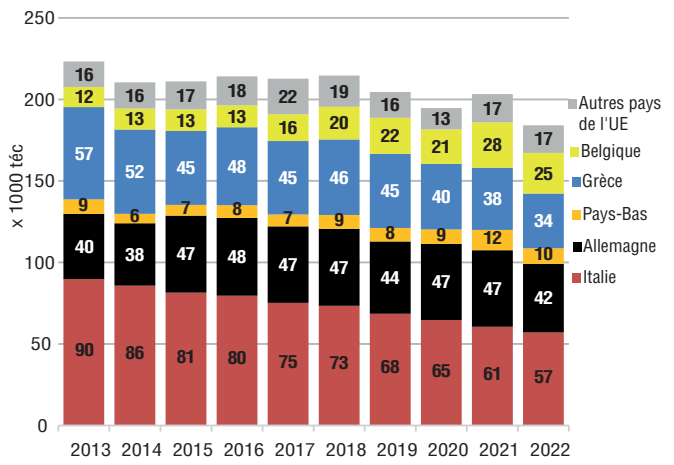
La viande bovine désossée constitue la majorité des importations françaises avec 71% des volumes (voir Fig. 14). La viande congelée atteint 31% des importations totales en 2022, une part relativement stable depuis cinq ans. Cette viande approvisionne la RHD, en découpes, steaks hachés surgelés et viande pour hacher. Le frais désossé s'est maintenu à 40%. Il s'agit de muscles sous vide à destination de la restauration commerciale et secondairement des circuits de détail (GMS et boucherie artisanale). Les pièces non désossées (carcasses, quartiers, et autres morceaux avec os) se maintiennent à 25% des importations. Les produits transformés représentent seulement 4% des importations.

L'approvisionnement diffère selon le pays fournisseur

L'Irlande envoie de la viande désossée. La viande sur os arrive des pays limitrophes. La Pologne fournit beaucoup de congelé.

Les importations depuis l'**Irlande** sont principalement de la viande désossée, sous forme de muscles sous vide pour des découpes et pour hacher (voir Fig. 15). Les **Pays-Bas** – hors viande de veau – exportent essentiellement de la viande réfrigérée désossée. Il peut s'agir de viande abattue dans un autre État membre et découpée aux Pays-Bas comme de viande néerlandaise ou marginalement de la viande de pays tiers arrivée à Rotterdam. L'**Allemagne** fournit de la viande congelée, mais également de la viande réfrigérée, dont une partie non négligeable avec os, pour l'essentiel des quartiers arrière de vaches dont une partie destinée aux boucheries traditionnelles. La **Pologne** est le premier fournisseur de viande congelée sans os avec 24 000 téc soit 25% de notre approvisionnement. Il s'agit de découpes mais aussi de steaks hachés surgelés destinés au *fast-food* halal, et marginalement de viande pour hacher. La **Belgique** fournit des carcasses et quartiers pour quelques boucheries. Idem pour l'**Espagne** dont une partie est destinée à la boucherie halal. Le **Royaume-Uni** n'envoie que de la viande réfrigérée. Environ 5 000 téc de viande désossée viennent en direct du **continent américain** (Mercosur + USA + Canada).

FIG. 16 : EXPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE BOVINE



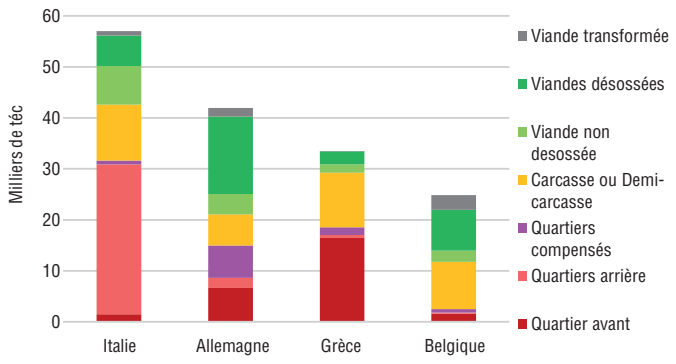
Source : GEB-Idele d'après Douanes françaises

Baisse des exportations françaises

Après une reprise en 2021, les exportations sont reparties à la baisse en 2022. Non seulement les volumes produits en France reculent, mais la viande française subit la concurrence d'autres origines sur nos marchés export.

L'Italie reste la première destination de la viande française exportée (57 000 téc en 2022) (voir Fig16), mais les volumes se réduisent (-38% en 9 ans) en raison de la concurrence d'autres origines meilleur marché comme la Pologne et l'Espagne. Avec 42 000 téc, l'Allemagne est le second marché pour la viande française. L'origine France y est également concurrencée par l'origine Pologne. Sur le marché grec (34 000 téc), ce sont les petites carcasses espagnoles bien conformées qui sont venues concurrencer la viande française, mais aussi des avants polonais et italiens.
En 2024, avec la détente de l'inflation en UE et le report de la Pologne vers le marché turc très demandeur, les exports français ont presque retrouvé leur niveau de 2022, après une année 2023 qui était aussi en baisse.

FIG. 17 : DÉTAIL DES EXPORTS FRANÇAIS PAR DESTINATION EN 2022



Source : GEB-Idele d'après Douanes françaises

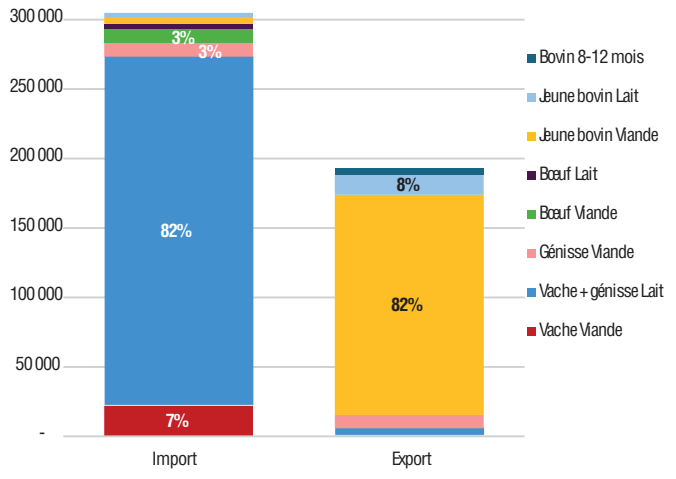
Des formes de vente complémentaires sur les différents marchés

Alors que le marché italien demande majoritairement des quartiers arrière, le marché grec et, dans une moindre mesure, le marché allemand demandent des quartiers avant.

Les exportateurs français équilibrent leurs ventes en quartiers sur ces trois marchés : 29 000 téc de quartiers arrière ont été envoyés vers l'Italie en 2022, pour 16 000 téc de quartiers avant vers la Grèce et 7 000 téc vers l'Allemagne (voir Fig.17). Des carcasses entières sont encore expédiées et leur part reste importante vers la Grèce et la Belgique.

La part de viande désossée est la plus importante vers l'Allemagne, la part de marché de la boucherie artisanale outre-Rhin étant moins forte qu'en Europe du Sud.

FIG.18 : COMPOSITION DES IMPORTATIONS ET EXPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE DE GROS BOVINS EN 2022 (ESTIMATIONS)



Source : GEB-Idele d'après Douanes françaises

Déficitaire en viande de vache, excédentaire en viande de jeunes bovins

La France importe de la viande de vache et exporte de la viande de jeunes bovins.

Les habitudes culturelles françaises font préférer la viande avec une couleur rouge prononcée et un goût marqué, à l'inverse de nos voisins européens qui préfèrent consommer une viande plus claire, gage de fraîcheur et de tendreté, puisqu'une viande claire est issue d'animaux jeunes (jeunes bovins mâles ou femelles) dont la viande est réputée plus tendre dans nos pays clients.

Ainsi, le marché français est déficitaire en viande de vaches et excédentaire en viande de jeunes bovins. 92% des importations françaises de viande bovine sont issues de femelles, dont 82% de viande de femelles laitières, 7% de viande de vaches allaitantes et 3% de génisses allaitantes (voir Fig. 18).

Dans le même temps, 82% des volumes exportés sont constitués de jeunes bovins de race à viande ou croisés viande, auxquels il faut ajouter 8% de viande issue de jeunes bovins laitiers et 5% de génisses de type viande (essentiellement quelques pièces de gros de petites femelles de moins de 2 ans, « génisses à l'italienne » , « babynettes » ou « génisses primeur »).

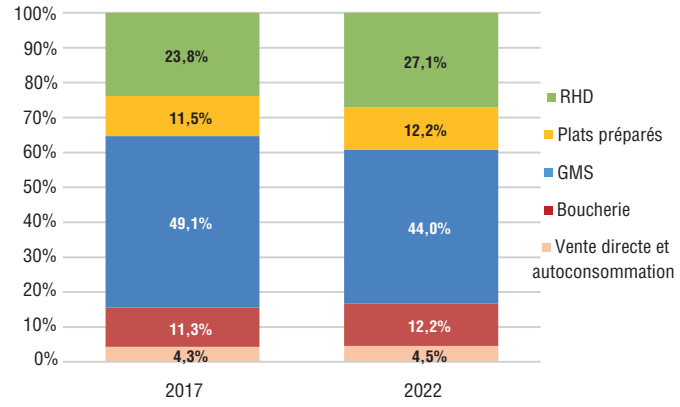
2 LES DÉBOUCHÉS POUR LES VIANDES DE GROS BOVINS



La répartition du disponible consommable au sein des principaux débouchés constitue le cœur de l'étude. Elle s'appuie sur les différentes bases de données disponibles ainsi que sur l'extrapolation des chiffres des opérateurs interrogés.

L'étude révèle que les grandes et moyennes surfaces (GMS) ont perdu des parts de marché au profit de la restauration hors domicile. Par ailleurs, dans tous les circuits de distribution la part de viande achetée sous forme piécée diminue. Elle est tombée à 39% au total en 2022 d'après nos estimations.

FIG. 19 : DÉBOUCHÉS NATIONAUX DE LA VIANDE DE BŒUF FRANÇAISE ET IMPORTÉE EN 2017 ET 2022 (EN VOLUME)



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douanes, ProdCom, Kantar et enquêtes

La GMS perd des parts de marché au profit de la RHD

Bien qu'elle ait continué à perdre des parts de marché, la GMS reste le principal débouché de la viande bovine consommée en France. La RHD, qui s'approvisionne majoritairement en viande importée, gagne du terrain.

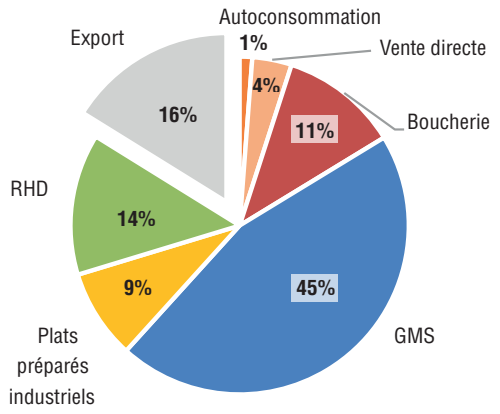
La GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) reste le débouché principal pour la viande de gros bovins avec 44% des volumes consommables (volumes disponibles après exportation) en 2022 (voir Fig. 19), et ce sans compter les plats préparés industriels, principalement vendus en GMS, qui représentent 12% du total. Elle a toutefois perdu 5 points de pourcentage depuis 2017.

La RHD (Restauration Hors Domicile) constitue le second débouché, avec 27% des volumes, gagnant plus de 3 points par rapport à 2017. Cette progression est liée à l'évolution des modes de vie, une part croissante des repas étant pris à l'extérieur du foyer.

La boucherie valorise 12% des volumes. Sa légère progression depuis 2017 est liée d'une part à une évolution à la marge de la méthodologie et à un regain de vitalité de ce secteur pendant la pandémie de Covid-19 et immédiatement après.

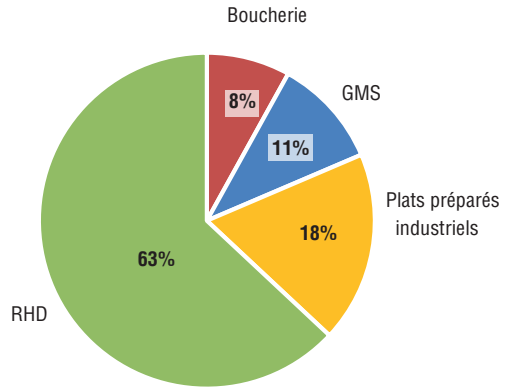
La vente directe et l'autoconsommation représentent à elles deux moins de 5% des volumes consommés.

FIG. 20 : DÉBOUCHÉS DE LA VIANDE BOVINE FRANÇAISE EN 2022 (1 197 000 TÉC)



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douanes, ProdCom, Kantar et enquêtes

FIG. 21 : DÉBOUCHÉS DE LA VIANDE BOVINE IMPORTÉE EN 2022 (305 000 TÉC)



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douanes, ProdCom, Kantar et enquêtes

Viande française et viande importée ont des débouchés très différents

Alors que la viande française reste majoritairement orientée vers la vente au détail, la viande importée est valorisée par la restauration hors domicile.

En incluant l'exportation dans les débouchés (16% des volumes de gros bovins abattus), la **viande française** est orientée à 45% vers la GMS, auquel il faut ajouter 9% pour les plats préparés industriels. 11% sont valorisés en boucherie artisanale et 4% en vente directe. La RHD ne valorise que 14% des volumes abattus en France (voir Fig.20).

À l'inverse, la RHD constitue de loin le premier débouché pour la **viande d'import** (63%), suivie de l'incorporation dans les plats préparés industriels (18%), voir Fig.21. Ces segments de marché sont plus enclins à se fournir en viande importée, les clients étant moins attentifs à l'origine des produits lorsque la viande est préparée par un tiers. Le prix, ainsi que d'autres critères détaillés dans le chapitre 5 expliquent également ce choix. Seuls 11% des volumes de viande importée sont orientés vers la GMS et 8% en boucherie. Dans ces segments de la vente au détail, l'origine française de la viande constitue un critère important.

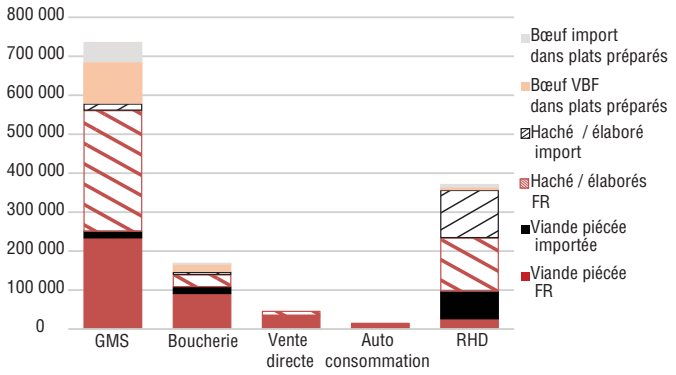
Seuls 39% des volumes sont consommés piécés, *in natura*

La viande bovine est consommée **à 48% sous forme hachée ou élaborée et à 13% à travers les plats préparés ou produits traiteur. Seulement 39% sont finalement consommés en viande piécée (voir Fig.23).** La viande piécée a perdu 4 points de pourcentage depuis 2017, elle comptait à l'époque pour 43% des volumes.

Le détail par débouché (Fig.22) montre que le taux de viande piécée est tombé à 35% en GMS (sur le total incluant le bœuf dans les plats préparés) et 27% en RHD. Il est à 68% en boucherie artisanale.

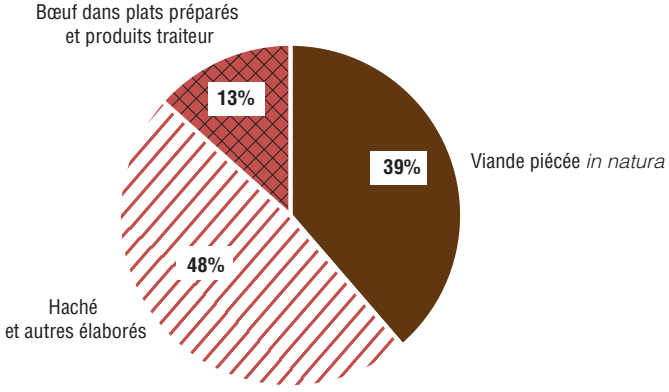
La part d'import varie également d'un débouché à l'autre : de 55% dans les approvisionnements de la RHD à 11% en GMS, en passant par 15% en boucherie artisanale.

FIG. 22 : FORMES ET ORIGINES DE LA VIANDE DE GROS BOVINS FRANÇAISE ET IMPORTÉE EN 2022, SELON LES PRINCIPAUX DÉBOUCHÉS



Source : GEB-Idele d'après BDNI, Normabev, Douanes, Prodcom, Kantar et enquêtes

FIG. 23 : FORMES DE VENTE DE LA VIANDE DE GROS BOVINS COMMERCIALISÉE EN FRANCE EN 2022



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douanes, ProdCOM, Kantar et enquêtes

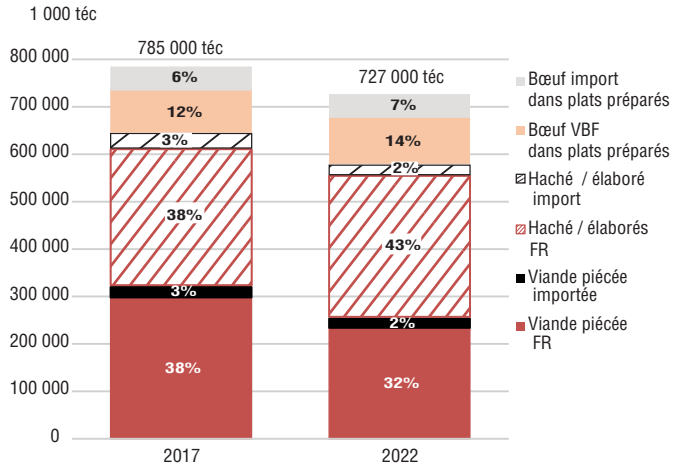
3 GMS : MOINS DE VOLUME, PLUS DE HACHÉ



Les grandes et moyennes surfaces (GMS) restent le principal circuit de distribution de la viande de gros bovins en France. Toutefois, les volumes lui étant destinés ont baissé de 7% entre 2017 et 2022.

Par ailleurs, la viande bovine est de plus en plus achetée sous forme transformée, en haché, élaborés ou plats préparés industriels. Le piécé perd du terrain et ceci modifie profondément la valorisation des carcasses.

FIG. 24 : TYPE ET ORIGINE DE LA VIANDE BOVINE DESTINÉE À LA GMS



Source : GEB-Idele d'après Normabev, Douane, Prodcom, Kantar et enquêtes

Baisse des volumes commercialisés en GMS

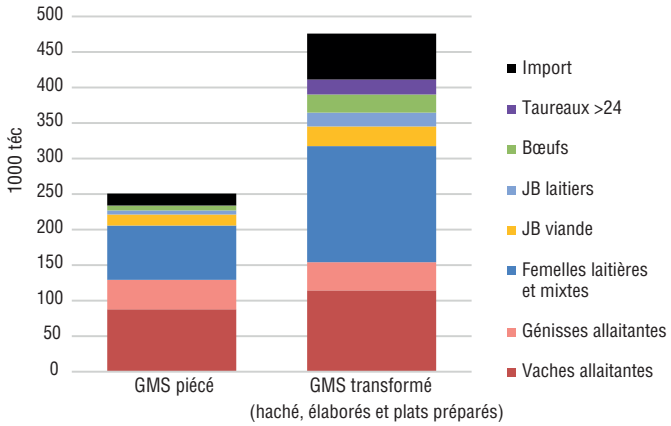
Les volumes destinés à la GMS ont diminué entre 2017 et 2022 (-7%) du fait d'un transfert de consommation vers la RHD.

Les volumes destinés à la vente en **piécé** ont fortement chuté (-21%). À l'inverse, ceux destinés au **haché et élaborés** ont progressé (+3%), de même que ceux consommés pour les **plats préparés** (+7%) (voir Fig. 24). Dans cette dernière catégorie, les « burgers montés » constituent un produit phare dont les ventes continuent de progresser.

Ainsi, la part de la viande valorisée piécée est tombée à 34% en GMS si l'on inclut les plats préparés industriels. Hors plats préparés industriels, la part de viande commercialisée en piécée est passée de 52% en 2017 à 45% en 2022, au profit des viandes hachées (fraîches ou surgelées) qui sont de plus en plus plébiscitées par les consommateurs.

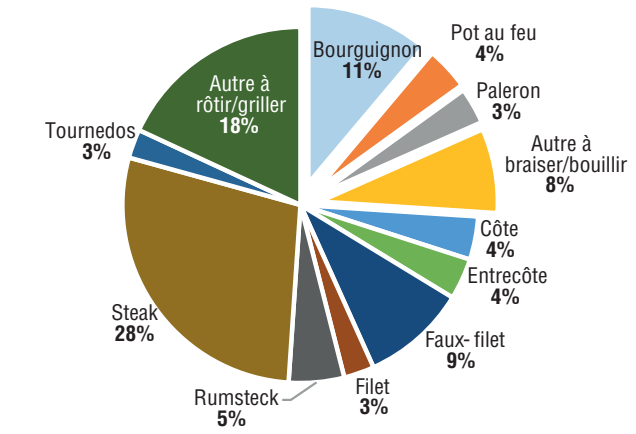
La part de viande importée est modeste sur la viande piécée (moins de 7%) comme sur la viande hachée (moins de 5%). Elle est plus importante dans les plats préparés (estimée à 33%).

FIG. 25 : APPROVISIONNEMENT EN VIANDE DE BOEUF DES GMS EN 2022



Source : GEB-Idele d'après BDNI, Normabev, Douanes, Prodcom, Kantar et enquêtes

FIG. 26 : ACHATS DE BOEUF HORS ÉLABORÉS EN GMS EN 2022



Source : GEB-Idele d'après Kantar-FranceAgriMer

Une grande majorité de viande de femelles

L'approvisionnement reste globalement centré autour de la viande de femelles, qu'elles soient de race à viande ou de races laitières, et ce pour la viande piécée comme pour la viande transformée (voir Fig.25).

Viande piécée : les femelles allaitantes représentent 52% de l'approvisionnement des GMS pour la vente en piécé, dont 35% pour les vaches et 17% pour les génisses (voir Fig.25). Une gamme de génisses rajeunies a été développée par les enseignes en partenariat avec les producteurs et les abatteurs pour la mise en rayon libre-service, avec des morceaux dont la taille est adaptée aux habitudes de consommation. La viande de vaches laitières est aussi bien présente avec 30% des volumes vendus en piécé. Le jeune bovin (6% en jeunes bovins viande) est utilisé marginalement dans certaines enseignes du Nord-Est de la France et en région lyonnaise. Le jeune bovin laitier (2%) est un complément à la vache laitière à certaines saisons ou pour des promotions ponctuelles. La viande importée représente 7% de l'approvisionnement.

Viande transformées (hachée et plats préparés) : la vache laitière est la principale catégorie utilisée pour la viande transformée (34% du volume). Les autres catégories sont également mises à contribution en raison de la hausse des volumes consommés sous forme hachée : 32% de femelles de race à viande, 10% de jeunes bovins (leur couleur plus claire n'est alors pas un problème). La viande d'import (14%) est utilisée essentiellement pour la fabrication de plats préparés industriels. Le haché frais est en effet quasi-exclusivement origine France et la part d'import pour le haché surgelé est très modérée.

Le piécé, essentiellement à griller

D'après le panel Kantar, les pièces à griller, poêler ou rôtir représentent les trois quarts des achats hors élaborés.

Il s'agit de steaks, faux-filets, côtes et entrecôtes, rumstecks, filets, tournedos et rôtis (voir Fig.26). Ces morceaux sont issus du quartier arrière de la carcasse. Il s'agit de muscles à cuisson rapide.

Les pièces de quartiers avant, destinées à la cuisson longue (à bouillir ou à braiser) ne représentent qu'un quart des achats, dont 11% pour le bourguignon, 4% pour le pot au feu et 3% pour le paleron (voir Fig. 26). Après avoir beaucoup baissé au sein de l'univers de la viande piécée pour des raisons de rythme de vie et de temps de préparation, il semblerait que la part des morceaux à cuisson longue se soit plus ou moins stabilisée.

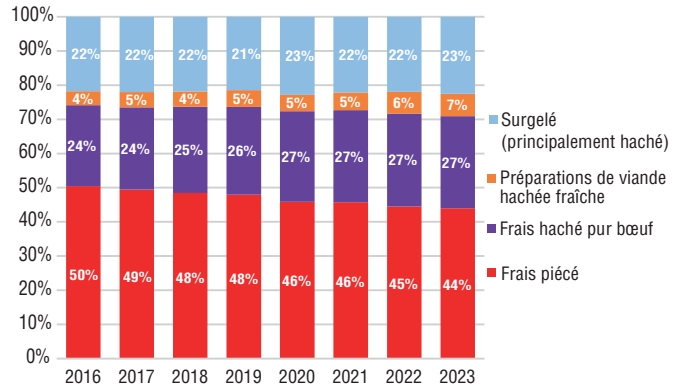


Au rayon piécé des supermarchés, une majorité de pièces à griller ou rôtir

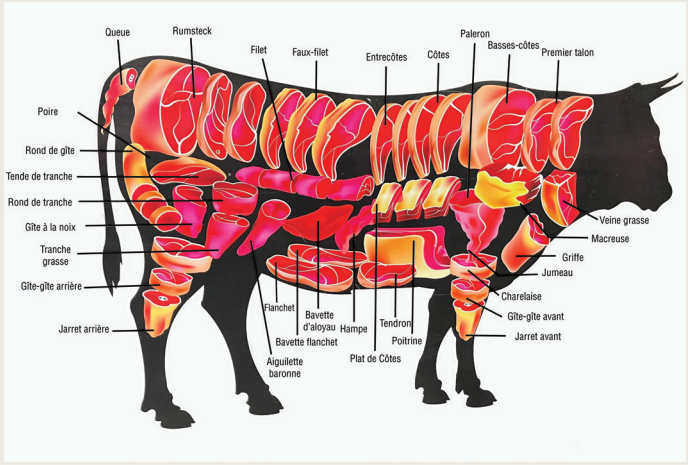


3 GMS : MOINS DE VOLUME, PLUS DE HACHÉ

FIG. 27 : PART DES TYPES DE VIANDE DE BOEUF ACHETÉS PAR LES MÉNAGES



Source : GEB-Idele d'après Kantar-FranceAgriMer



Découpe d'une carcasse de gros bovin et nom des morceaux associés



Rayon haché dans un petit supermarché

Le haché compense partiellement la baisse du piécé

La part des achats des ménages consacrée aux hachés frais et surgelé ainsi qu'aux préparations a progressé, atteignant 56% en 2023 (Fig. 27).

Le haché bénéficie des changements d'habitudes alimentaires et culinaires. Facile et rapide à cuisiner, facile à mâcher, le steak haché plait à toute la famille. Il doit également son succès au boom du burger et à la diversification des recettes s'inspirant d'autres pays, dans lesquelles le haché vrac peut être un ingrédient parmi d'autres. Les achats de **haché frais pur bœuf** ont ainsi progressé jusqu'en 2021. En 2022 et 2023, les achats de **préparations de viande hachée avec ajout de protéines végétales** ont progressé en raison de la baisse de pouvoir d'achat des ménages liée à l'inflation. **Les achats de haché surgelé** ont gardé une part de marché relativement stable depuis 2016, autour de 23%.
Les achats de viande piécée poursuivent leur déclin, lié notamment à un manque de savoir-faire du consommateur et à la peur de rater la cuisson de ce produit relativement onéreux ou au temps qui manque pour se lancer dans des recettes à cuisson longue.

La valorisation des carcasses modifiée

La part croissante vendue en viande transformée, dont le prix moyen reste inférieur à celui du piécé, modifie la valorisation des carcasses.

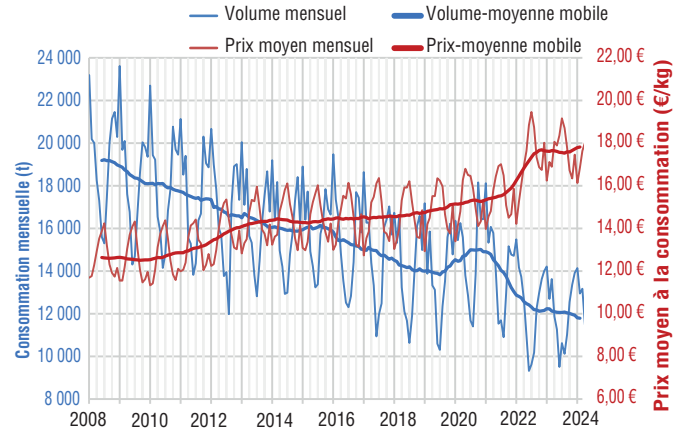
Autrefois, passaient par le hachoir les muscles de faible valeur de l'avant de la carcasse. Mais avec la hausse de la demande pour le haché, de plus en plus de muscles de valeur intermédiaire ont été incorporés au haché. Ainsi, la viande piécée se restreint autour des muscles de l'aloyau, sur lesquels on compte de plus en plus pour valoriser la carcasse. Il était donc devenu indispensable de revaloriser le haché, ce qui a été fait brutalement entre le printemps 2022 et le printemps 2023. En 2023, d'après Kantar, le prix moyen du piécé frais acheté par les ménages était de 17,56 €/kg. Celui du haché frais pur bœuf était de 14,51 €/kg et celui du haché surgelé de 10,37 €/kg. La différence de prix entre la viande piécée fraîche et le haché frais pur bœuf était donc de 21%, contre 34% en 2017. La différence avec la viande surgelée s'était également fortement réduite, à 69% contre 121% en 2017.

Le haché, un marché hyper segmenté

Le marché du haché est très segmenté, avec une segmentation en premier lieu technique : frais/surgelé, taux de matière grasse, haute/basse pression, protéiné, formé/vrac, rond/ovale… Cette grande variété de produits permet d'animer le rayon viande et de proposer au consommateur des produits avec des utilisations variées. Le haché a ainsi permis à la filière bœuf de limiter la baisse de consommation et de résister à la concurrence de la volaille.

Une segmentation sur la race ou sur le mode de production s'est également développée mais il semble difficile d'aller au-delà, tant le rayon est déjà fourni. En 2022, la crise de pouvoir d'achat liée au retour d'une inflation élevée a fait chuter les ventes de produits bio et label, chute qui a été accélérée en bio par le déréférencement de certains produits.

FIG. 28 : VOLUME ET PRIX DE LA VIANDE BOVINE PIÉCÉE FRAICHE ACHETÉE PAR LES MÉNAGES



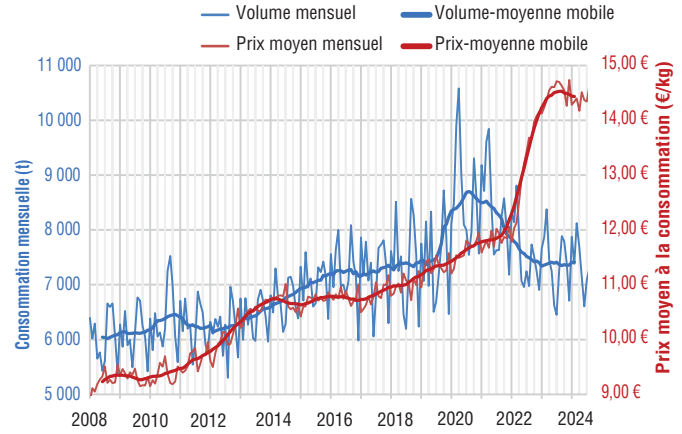
Source : GEB-Idele d'après Kantar-FranceAgriMer

Baisse inexorable des achats de viande piécée

Les achats des ménages de viande de bœuf piécée n'ont cessé de baisser sur les dernières années, exception faite de la période Covid (voir Fig.28).

Les volumes de viande de boeuf piécé achetés par les ménages se sont réduits de 17% entre 2017 et 2022 (voir Fig.28). Seule parenthèse dans la baisse, les périodes de fermeture des restaurants de mars à juin 2020 puis de novembre 2020 à mai 2021, qui avaient conduit à plus d'achats dans les circuits de détail. Le prix de la viande piécée achetée par les ménages a progressé de 18% entre 2017 et 2022, en euros courants. Rapportée à une inflation de 11%, la hausse en euros constants reste de 7%. Elle découle à la fois de la progression des prix des bovins et de la modification du panier des ménages qui se resserre autour des muscles de l'aloyau.

FIG. 29 : VOLUME ET PRIX DE LA VIANDE BOVINE HACHÉE FRAICHE ACHETÉE PAR LES MÉNAGES



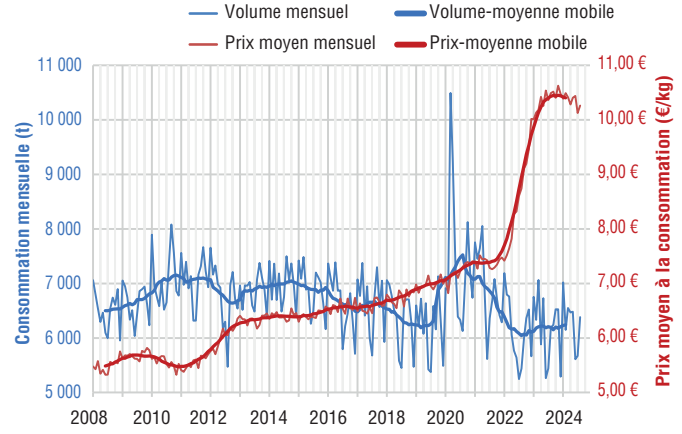
Source : GEB-Idele d'après Kantar-FranceAgriMer

Les achats de haché frais sur un plateau ?

Les achats de viande hachée fraîche pur bœuf auraient atteint un plateau.

Pendant de nombreuses années, les volumes de viande hachée fraîche pur bœuf achetés dans les circuits de détail augmentaient parallèlement à la hausse du prix moyen (voir Fig.29), démontrant une augmentation de la préférence des ménages pour ce produit.
La hausse du prix moyen était nécessaire pour amortir la fabrication à partir d'une gamme toujours plus large de morceaux de la carcasse. Elle était permise par la segmentation toujours plus poussée du marché.
En 2020 et 2021, les volumes achetés ont été gonflés par la fermeture des restaurants. Ils sont revenus à leur niveau d'avant crise en 2022. La hausse du prix extrêmement rapide a toutefois donné lieu à une stagnation des volumes achetés.

FIG. 30 : VOLUME ET PRIX DE LA VIANDE BOVINE SURGELÉE ACHETÉE PAR LES MÉNAGES (ESSENTIELLEMENT STEACK HACHÉ)



Source : GEB-Idele d'après Kantar-FranceAgriMer

Les achats de viande surgelée ont stoppé leur baisse

L'arrêt de la hausse des prix a mis fin à la baisse des volumes.

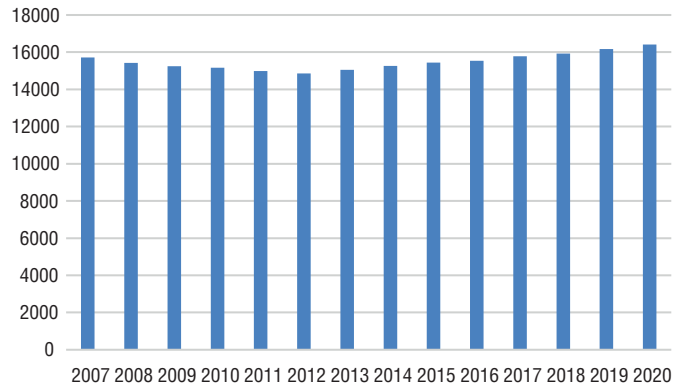
Les achats en volume de viande bovine surgelée (essentiellement hachée) suivaient une légère baisse depuis 2012 (voir Fig.30). En mars 2020, lors du premier confinement, les consommateurs se sont rués sur ces produits à longue conservation et les achats sont restés dynamiques jusqu'en janvier 2022. La brutale hausse des prix entre janvier 2022 et le printemps 2023 a entrainé une baisse des volumes achetés. L'inflation générale a en effet affecté plus fortement le pouvoir d'achat des familles les plus modestes qui sont traditionnellement plus nombreuses à acheter leurs steaks hachés au rayon surgelé, où ils sont meilleur marché qu'au rayon frais. Depuis début 2023, l'arrêt de la hausse des prix a permis de mettre fin à la baisse des volumes.

4 LA BOUCHERIE ARTISANALE, UN SECTEUR HÉTÉROGÈNE QUI VALORISE LES BOVINS DE RACE À VIANDE



La boucherie artisanale valorise 12% des volumes de viande de bœuf consommés en France. Elle reste en particulier le débouché phare pour les femelles allaitantes bien conformées. La viande de jeunes bovins de race à viande trouvent aussi une place en boucheries rituelles.

FIG. 31 : ÉVOLUTION DU NOMBRE DE BOUCHERIES EN FRANCE

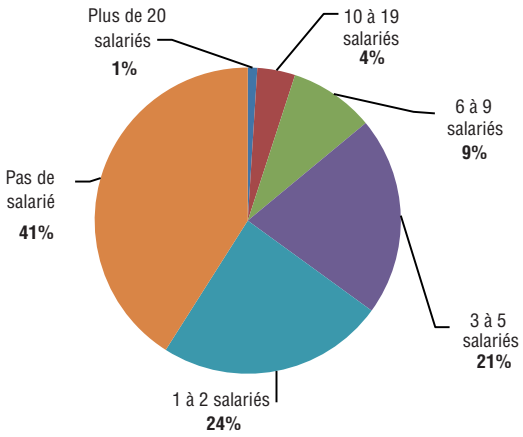


Source : GEB-Idele INSEE, Démographie des entreprises

Le nombre de boucheries en France progresse

Le nombre de boucheries en activité augmente depuis 2013. D'après les chiffres de l'INSEE, le nombre de commerces de viande en France est dans une période dynamique. On en comptait plus de 16 000 en 2020 (voir Fig.31). Après avoir connu une période de baisse constante jusqu'à 2012, où il est passé sous la barre de 15 000, le nombre de commerce de viande a progressé et a même dépassé les 16 000 en 2019. En huit ans, le nombre de boucheries en France a augmenté de 10%.

FIG. 32 : RÉPARTITION DES ENTREPRISES DE COMMERCE DE VIANDES PAR TAILLE D'EFFECTIF EN 2019



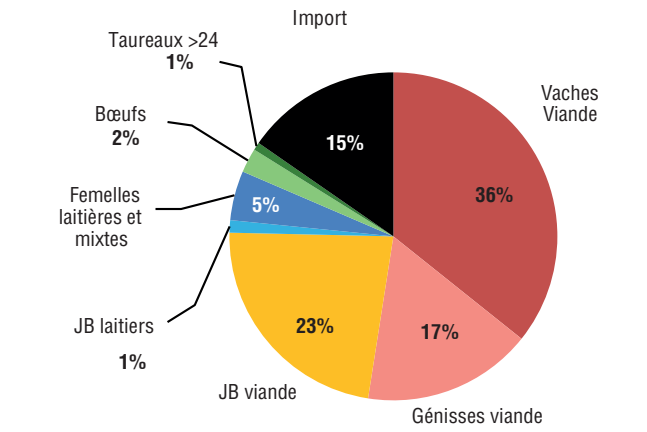
Source : GEB-Idele d'après INSEE, traitement ISM

Les boucheries, de très petites entreprises

Les boucheries artisanales sont des structures de petite taille : 86% des entreprises de commerce de viande comptent moins de cinq salariés et 41% d'entre elles ne comptent pas de salarié (voir Fig.32).

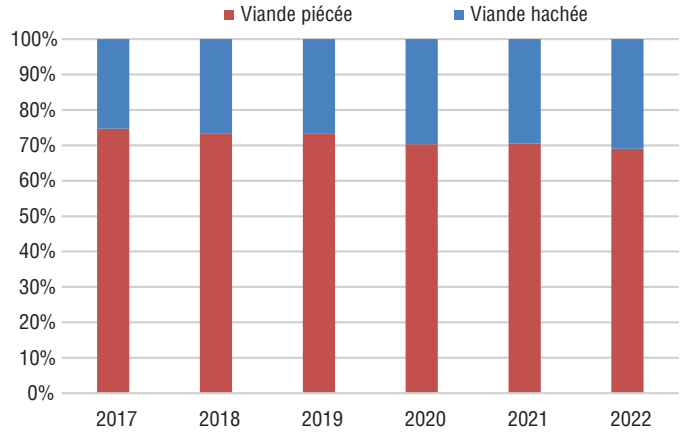
La boucherie est un métier artisanal qui repose sur le savoir-faire et l'expérience d'un artisan boucher. Cela limite souvent le besoin de main-d'œuvre : un boucher expérimenté et quelques employés peuvent suffire pour répondre aux besoins de la clientèle de proximité.

FIG. 33 : APPROVISIONNEMENT DES BOUCHERIES FRANÇAISES EN 2022



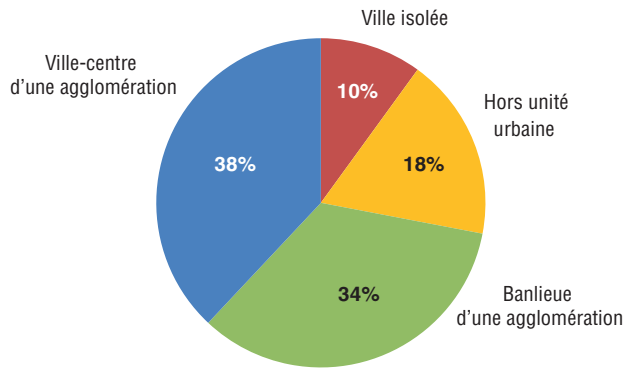
Source : GEB-Idele d'après BDNI, Normabev, Douanes, Prodcom, Kantar et enquêtes

FIG. 34 : FORMES D'ACHATS DE VIANDE DE BOEUF EN BOUCHERIE ARTISANALE



Source : GEB-Idele d'après Kantar-FranceAgriMer

FIG. 35 : LOCALISATION DES ENTREPRISES DE COMMERCE DE VIANDE PAR TYPE DE COMMUNE



Source : GEB-Idele d'après Insee et traitement ISM

Des bovins de race à viande en grande majorité

La boucherie artisanale s'approvisionne en grande majorité en carcasses bien conformées de bovins de race à viande, les bouchers ayant le savoir-faire pour valoriser ces animaux.

Les approvisionnements de ce segment sont constitués à 53% en femelles de races à viande (voir Fig.33), essentiellement des **jeunes vaches et des génisses lourdes.**

Les jeunes bovins de race à viande constituent 23% de l'approvisionnement. Leur part a progressé depuis 2017 (+7 points en cinq ans). Ce dynamisme s'explique par le développement de la boucherie rituelle (halal ou casher), dont le nombre progresse régulièrement.

L'import représentait 15% des approvisionnements de la boucherie artisanale en 2022. Il s'agit aussi bien de viande d'entrée de gamme que de viande haut de gamme achetée pour compléter l'offre proposée au client. La viande d'import est plus présente dans les zones éloignées des régions d'élevage, notamment dans le Sud-Est de la France et la région parisienne. La Simmental allemande achetée en quartier est appréciée outre pour son prix, pour son persillé et la maîtrise de sa maturation. Mais d'autres origines sont également proposées (Angus d'Irlande, viande de Galice, Piémontaise italienne…). Certaines boucheries halal ont également recours à l'import, notamment en provenance d'Espagne.

La part du piécé diminue

La part de consommation de piécé en boucherie a reculé depuis 2017.

D'après Kantar, la part de la viande piécée achetée en boucherie artisanale était de moins de 70% en 2022 contre plus de 74% cinq ans plus tôt (voir Fig.34). La diminution de la part du piécé en boucherie au profit du haché et des produits élaborés reflète une évolution des habitudes de consommation et des attentes des clients. Les consommateurs recherchent de plus en plus des produits faciles et rapides à préparer, en raison d'un rythme de vie qui leur laisse moins de temps pour cuisiner. Les produits de viande hachée répondent parfaitement à cette demande.

Par ailleurs, les produits hachés ou élaborés permettent aussi de composer une gamme de recettes très variée pouvant aller du steak haché traditionnel à des plats plus exotiques, en passant par le burger maison (pour lequel de nombreux bouchers proposent aussi le pain).

Un artisanat essentiellement urbain

Les boucheries sont majoritairement situées en territoires urbains.

D'après l'INSEE, 72% des commerces de viande sont localisés en agglomération, dont 38% en ville-centre et 34% en banlieue, 10% dans les villes isolées (unité urbaine constituée d'une seule commune) et seulement 18% hors unité urbaine, c'est-à-dire en milieu rural (voir Fig.35).

On compte ainsi cinq boucheries pour 10 000 habitants en ville isolée, trois en ville-centre, deux en banlieue et une en milieu rural.

La concentration des boucheries dans les centres-villes et centres-bourgs reflète des logiques socio-économiques et de consommation. Les urbains, moins motorisés, valorisent des lieux d'achat accessibles sans véhicule, ce qui stimule l'implantation de commerces de proximité comme les boucheries.

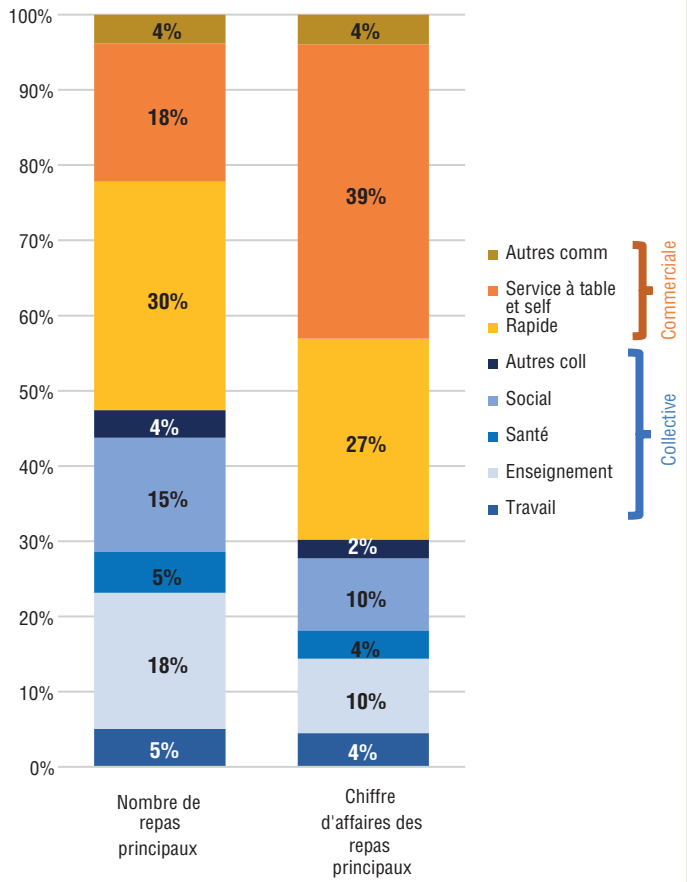
5 LA RHD A ENCORE PROGRESSÉ



Les volumes de viande bovine valorisés en restauration hors domicile (RHD) augmentent en lien avec l'évolution des modes de vie et l'augmentation du nombre de repas pris à l'extérieur. La consommation de burgers dans tous les segments de la RHD commerciale constitue le moteur de cette hausse.

La restauration collective a poursuivi la renationalisation de ses approvisionnements, poussée par les lois EGalim successives. Les cantines scolaires atteignent presque 100% d'origine France sur la viande bovine.

FIG. 36 : IMPORTANCE DES DIFFÉRENTS SEGMENTS DE LA RHD EN 2022



Source : GEB-Idele d'après GIRA Foodservice

La RHD, un secteur composite

Le secteur de la restauration hors domicile (RHD) est composé de plusieurs segments. La restauration collective assure 47% des repas pris à l'extérieur en 2022, mais ne compte que pour 30% du chiffre d'affaires du secteur. La restauration commerciale assure 53% des repas, pour 70% du chiffre d'affaires (voir Fig.36).

La restauration collective sert des repas aux personnes travaillant ou vivant dans des collectivités publiques ou privées. Elle couvre un champ large : établissements d'enseignement, de santé, maisons de retraite, restaurants d'entreprise ou d'administration, armée, prisons… Elle est en général relativement contrainte par le prix. Le ticket moyen y était de 6,40 €, d'après Gira foodservice, en 2022.

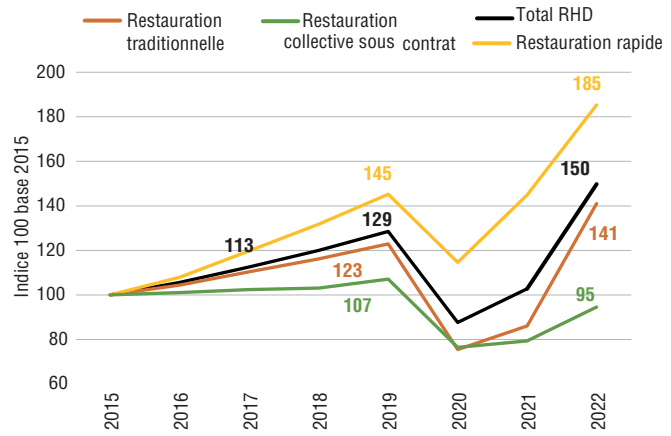
La restauration d'enseignement est le principal segment de la restauration collective, avec 18% du total des repas principaux servis en RHD (soit 39% des repas de la restauration collective) et 10% du chiffre d'affaires de la RHD (soit 33% de la restauration collective). Le ticket moyen y est toutefois relativement faible, à 5,49 € en 2022.

La restauration sociale concerne les établissements pour personnes âgées publics ou privés ainsi que les crèches (qui restent très minoritaires dans cet univers). C'est le deuxième lieu, par ordre d'importance, de la restauration collective, les maisons de retraite servant deux repas par jour à leurs convives.

La restauration du travail est particulière dans le paysage de la restauration collective, les convives n'étant pas « captifs ». Elle a un positionnement intermédiaire entre la restauration collective et la restauration commerciale, avec un ticket moyen relativement élevé, de 8,95 €.

La restauration commerciale regroupe toutes les prestations de restauration hors collectivité. On y distingue **la restauration rapide** avec un ticket moyen de 8,84€ et **la restauration traditionnelle,** qui présente un ticket moyen nettement plus élevé, à 19,56 €.

FIG. 37 : ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA RESTAURATION EN FRANCE



Source : GEB-Idele d'après Insee

Une activité en hausse tendancielle

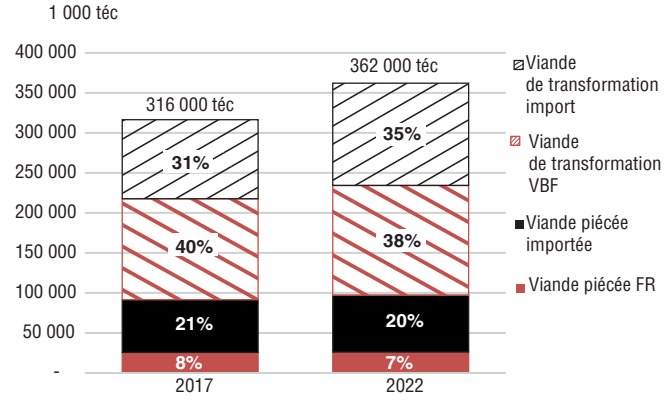
Les modes de vie évoluant, les Français prennent de plus en plus de repas à l'extérieur de leur domicile. Le chiffre d'affaires de la RHD a ainsi progressé de 33% entre 2017 et 2022 (voir Fig.37).

Il faut cependant déduire de cette hausse celle des prix à la consommation dans le secteur (+9% selon l'INSEE). L'augmentation des « volumes » tous produits confondus est alors de 24% en cinq ans.

Entre 2017 et 2022, la restauration traditionnelle à table a vu ses ventes progresser de 28% en chiffre d'affaires et 17% en « volume » (déduction faite de la hausse des prix). La restauration rapide a bondi de 55% en valeur et 39% en volume. Seule la restauration collective sous contrat, c'est-à-dire concédée à des sociétés de restauration, restait en retrait du fait notamment de la banalisation du télétravail (-8% en chiffre d'affaires et -10% en volume).

Les années 2020 et 2021 ont été particulièrement difficiles pour l'ensemble du secteur, les restaurants ayant été fermés plusieurs mois en raison de la pandémie de Covid-19.

FIG. 38 : ÉVOLUTION DES VOLUMES DE VIANDE BOVINE DESTINÉS À LA RHD



Source : GEB-Idele d'après Normabev, Douane, Prodcom, Kantar et enquêtes

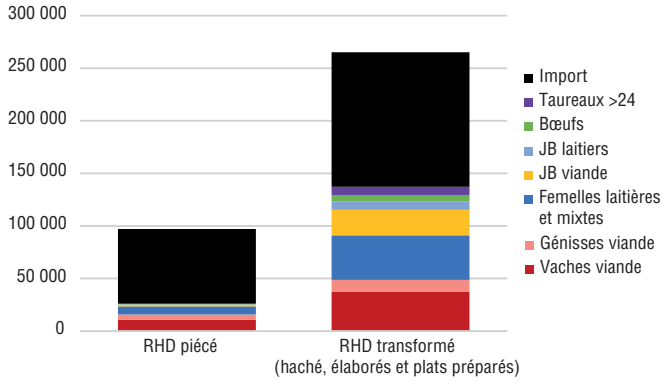
Hausse des volumes de viande bovine

En lien avec la hausse de son activité, la RHD a valorisé davantage de viande bovine en 2022 (+14% comparé à 2017). Les volumes de viande importés ont toutefois progressé davantage que ceux de viande française, conduisant à une hausse de la part de viande importée, de 52% en 2017 à 55% en 2022 (voir Fig.38).

Bien qu'elle se soit diversifiée en termes de sources de protéines, la restauration rapide reste très axée sur le bœuf. La restauration traditionnelle est elle aussi une grande utilisatrice de viande de bœuf, que ce soit en piécé ou en haché (burgers et tartares dont les ventes ont fortement augmenté). Certes, les consommateurs ont fait davantage attention à leurs dépenses, mais ils ont plutôt eu tendance dans leurs commandes à réduire le nombre de plats, au bénéfice du plat principal qui est le plat le plus susceptible de contenir du bœuf.

La hausse des volumes valorisés en RHD a été tirée par la consommation de burgers. D'après nos estimations, les tonnages de viande de transformation française ont augmenté de 9% en cinq ans et ceux de viande de transformation importée de 29%. Les volumes de viande piécée française n'ont progressé que de 1%, ceux de viande piécée importée de 8% (voir Fig.38).

FIG. 39 : APPROVISIONNEMENT EN VIANDE BOVINE EN RHD EN 2022



Source : GEB-Idele d'après enquêtes et estimations

Beaucoup de viande importée en RHD

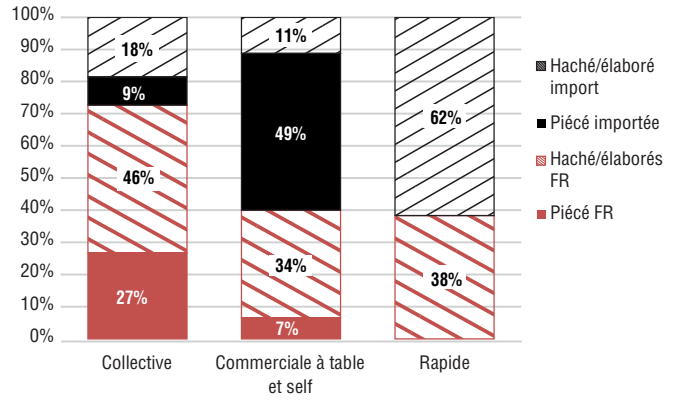
La viande valorisée en RHD est à 55% importée. La part d'import monte à 73% en viande piécée et se stabilise à 48% pour la viande transformée.

La viande piécée est très largement importée du fait de contraintes de prix, de disponibilité et de taille de portion. L'origine France n'est pas non plus une priorité pour une grande partie de restaurateurs dans un secteur dominé par les indépendants.

En viande transformée, le burger servi en restauration à table fait la part belle à la viande française, pour des raisons d'image mais aussi pour raisons sanitaires : la viande hachée fraîche étant un produit sensible, les restaurateurs ne veulent pas prendre de risque et privilégient l'origine France.
Les grandes enseignes de *fast-food* tentent également de maximiser l'origine France dans leurs approvisionnements mais se heurtent à des problèmes de prix et de disponibilité.

5 LA RHD A ENCORE PROGRESSÉ

FIG. 40 : ORIGINE ET FORME DE LA VIANDE BOVINE VALORISÉE EN RHD EN 2022 (HORS VIANDE DE VEAU)



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douane, INSEE et enquêtes



La pièce du boucher est incontournable en restauration traditionnelle



La viande bovine est à l'honneur en restauration rapide

La restauration collective maximise la viande française.

Chaque segment de la restauration a un profil d'approvisionnement différent. La restauration collective est celui qui utilise la plus grande part de viande française, alors que la restauration commerciale utilise une majorité de viande importée.

La restauration collective utilisait 73% de viande française en 2022 d'après nos estimations (voir Fig. 40). Le secteur avait déjà amorcé un virage vers l'origine France en 2015, notamment dans les cantines scolaires. Le plan de filière de 2018 et les lois EGalim successives ont conforté cette renationalisation des approvisionnements.
Par ailleurs, bien que la viande piécée reste encore relativement bien présente en RHD collective, le secteur n'échappe pas à l'attrait de la viande de transformation, pour satisfaire les convives mais aussi pour répondre aux exigences EGalim en limitant les coûts. La part de viande transformée servie dans ce circuit atteignait ainsi 64% en 2022.

La restauration commerciale à table propose de nombreux plats à base de **viande hachée ou transformée** (burger, tartare, carpaccio, lasagne ou autres préparations). La part de viande bovine transformée atteignait ainsi 45%. Elle est majoritairement française. En effet les burgers servis en restauration traditionnelle sont souvent élaborés avec de la viande fraîche pour laquelle l'origine France est privilégiée pour des raisons sanitaires ainsi que des raisons d'image. Pour les viandes consommées crues (tartares et carpaccio), la question de l'import ne se pose pas, pour raison sanitaire.

La viande piécée constitue 55% de la viande bovine servie en restauration traditionnelle. Il s'agit principalement de pièces à griller, de nombreux restaurateurs considérant qu'ils se doivent de mettre une pièce noble ou pièce du boucher à leur carte. Les restaurants servent également occasionnellement des plats en sauce, pour un plat du jour par exemple, ces plats pouvant être préparés à l'avance sans que le viande ne sèche. La viande piécée est majoritairement importée (à 88%). En effet, l'origine n'est pas le premier critère d'achat des restaurateurs. Le prix, la taille de la portion ou encore le persillé sont davantage recherchés, leur ordre variant selon le positionnement du restaurant. Il faut toutefois noter que les grandes enseignes jouent davantage le jeu de l'origine France, mais le secteur étant dominé par des indépendants, les volumes importés sont conséquents.

En restauration rapide, la viande bovine est à l'honneur : burgers, tacos, burritos… Même si la volaille monte en puissance sur ce secteur grâce à son prix moinde, le bœuf reste la viande privilégiée et constitue l'ADN de certaines enseignes qui ne peuvent s'en passer. Les grandes chaînes de restauration rapide tentent de maximiser la part de viande bovine française pour des raisons éthiques et d'image, mais elles peinent souvent à trouver les volumes suffisants pour passer la barre des 50% de VBF. Les petites chaînes haut de gamme se positionnent majoritairement sur l'origine France et tentent de se démarquer en affichant une race ou une région d'élevage. Enfin, les indépendants se fournissent majoritairement en viande d'import. Parmi eux, les restaurants de kebab, qui servent de plus en plus de burgers, se fourniraient quasi-exclusivement en steak haché polonais halal.

La restauration collective, entre prix, qualité et loi EGalim

La restauration collective est particulièrement contrainte par les coûts. Toutefois, la recherche de qualité, en particulier pour la viande bovine souvent érigée comme symbole, est devenue une réalité dans certains segments. En restauration scolaire, l'origine France est devenue la règle. La loi EGalim enfonce le clou.

Dans les cahiers des charges pour la **restauration scolaire,** avant même la loi EGalim, les collectivités ont introduit des demandes de type « né, élevé, abattu dans un même Etat membre », « race à viande », « label », « bio » afin de s'assurer de la qualité et de l'origine de la viande servie.

Depuis quelques années, le sujet du gaspillage alimentaire est pris très au sérieux. Pour des raisons variées, la viande est particulièrement concernée. Ainsi, les cantines scolaires tentent de réduire les quantités servies et d'améliorer la qualité, notamment en préparant mieux la viande. Par ailleurs, les émincés et les petits cubes remplacent les sautés, que les enfants apprécient moins en raison du collagène et du gras qui sont masqués par la sauce.

Dans les segments **santé et social,** le prix reste le premier critère, suivi de la qualité sanitaire. L'origine commence à être prise en compte, en particulier depuis la mise en place de la loi EGalim. Les établissement autogérés ou en groupement de commande demandent en général de l'origine France. C'est moins le cas lorsque la gestion est déléguée à une société de restauration collective.

La restauration d'entreprise propose une offre plus proche de la restauration commerciale classique, grâce à un ticket moyen plus élevé que dans le reste de la restauration collective (8,95 €). En outre, la restauration d'entreprise s'adresse à des usagers qui ont souvent d'autres alternatives (restauration de quartier, sandwicherie, repas amené de la maison ou du supermarché, etc.). Elle doit donc offrir des plats attrayants et innovants à ses clients.



• LES CHIFFRES CLÉS DU SECTEUR DE LA RESTAURATION TRADITIONNELLE

18 000 établissements, à **63%** indépendants

360 000 employés

39 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2022

40% du chiffre d'affaires de la restauration hors foyer

RÉPARTITION DES DÉPENSES

30%
Achats de matières premières

40%
Charges de personnel

22%
Autres achats et charges externes (dont énergie)



Source : GEB-Idele d'après INSEE

6 À CHAQUE BOVIN SON PROFIL DE DÉBOUCHÉS



Après les vaches laitières, c'est au tour des femelles de race à viande de voir croître la part des volumes orientés en transformation, que ce soit pour la GMS qui reste le débouché privilégié de l'ensemble des femelles ou pour la restauration hors domicile. Les jeunes bovins de type viande sont quant à eux orientés à 60% à l'export. Les jeunes bovins laitiers ont un profil intermédiaire entre celui des vaches laitières et celui des jeunes bovins viande. La vente directe est un débouché non négligeable pour les bœufs comme pour les vaches et génisses de type viande.

La hausse de la transformation se poursuit et n'épargne plus les animaux de type viande

Les animaux de type viande sont de plus en plus utilisés en transformation. Les volumes de vaches de type viande passent à 45% par le hachoir. Les jeunes bovins et génisses de type viande voient également leur proportion de haché augmenter avec respectivement 35% et 19% des volumes (voir Fig. 41).

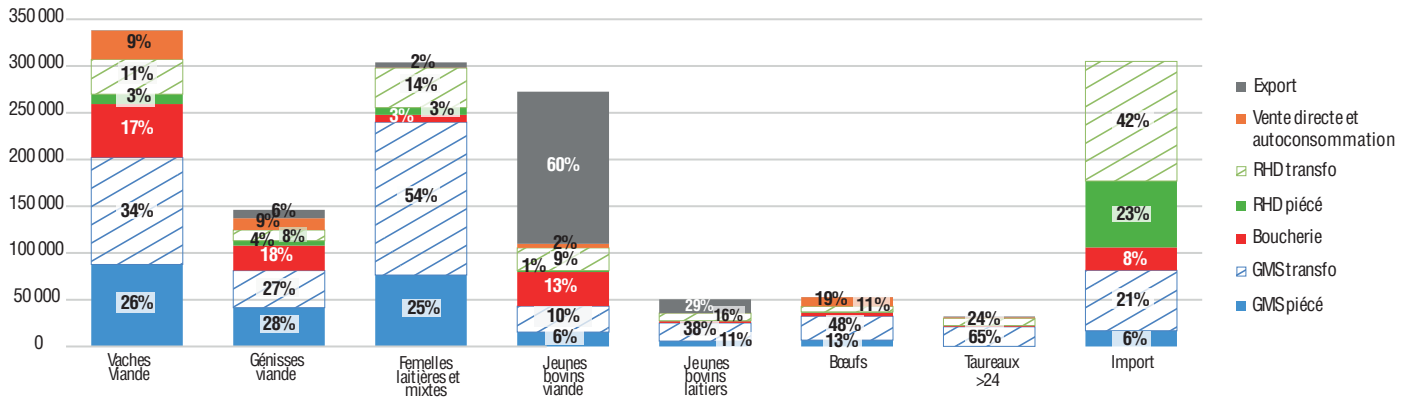
Pour les vaches de type lait, la part de la viande passée au hachoir est de plus de deux tiers.

La tendance à toujours plus de transformation s'est confirmée en 2022, avec 61% de la consommation de viande sous forme transformée, soit 4 points de plus qu'en 2017.

La vente directe et l'autoconsommation concernent principalement des animaux de type viande : elles valorisent 9% des vaches allaitantes et 9% des génisses viande. 19% des bœufs sont également commercialisés via ce canal, bien que cela nécessite du travail et un savoir-faire supplémentaire pour l'éleveur (logistique et commercialisation).

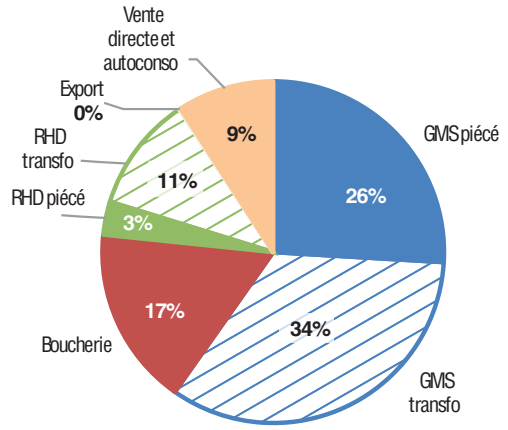
La boucherie artisanale travaille également en majorité avec des races de type viande (76% de ses approvisionnement). Elle valorise 17% des vaches viande, 18% des génisses et 13% des jeunes bovins de type viande.

FIG. 41 : ORIGINE ET FORME DE LA VIANDE BOVINE VALORISÉE EN RHD EN 2022 (HORS VIANDE DE VEAU)



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douane, INSEE et enquêtes

FIG. 42 : UTILISATION DES VACHES DE TYPE VIANDE ABATTUES EN FRANCE EN 2022



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douane, INSEE et enquêtes

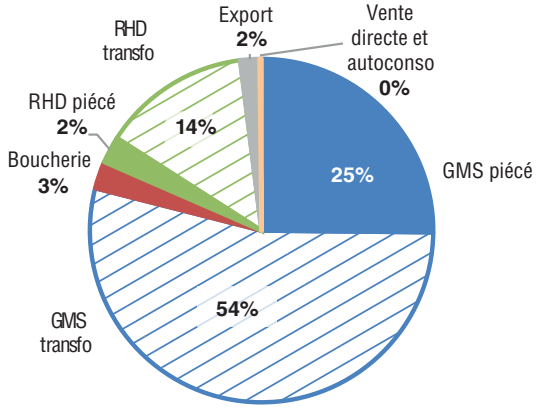
Les vaches allaitantes de plus en plus utilisées en transformation

La GMS reste le premier débouché pour les vaches de race à viande, malgré le recul de ses parts de marché. La part de viande transformée sur une carcasse moyenne de vaches de type viande est montée à 45%.

Les trois cinquièmes des viandes de vaches allaitantes sont vendues en GMS dont plus de la moitié sous forme de viande hachée et transformée (voir Fig. 42). Avec une clientèle à la recherche de produits de qualité, la boucherie artisanale (17%) et la vente directe (9%) sont des canaux de commercialisation plus importants que pour les autres catégories d'animaux.

De plus en plus de viande issue de vaches allaitantes termine en viande transformée. Sans compter la part transformée en boucherie artisanale (hachée à la demande ou plats traiteurs), ni la part transformée vendue en direct, 45% des volumes de vaches de type viande ont été vendus transformés en 2022.

FIG. 43 : UTILISATION DES FEMELLES LAITIÈRES ET MIXTES ABATTUES EN FRANCE EN 2022



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douane, INSEE et enquêtes

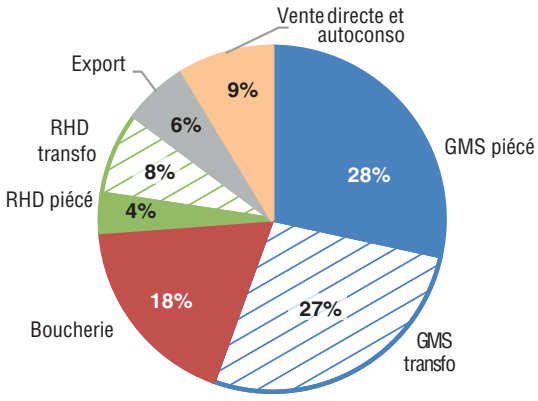
Femelles laitières : produit de choix pour les GMS

Les femelles de type laitier sont appréciées par les enseignes de GMS en raison de leur prix compétitif, que ce soit pour la viande transformée ou la viande piécée.

La GMS est le premier débouché des femelles de type lait avec 79% des volumes (voir Fig. 43). En transformé (haché, élaborés et plats préparés), la viande laitière permet aux enseignes de proposer une viande française à un prix compétitif. En piécé, la viande de laitières alimente le segment d'entrée de gamme qui est stable ou en croissance dans toutes les enseignes.

La RHD utilise 16% des volumes de femelles laitières françaises, principalement en transformé. Enfin, une part restreinte de ces femelles, de races mixtes et notamment Normandes, alimente la boucherie artisanale.

FIG. 44 : UTILISATION DES GÉNISSES DE TYPE VIANDE ABATTUES EN FRANCE EN 2022



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douane, INSEE et enquêtes

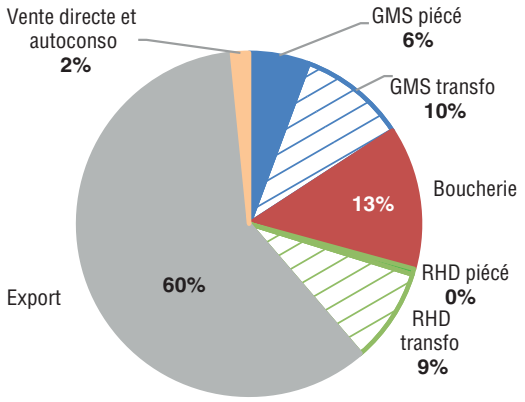
Génisses allaitantes : GMS et boucherie

Les génisses de race à viande occupent les segments moyens et supérieurs du marché. Elles alimentent principalement les GMS, et secondairement la boucherie.

28% des volumes de génisses sont orientés vers la vente en piécé par les GMS, que ce soit en barquettes au rayon libre-service, ou moins souvent au rayon traditionnel (voir Fig. 44). Il s'agit principalement de pièces d'arrières. Les muscles d'avants correspondants sont le plus souvent transformés et valorisés en GMS (haché pouvant être démarqué par la race) ou RHD (burgers). Les boucheries traditionnelles constituent le second débouché pour les génisses, avec 18% des volumes, essentiellement des génisses lourdes. La RHD valorise 12% des volumes et la vente directe et l'autoconsommation 9%. 6% des tonnages sont enfin destinés à l'export, où la viande de génisses se place sur des segments proches de ceux des jeunes bovins de type viande, le plus souvent en coupes de gros (les globes vers l'Italie par exemple).

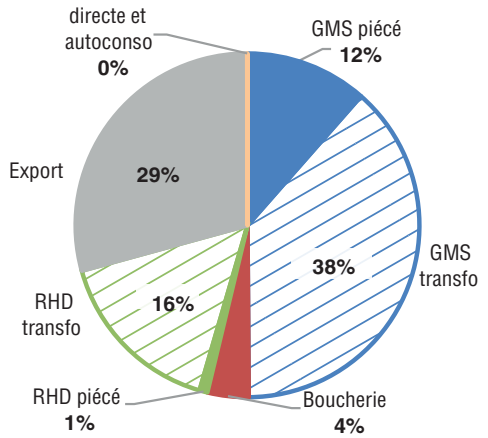
6 À CHAQUE BOVIN SON PROFIL DE DÉBOUCHÉS

FIG. 45 : UTILISATION DES JB DE TYPE VIANDE ABATTUS EN FRANCE EN 2022



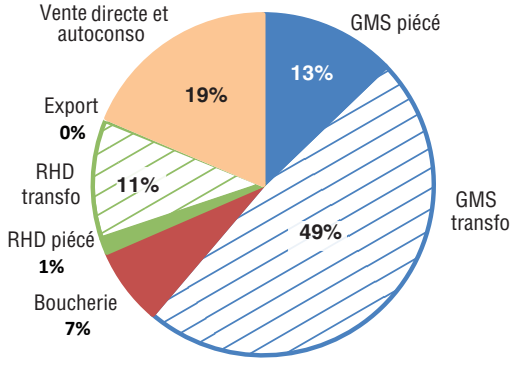
Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douane, INSEE et enquêtes

FIG. 46 : UTILISATION DES JB DE TYPE LAIT ABATTUS EN FRANCE EN 2022



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douane, INSEE et enquêtes

FIG. 47 : UTILISATION DES BOEUFS ABATTUS EN FRANCE EN 2022



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douane, INSEE et enquêtes

JB viande : une filière d'export

Principalement destinés à l'export, les jeunes bovins de race à viande et croisés lait-viande sont également présents en GMS et RHD, notamment après transformation.

60% des tonnages de jeunes bovins viande sont destinés à l'export (voir Fig. 45), les principales destinations étant complémentaires : quartiers arrière vers l'Italie et quartiers avant vers la Grèce et l'Allemagne. (voir Fig. 17 page 7)

La GMS et la RHD valorisent également des volumes conséquents, notamment à travers la transformation. La boucherie artisanale rituelle représente enfin un débouché non négligeable (13%).

JB lait : une baisse de l'offre qui concentre le produit sur certains marchés

Le marché du jeune bovin de type lait se concentre sur la viande transformée et secondairement l'export. En GMS, le catégoriel de jeunes bovins de type lait peut se substituer à celui de vaches de type lait.

Avec 50 000 téc produites en 2022, l'offre de jeunes bovins de type lait a fortement reculé depuis 2017 et ne représentait plus que 4% de la viande de gros bovins produite en France. 50% des volumes totaux sont commercialisés en GMS, pour les trois quarts en viande transformée et pour un quart en piécé en complément de la viande de vaches laitières pour alimenter le segment d'entrée de gamme ainsi que certaines promotions (voir Fig. 46).

La part des volumes exportés reste non négligeable (29%), une partie importante étant destinée au marché allemand. Enfin, la restauration hors domicile valorise 17% des volumes, à travers notamment des contrats avec des enseignes de restauration rapide.

Bœufs : des circuits diversifiés

Les débouchés pour les bœufs varient en fonction de leur race. Ceux de type laitier sont orientés avant tout vers la transformation, tandis que ceux de race à viande sont mis en avant en vente directe, puis secondairement en boucherie artisanale.

Les bœufs représentent 4% de la viande de gros bovins abattue en France. Leur part a eu tendance à se réduire ces dernières années. Du fait de leur mode de production, les bœufs constituent une catégorie très hétérogène aux circuits de valorisations diversifiés. La GMS constitue le premier débouché avec 62% des volumes, notamment à travers le steak haché (voir Fig. 47). La RHD valorise 12% des volumes, là aussi à travers le haché principalement. La vente directe est un débouché relativement important (19%), le bœuf étant une production qui répond bien aux attentes des éleveurs et consommateurs de ce circuit. Quelques carcasses de bœufs sont également vendues en boucherie artisanale (7%).

La transformation, dominante pour les bovins à faible conformation

Si les bovins laitiers sont ceux qui alimentent le plus la fabrication de viande hachée, les bovins de race à viande ne sont plus épargnés par cette tendance.

Les volumes issus de **femelles laitières** sont transformés à près de 70%. Cette viande présente la compétitivité prix tout indiquée pour alimenter les circuits industriels du haché et des plats préparés. Par ailleurs, les carcasses trop peu conformées et trop maigres, dont la proportion est plus importante chez les vaches laitières que chez les animaux de type viande ou croisés, ne permettent pas une bonne valorisation en viande piécée. Ces carcasses passent donc quasi-intégralement en viande hachée.

La part de viande transformée est importante également pour les **bœufs** (66%), dont une partie importante est issue du cheptel laitier. Les bœufs sont en outre peu demandés en GMS, car cette production n'est pas suffisamment standardisée, ainsi qu'en boucherie artisanale qui préfère habituellement la viande de femelles.

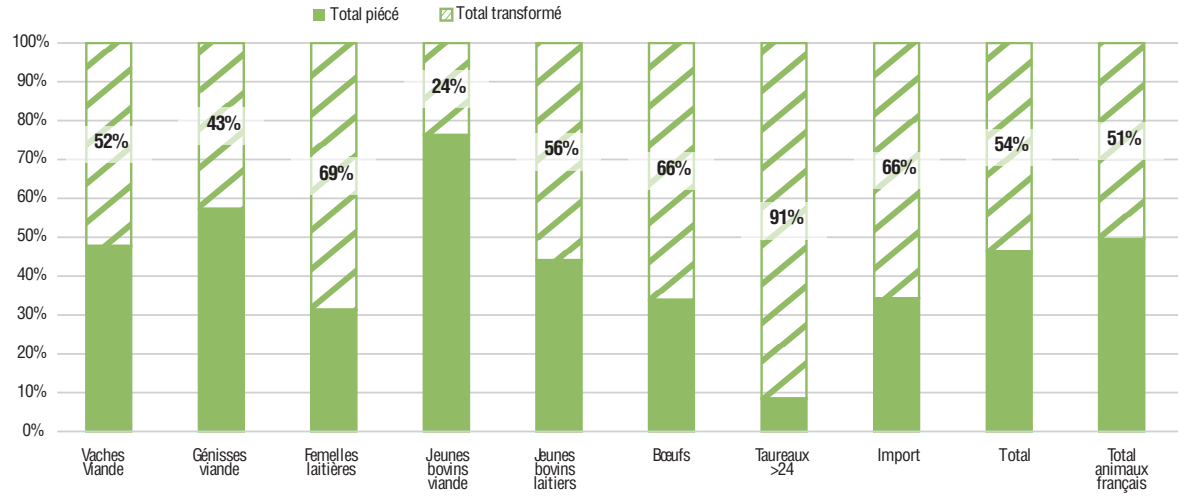
Les volumes de **JB laitiers** sont transformés à 56%, une partie importante d'entre eux étant contractualisée spécifiquement pour des enseignes de hamburger.

Les **vaches de type viande et croisées** voient 52% de leurs tonnages passer en viande transformée, soit 10 points de plus qu'en 2017. Les meilleures d'entre elles restent toutefois orientées vers les circuits de cheville où la part de transformation est moins importante. À l'inverse, les vaches les moins bien conformées ont un taux de transformation supérieur à celui de la catégorie. Les **génisses de type viande** ne sont transformées qu'à 43%, un taux moyen qui cache de grandes disparités entre les génisses lourdes destinées à la boucherie artisanale et les génisses rajeunies ou primeur dont une part plus importante passera par le hachoir.

Les jeunes bovins de type viande et croisés ont un taux de transformation inférieur du fait de la part importante des volumes orientée à l'export (en demi-carcasse, quartiers ou coupes de gros). Si on ne considère que les volumes restant en France, alors la part transformée atteint 59%.

Enfin, les **taureaux de réforme** sont très majoritairement orientés vers la transformation bien qu'ils donnent des carcasses très conformées. Ils n'ont pas vraiment de marché en tant que tel et leur viande est réputée dure, deux bonnes raisons qui les orientent vers la viande hachée.

FIG. 48 : PART DE TRANSFORMATION PAR CATÉGORIE ANIMALE EN 2022



Source : GEB-Idele d'après SPIE-BDNI, Normabev, Douane, INSEE et enquêtes

Méthode employée

L'étude a été réalisée entre avril 2023 et janvier 2024, à partir des données portant sur la production et la commercialisation de viandes de gros bovins (viande bovine hors veau) au cours de l'année 2022.

Deux types de sources d'information ont été croisés.

Nous avons tout d'abord exploité les bases de données disponibles :

- SPIE-BDNI-Normabev (abattages par type d'animal)
- SSP (bilans de production et de consommation)
- Eurostat (commerce extérieur),
- Kantar (achats des ménages, financement FranceAgriMer)
- ProdCom (production de plats et sauces industriels)
- INSEE (évolution de l'activité des différents secteurs).

Dans un second temps, nous avons interrogé soixante opérateurs commerciaux (abattage-découpe, restauration hors domicile, distribution, transformation et négoce) en vue de recueillir deux types d'informations :

- leurs volumes d'approvisionnement et de vente, en fonction du type d'animal, du type de partenaire commercial (GMS, RHD, boucherie…) et de la forme de vente (carcasse, quartier, UVCI…).

- des éléments qualitatifs sur les déterminants et les évolutions des activités commerciales.

Ces opérateurs représentaient 72% des volumes abattus en France en 2022, 69% de la viande bovine fraîche valorisés en GMS, 48% des volumes vendus en RHD, 61% des exportations et 41% des importations.

Tous ces éléments ont été compilés puis extrapolés en tenant compte des contraintes issues des statistiques nationales.

Cette étude a été réalisée en synergie avec les études *Où va l'agneau ?* et *Où va le veau ?*, publiées dans la collection « Dossiers économie de l'élevage », numéros 552 et 554.





Lexique

Bovin de type laitier : bovin dont aucun des parents n'est de type viande.

Bovin de type viande : bovin dont au moins un des parents est de race à viande pure ou croisé lait-viande (hors croisements entre deux animaux de race laitière pure).

Bœuf : bovin mâle castré abattu adulte généralement à partir de 30 mois.

Catégoriel : forme de vente en muscles indépendants.

Compensé : forme de vente groupée des muscles d'une carcasse ou partie de carcasse, désossés et conditionnés séparément (revient à vendre une partie de la carcasse et une prestation de désossage).

Génisse : bovin femelle abattue à plus d'un an d'âge sans avoir vêlé.

GMS : grandes et moyennes surfaces, y compris les commerces de proximité de plus de 400 m².

JB (jeune bovin ou taurillon) : bovin mâle non castré abattu entre 1 et 2 ans. Les « bovins jeunes » de 8 à 12 mois ont été assimilés à des jeunes bovins.

kgéc : kilo équivalent carcasse, poids de la carcasse de l'animal avant désossage (= poids du muscle désossé x 1,3 selon les normes de l'UE).

RHD : restauration hors domicile.

PAD : muscle prêt à découper (généralement conditionné sous vide).

Viandes élaborées ou viandes transformées : viandes qui ont subi au moins une étape de transformation après la découpe (hachage, cuisson, inclusion dans un plat préparé, etc.).

téc : tonne équivalent carcasse. Il s'agit d'un poids avant désossage, soit environ 1,3 fois le poids du muscle.

UVCI : unité de vente consommateur industriel. Viandes découpées et conditionnées directement par l'industriel.

UVCM : unité de vente consommateur magasin. Viandes découpées et conditionnées en magasin.

Taureau : bovin mâle non castré abattu après 24 mois.

Vache : femelle ayant vêlé.

Veau : bovin abattu avant 8 mois.

VPH (viande pour haché) : viande destinée à entrer dans l'industrie de la transformation.

Remerciements :

Cette étude a été réalisée grâce au financement et à l'appui de la section bovine d'Interbev.

Nous tenons à remercier chaleureusement les entreprises et les personnes suivantes qui ont accepté de nous accorder un entretien et de nous transmettre leurs données commerciales. Nous remercions également Culture Viande, La Coopération Agricole, FNEAP, FCD, CFBCT et Restau'Co qui nous ont mis en contact avec leurs adhérents et ont ainsi participé au bon déroulé de l'étude.

ABATTAGE-DÉCOUPE :

- Altitude (T. Brousse)
- Bigard Charal Socopa (D. Guineheux, F. Chauvin)
- Elivia (Y. Denou, G. Chataigne)
- Puigrenier (H. Puigrenier)
- SICABA (T. Saint Saëns)
- Sicarev (M-F. Nigay)
- SVA Jean Rozé (F. Cornen)
- Pruvost-Leroy (Ph. Pruvost)
- Abattoir de Craon (M. Prioul)
- Abattoir de Sarrebourg (J-F. Hein)
- T'Rhéa (H. Gabriel, L. Hurstel)

GMS :

- Auchan (F. Ramadier)
- Biocoop (A-C. Rubin)
- Intermarché (G. Richard)
- Match (S. Brutier)
- Monoprix (A-S. Larose)
- Coopérative U (F. de Vaugelade du Breuillac)

ENTREPRISES DE RESTAURATION HORS DOMICILE :

- Buffalo Grill (P. Bouillerce)
- Burger King - Quick (A. Geraads)
- CNOUS (W. Fougeray)
- Compass (S. Penneroux)
- Cuisine centrale de Villeurbanne (L. Ligneau)
- Economat des Armées (L. Beauclair)
- Elior (G. Bausseron)
- Flunch (S. Bruneau)
- GARA (H. Garrigue)
- Mc Donald's (B. Dorge-Olivier et E. de La Celle)
- Région AURA (C. Tavernier)
- Région Ile de France (L. Lecoq)
- Silgom (M. Crété)
- UniHA (J. de Nouel)

GROSSISTES (TRANSFORMATEURS ET NÉGOCE) :

- Chiron (F. Chiron)
- Despierres (R. Deverchere)
- Etablissements Lucien (X. Lucien)
- Eurodis (F. Fauchère)
- Fory Viandes & Martin SAS (D. Robert)
- Gélaé (D. Bergeron)
- Kepack (L. Lacoste)
- Lesage & Fils (P. Lesage)
- MECA Rungis (M. Maisonneuve et Ch. Deplanche)
- MAG SA (M. Leprêtre)
- Metro (J. Artus, D. Deschamps, C.Malle)
- MoyPark Orléans (S. Rozier)
- Passion Froid (Q. Gabet, H. de Cugnac, V. Rungasawmy, V. Maury)
- Passion Froid AURA (D.Ducourneau)
- Promocash (B. Leplat)
- Reigner Etablissements (D. Reigner)
- TVR (E. Ganuchaud)
- Vianov (S. Bisson)

BOUCHERIES ARTISANALES :

- Boucherie Doiseau - 37 (J. Doiseau)
- Boucherie Les Jumeaux - 93 (K. Loumi)
- Novoviande (J. Ebran et O. Garcia)
- Boucherie Clavel - 38 (P. Clavel)
- Boucherie Provence Hallal - 04 (A. Yacoubi)
- Boucherie du Parc & du Rond-Point - 49 (S. Rambaud)
- Boucherie Riedinger-Balzer - 67 (J. Riedinger-Balzer)
- Maison Vignal - 48 (F. Vignal)

DOSSIER
VIANDE DE BOEUF

OÙ VA LE BOEUF ?

N° 555
Février 2025

Économie de l'élevage

INSTITUT DE L'ELEVAGE idele

Retrouvez tous les dossiers « Économie de l'Élevage» sur :

www.idele.fr



Dossier marchés mondiaux - Produits laitiers - Année 2023 Perspective 2024
n°550 - Mai 2024



Dossier marchés mondiaux - Viande bovine - Année 2023 Perspective 2024
n°551 - Juin 2024



Dossier viande ovine française - Où va l'agneau ? -
n°552 - Août 2024



Dossier - Bovins lait et vainde - Inde
n°553 - Novembre 2024



Dossier viande de veau - Où va le veau ?
n°554 - Décembre 2024



Dossier annuel - Bovins viande - Année 2024 Perspective 2025
n°556 - Janvier 2025

Conception de la maquette : Béta Pictoris (beta.pictoris@free.fr) - Institut de l'Élevage

Mise en page et iconographie : Jenny LEFEUVRE (Institut de l'Élevage)

Crédits photos : Couverture @WISARUT OFFICIAL/ ADOBESTOCK, P2 @SCPICTURES /FOTOLIA, P10 @GUY/ ADOBESTOCK, P8,P11,P12 ©C.MONNIOT/IDELE, P14 @ AUREMAR/ ADOBESTOCK, P16 @ ROSNICK/ ADOBESTOCK, P18 @ HELENP/ ADOBESTOCK et SONYAKAMOZ/ ADOBESTOCK, P19 @ ERCAN SENKAYA/ ADOBESTOCK et REICHDERNATUR/ADOBESTOC, P20 @M.LECLERC/IDELE

Imprimé à L'Artésienne - N°ISSN 1273-8638 - N° IE 0025501003

Version numérique téléchargeable gratuitement sur www.idele.fr

Confédération Nationale de l'Elevage
CNE