

DOSSIER
VIANDE DE VEAU

OÙ VA LE VEAU ?

N° 554
Décembre 2024

Économie de l'élevage



FLUX DE VIANDE DE VEAU EN FRANCE

Une étude inédite
pour les caractériser

VIANDE DE VEAU
Production et consommation

COMMERCIALISATION
Le veau autant présent en GMS qu'en boucheries

LES CIRCUITS DU VEAU
Des abatteurs aux distributeurs



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 :

Ilona BLANQUET - Département Économie de l'Élevage - Institut de l'Élevage
Maximin BONNET - Département Économie de l'Élevage - Institut de l'Élevage

RÉDACTEUR EN CHEF :

Boris DUFLLOT - Département Économie de l'Élevage - Institut de l'Élevage

CONTRIBUTEURS :

Cassandre MATRAS et Caroline MONNIOT - Département Économie de l'Élevage - Institut de l'Élevage

FINANCEURS :

Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire
Confédération Nationale de l'Élevage



Étude financée par :



Une étude inédite pour caractériser les flux de viande de veau en France

Voici une étude inédite : combien mange-t-on de veau en France aujourd'hui ?

Quelle part de ce veau est commercialisée en supermarché ? en boucherie ? en restauration hors domicile ? Combien de viande de veau d'import trouve-t-on en France ?

Voici quelques unes de nos réponses : 199 000 tonnes équivalent carcasse de viande de veau ont été consommées en France en 2022, soit 2,9 kg éc/habitant/an ou encore 2,3 kg nets d'os/habitant/an. La viande d'import, principalement des Pays-Bas, représente 21% du veau consommé en France, contre 13,5% en 2012. GMS et boucheries commercialisent autant de viande de veau : 35% chacune. La restauration (collective et commerciale) écoule un quart des volumes.

Cette étude propose une photographie claire et chiffrée des **circuits empruntés par la viande de veau en France en 2022**. Pour cela, nous avons estimé la répartition des volumes de viande abattus en France et de viande importée, dans les différents circuits de commercialisation.

La méthode a consisté à faire le bilan des disponibilités en viande de veau, principalement à partir de la base de données SPIE-BDNI, d'abattage Normabev et des Douanes pour l'import et l'export. Ces volumes ont ensuite été ventilés vers les principaux débouchés d'après les données commerciales d'approvisionnement et de vente d'une cinquantaine d'opérateurs de la filière enquêtés. Merci à eux ! Le panel Kantar a permis d'affiner les chiffres concernant la GMS et la boucherie.

Bonne lecture à tous !

SOMMAIRE

2/ PRODUCTION ET CONSOMMATION DE VIANDE DE VEAU EN FRANCE

6/ LE VEAU AUTANT PRÉSENT EN GMS QU'EN BOUCHERIES

10/ LES CIRCUITS DU VEAU, DES ABATTEURS AUX DISTRIBUTEURS

12/ LA GMS, 1^{ER} DÉBOUCHÉ EX AEQUO DE LA VIANDE DE VEAU

14/ LA BOUCHERIE, UN DÉBOUCHÉ INCONTOURNABLE

16/ LA RHD, UN DÉBOUCHÉ À POTENTIEL

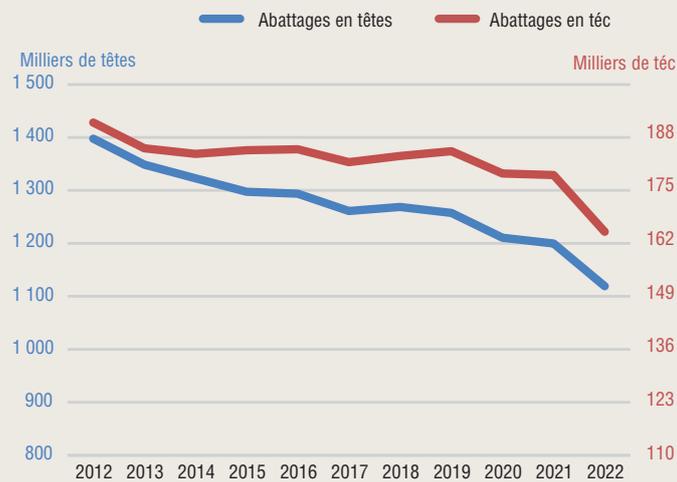
1

PRODUCTION ET CONSOMMATION DE VIANDE DE VEAU EN FRANCE



La consommation de viande de veau française et importée, a atteint 199 000 téc en 2022, soit 2,9 kg équivalent carcasse/personne/an. La production nationale de viande de veau a reculé de 14% en téc entre 2012 et 2022, tandis que la consommation ne s'est effritée que de 7% sur la même période, du fait de l'accroissement des imports de viande néerlandaise et du nombre de repas pris dans la restauration. En 10 ans Les carcasses produites sont devenues plus lourdes, avec un allongement de la durée d'engraissement significatif et un essor de la production des veaux croisés lait-viande, qui sont passés de 22% à 32% des abattages.

FIG. 1 : ABATTAGES ANNUELS DE VEAUX DE BOUCHERIE EN FRANCE



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

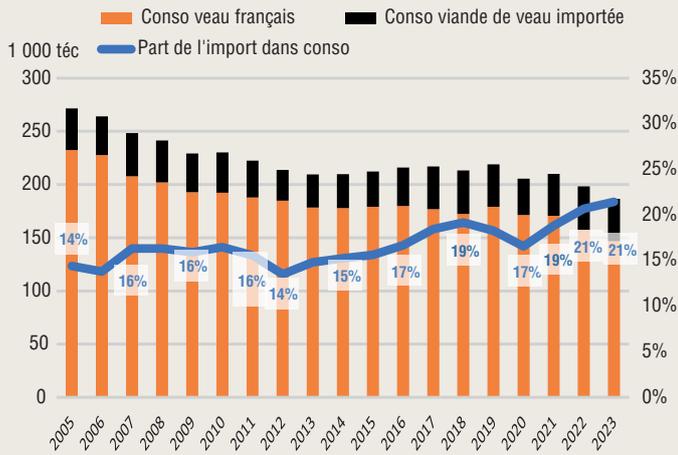
La production de viande de veau s'est réduite de 14% en 10 ans

Entre 2012 et 2022, la production de viande de veau a diminué de 14%, passant de 191 000 téc à **164 000 téc** (-26 000 téc). Le nombre de veaux abattus a reculé plus rapidement (-20% soit -278 000 veaux) pour atteindre 1 120 000 têtes en 2022. La diminution plus rapide du nombre de têtes reflète **la hausse du poids carcasse (+10 kg ou +8%)** avec des veaux abattus plus âgés : 6 mois et 1 semaine d'âge (au lieu de 5,5 mois), soit +3 semaines d'engraissement. **L'incorporation progressive de davantage de veaux croisés lait-viande**, à la place de veaux laitiers purs plus légers, a aussi contribué à ce phénomène. Entre 2014 et 2019, cet alourdissement des veaux a partiellement compensé la baisse du nombre de veaux abattus.

L'érosion de la production a été modeste entre 2011 et 2019 : -6% en tonnage. En 2012-2013, l'Europe a subi une crise économique qui a affecté la consommation, notamment de viande, obligeant les intégrateurs à ajuster leurs volumes. Entre 2014 et 2019, production et consommation se sont mieux maintenues, grâce au redressement économique et à la campagne de communication d'InterVeaux co-financée par l'UE. En 2019, le rebond des abattages en téc traduit un alourdissement des carcasses du fait d'une surproduction néerlandaise qui a perturbé le marché français.

La chute de la production s'est accélérée à partir de 2020, d'abord à cause du covid (-3% en téc en 2020) avec la fermeture de la RHD et le report seulement partiel de la viande de veau vers la GMS, plus difficile qu'en bœuf. Ceci a retardé les sorties et les intégrateurs ont réduit la production et lancé moins de projets d'installation. En 2021, les installations en veau ont été faibles du fait de la hausse des coûts des aliments, du gaz et de la construction. Ce manque de renouvellement s'est traduit en 2022 par le repli de la production de 6% en un an, qui s'est poursuivi au même rythme en 2023.

FIG. 2 : VOLUME ET ORIGINE DE LA VIANDE DE VEAU CONSOMMÉE EN FRANCE



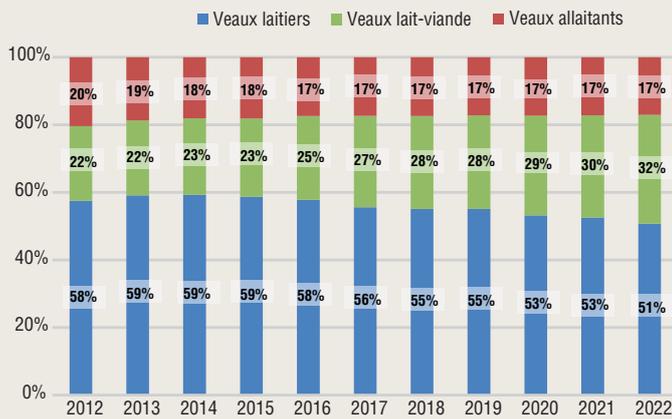
Source : GEB-Idele d'après SSP, Douanes et estimations propres

Mais la consommation ne s'est érodée que de 7% en 10 ans

En 2022, les Français ont consommé en moyenne 2,9 kg éc de viande de veau par personne, soit 2,3 kg de viande de veau nette (sans os). Ceci est à comparer aux 19,2 kg éc de viande de bovin adulte consommée par habitant ou aux 2,3 kg éc de viande ovine. La consommation de viande de veau s'est très lentement érodée de 7% (-15 000 téc) entre 2012 et 2022, soit un rythme annuel inférieur à 1% (voir fig. 2).

Les imports de viande de veau, l'autre composante de la consommation, ont eux augmenté de 42% en 10 ans, passant de 29 000 téc à 41 000 téc (estimation GEB-Idele) soit +12 000 téc, compensant une partie de la baisse de la production française. La part de viande d'import, majoritairement néerlandaise, dans la consommation, a donc progressé passant de 13,5% en 2012 à 21% en 2022 (voir fig.2). L'import complète l'offre française de viande de veau, qui se réduit plus vite que la consommation. Ce phénomène s'est accéléré depuis la chute des abattages de 6% en 2022. La hausse de l'import de veau est également liée à l'augmentation du nombre de repas pris à l'extérieur par les Français. En effet, en RHD, l'origine de la viande est moins mise en avant et retient moins l'attention du consommateur pour le choix de son lieu de repas, qui s'attache plutôt au style de cuisine, au budget, aux recettes ou à la localisation.

FIG. 3 : RÉPARTITION DES TYPES RACIAUX ABATTUS EN FRANCE (EN TÊTES)



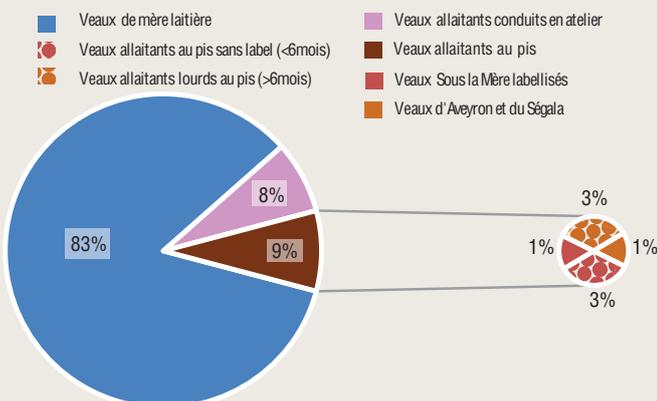
Source : GEB-Idele d'après SPIE et Normabev

La part des veaux croisés lait-viande a bondi de 22% à 32%

Entre 2012 et 2022, la part de veaux laitiers purs et croisés lait-lait, principaux types de veaux utilisés en production de veau gras, s'est réduite de 58% à 51%, tandis que celle des veaux croisés lait-viande a bondi de 22% à 32% (fig.3). Ceci est lié au développement du croisement lait-viande qui a permis aux éleveurs laitiers de gagner en moyenne 100 € de plus (soit un doublement du prix) entre un veau mâle laitier de 50-60 kg et un veau mâle de « type viande » (type de viande = veaux mixtes, viande, et croisés lait-viande, moyenne entre 2014 et 2022).

La part des veaux allaitants dans les abattages de veaux (regroupant des allaitants conduits en veaux de boucherie et des veaux sous la mère) s'est lentement effritée en une décennie, passant de 20% à 17%.

FIG. 4 : PRODUCTION DE VEAUX GRAS SELON LE TYPE DE LA MÈRE ET LE MODE DE CONDUITE (DONNÉES 2022)



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

9% des veaux gras produits sont des veaux élevés au pis

La production de veaux allaitants sous la mère, qu'ils soient labellisés ou non, représentait environ 100 000 têtes en 2022, d'après les données SPIE-BDNI, soit 9% de la production de veaux gras en France (voir fig.4). Le reste de la production de veaux français est, par déduction, du veau de boucherie : 1 020 000 veaux, de mère laitière à 91% et allaitante pour 9% de ces veaux conduits en atelier, soit 90 000 têtes allaitantes en atelier.

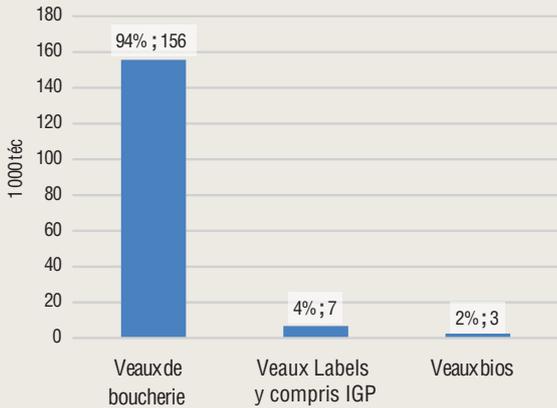
Sur les 100 000 veaux allaitants élevés au pis :

- 50 000 étaient des **veaux gras lourds** (c'est-à-dire abattus à plus de 6 mois) dont 16 000 têtes abattues en label Veau d'Aveyron et du Ségala. Une partie des veaux gras lourds, non labellisés, sont également traditionnellement exportés vers l'Italie.

- 50 000 veaux étaient des **veaux sous la mère**, abattus avant 6 mois, dont environ 16 000 veaux labellisés : Veau Fermier limousin sous la mère, également IGP, Veau Sous La Mère, Veau Rosé Sous La Mère, Rosée des Pyrénées, etc.

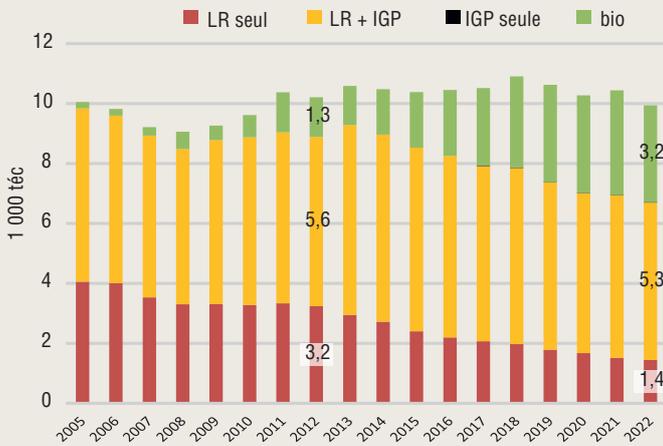
1 Production et consommation de viande de veau en France

FIG. 5 : RÉPARTITION DE LA PRODUCTION DE VEAU EN FRANCE EN 2022 (PART DANS LA COMMERCIALISATION EN % ET EN 1000 TÉC)



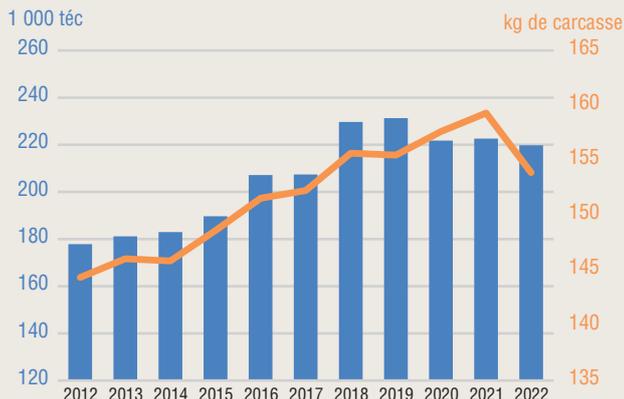
Source : GEB-Idele d'après Normabev, Limousin Promotion, Bretanin, IRVA, Fil Rouge et Commission bio d'Interbev

FIG. 6 : TONNAGES DE VEAUX LABELS ET BIOS ABATTUS EN FRANCE



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

FIG. 7 : PRODUCTION DE VEAUX DE BOUCHERIE AUX PAYS-BAS ET ÉVOLUTION DU POIDS DE CARCASSE



Source : GEB-Idele d'après Eurostat

La viande de veau sous Label décline, tandis que le bio progresse

En 2022, 4% de la viande de veau française commercialisée l'était sous Label (y compris IGP) et 2% était bio. La part de veaux Labels s'est érodée au cours de la décennie écoulée puisqu'elle représentait 5% des abattages en 2012, reculant en tonnage de 8 900 téc à 6 700 téc, soit -24% en 10 ans, tandis que la viande de veau produite au global en France reculait de -14%. La part de veaux bios dans la production nationale a, elle, augmenté de 1% à 2% sur la période, passant de 1 300 téc à 3 200 téc (x 2,4) grâce à l'accélération des conversions en bio de troupeaux laitiers et allaitants dans les années 2010, accélération stoppée aujourd'hui par la crise du bio engendrée par l'inflation en 2022-2023.

La production de veaux sous Label est diversifiée en France : Veaux Sous la Mère en Label Rouge (et/ou IGP), Veau d'Aveyron et du Ségala (Label Rouge et IGP), veau Védélou ou des Monts du Velay-Forez (Label Rouge), veau Bretanin (Label Rouge). **Cette production de veaux Label a suivi un fort déclin en 10 ans.** Ce déclin plus rapide de la production de veaux sous la mère que du cheptel allaitant (-10% sur la période) s'explique par une production nécessitant beaucoup de temps de travail et des cours qui n'ont pas progressé début 2022, au contraire du broutard, décourageant les producteurs et accélérant des arrêts ou reconversions vers la production de broutards.

La production des Pays-Bas tournée vers l'export

L'import français de viande de veau provient majoritairement des Pays-Bas, pays tourné vers l'export. En 2014, dernière année où l'interprofession néerlandaise du veau (PVE) a publié ses données d'exportation de viande, **90% du veau néerlandais était exporté.** **La viande de veau est traditionnellement peu consommée dans ce pays,** alors qu'il en est le 1^{er} producteur mondial. Cette viande est destinée à l'UE (France, Italie, Allemagne) et à des pays tiers. **On trouve ce veau dans les supermarchés de l'UE, hors France, et en RHD dans toute l'Europe.** On peut considérer encore aujourd'hui que 90% des abattages de veaux néerlandais servent l'export, dont 20% pour la France en 2022 (41 000 téc, selon nos estimations).

La production de viande de veau néerlandaise s'est développée au cours de la dernière décennie, passant de 178 000 téc à 220 000 téc, **soit une hausse de 24% entre 2012 et 2022** ou +42 000 téc et +196 000 veaux abattus, atteignant 1,428 millions de têtes (voir fig.7). La production de veau néerlandaise se fait à partir des veaux du cheptel laitier national (1,57 million de vaches laitières au 1^{er} décembre 2022) et de l'import massif de veaux laitiers : 984 000 têtes importées en 2022, à 69% d'Allemagne et à 7% du Danemark, de la Belgique et d'Irlande.



● CHIFFRES CLÉS

En 2022, la production de viande de veau en France s'établit à

164 000 téc

Entre 2012 et 2022, elle a diminué de

14%

La part des veaux croisés lait-viande atteint

32%

contre 22 % en 2012

En 10 ans, la viande d'import (principalement des Pays-Bas) est passée de

13,5 à 21%

En 2022, les français ont consommé en moyenne par personne

2,9 kg éc

de viande de veau (soit une baisse de 7% en 10 ans)

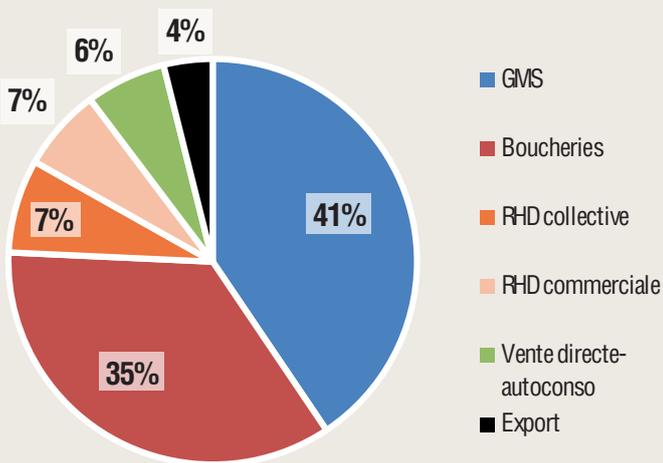
2

LE VEAU AUTANT PRÉSENT EN GMS QU'EN BOUCHERIES



Le veau français représente 79% de l'offre en veau en France. On le trouve d'abord en GMS (41% du veau français y est commercialisé) puis en boucherie (35% du débouché du veau français) et enfin en restauration hors domicile (RHD) pour 14%. Le veau d'import (21% de l'offre en France) emprunte de tous autres circuits : 66% arrive en RHD, 26% en boucherie et 8% en GMS, dans les produits élaborés. En additionnant veau national et veau étranger, GMS et boucheries sont au coude-à-coude pour commercialiser le veau auprès du consommateur, avec 35% de part de marché chacun. Le poids de la RHD est gonflé par l'import et atteint 25% du débouché du veau.

FIG. 8 : DÉBOUCHÉS DE LA VIANDE DE VEAU FRANÇAISE EN 2022 (164 000 TÉC)



Source : GEB-Idetele d'après Normabev, Douanes, Kantar/FranceAgriMer, GIRA, enquêtes et estimations

Le veau français est d'abord distribué en GMS

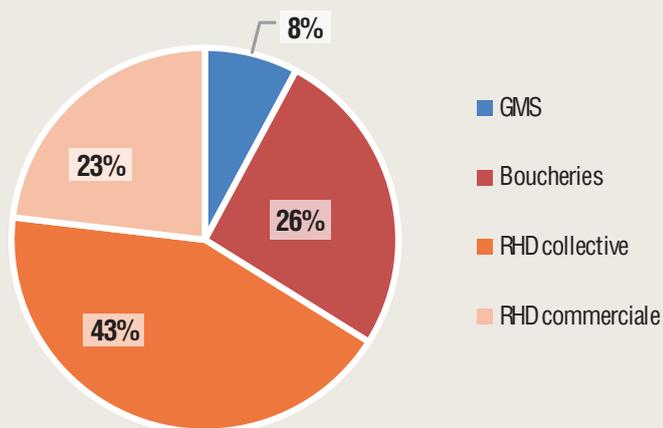
La France a produit 164 000 téc de viande de veau en 2022. La grande distribution (GMS) constituée des hypers et supermarchés, des hard discounts et des magasins bios spécialisés, est le premier circuit de distribution du veau français, avec 41% des volumes de veau produits en France (voir fig.8), commercialisés au rayon libre-service et à la coupe (67 000 téc). La GMS achète principalement du veau laitier standard, mais aussi du veau croisé lait-viande ou du veau SIQO (Label Rouge, bio). La boucherie artisanale est également un débouché significatif pour le veau français, en seconde place avec plus du tiers des volumes (35%). Les bouchers achètent le plus souvent en viande française des demi-carcasses de veaux allaitants (en Labels Rouge ou non) et du veau croisé lait-viande.

Le secteur de la restauration hors domicile (RHD) représente 14% des volumes de veau français, en très large majorité du veau laitier standard, parfois un peu de bio, dans une proportion égale entre la restauration collective (cantines, hôpitaux, etc.) et la restauration commerciale pour le veau français sous forme d'escalopes, boulettes, paupiettes, poitrines de veau farcies...

La vente directe et l'autoconsommation valorisent une part non négligeable du veau national (6%). Les élevages de bovins viande pratiquant la vente directe produisent en effet très peu de jeunes bovins, mais davantage de veaux gras, de bœufs et de génisses. Enfin, l'export représente environ 6 000 téc (4% des volumes produits).

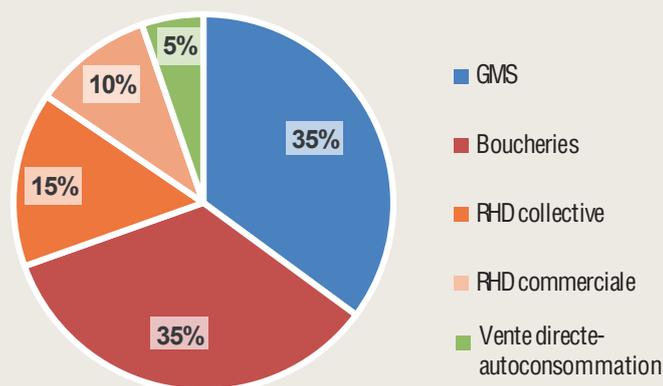
Les groupes d'abattage ayant des volumes significatifs en veau sont peu nombreux. Chacun approvisionne à la fois GMS, boucheries et RHD, avec un type de veau privilégié à chaque fois. Les entreprises ont cependant chacune un débouché prioritaire qu'elles souhaitent développer, avec les outils industriels adaptés aux attentes de cette clientèle (salles de découpe ou pas, transformation, etc.) et proposent le ou les types de veau adaptés.

FIG. 9 : DÉBOUCHÉS DE LA VIANDE DE VEAU IMPORTÉE EN FRANCE EN 2022 (41 000 TÉC)



Source : GEB-Idèle d'après Normabev, Douanes, Kantar/FranceAgriMer, GIRA, enquêtes et estimations

FIG. 10 : DÉBOUCHÉS DE LA VIANDE DE VEAU FRANÇAISE ET IMPORTÉE CONSOMMÉE EN 2022 (199 000 TÉC)



Source : GEB-Idèle d'après Normabev, Douanes, Kantar/FranceAgriMer, GIRA, enquêtes et estimations

Viande de veau importée : à 66% en restauration

La France a importé 41 000 téc de viande de veau en 2022, soit l'équivalent de 25% de ses abattages. L'import pèse pour 21% de la consommation française.

L'essentiel de l'import va en restauration, en majorité en RHD collective (43% soit 17 500 téc, voir fig.9), soumise à de fortes contraintes tarifaires, qui s'accroissent en période d'inflation, comme depuis 2022. Mais la restauration commerciale prend également une part de la viande importée (23% de l'import, 9 500 téc) l'origine de la viande n'étant pas toujours le critère de choix prioritaire des consommateurs au moment de se rendre au restaurant.

Un quart du veau importé (26% ou 10 500 téc) est commercialisé par les boucheries artisanales. Enfin, 8% du veau étranger est vendu en grandes et moyennes surfaces (3 000 téc) quasi exclusivement à travers des produits élaborés (boulettes, paupiettes, etc).

L'import provient surtout des Pays-Bas, mais aussi un peu de Belgique et d'Italie (achats d'opportunité pour cette dernière origine, par exemple lorsque les cours sont bas en été). Les imports de veau belge et italien se font aussi davantage en zones frontalières (Hauts-de-France, Grand Est, PACA) notamment pour approvisionner des boucheries.

Total consommé en France : la GMS et la boucherie au coude à coude

Au total, en additionnant les abattages français (164 000 téc) aux imports de viande de veau (41 000 téc) et en retranchant l'export (6 000 téc), la France a consommé¹ 199 000 téc de veau en 2022.

En additionnant les débouchés du veau français et ceux de l'import, les équilibres sont modifiés par rapport aux débouchés uniquement du veau français. La GMS gagne peu de volume par l'import, ne commercialisant du veau étranger que dans ses produits élaborés. Au contraire, la boucherie utilise davantage la viande d'import, ce qui va accentuer son poids dans la distribution de l'ensemble du veau consommé en France. Au final, GMS et boucherie sont les deux premiers débouchés ex æquo (35% de part de marché chacun) pour la commercialisation du veau (voir fig.10).

La restauration constitue le troisième circuit de vente, avec 25% des volumes : 15% en RHD collective, gonflée par l'import, et 10% en RHD commerciale. La vente directe et l'autoconsommation représentent ensemble 5% du veau consommé.

La viande de veau français exportée chez nos voisins, et bien au-delà

L'export français ne représente que 6 000 téc par an (4% de la production) mais il permet d'atteindre des marchés rémunérateurs pour le veau français. Les exports sont tout d'abord constitués de quartiers arrière expédiés vers l'Italie (44%, 2 500 téc), de quartiers avant vers l'Allemagne (15%, 700 téc), de 1500 téc de demi-carcasses (25% des exports) notamment vers la Belgique, dont des veaux abattus rituellement, enfin de 400 téc de viande de veau désossée catégorielle (6%) et 400 téc de haché surgelé (6%). Ces deux dernières catégories sont expédiées vers un large panel de destinations en désossée, le plus souvent vers des zones à fort pouvoir d'achat (Amérique du Nord, Pays du Golfe, Asie du Sud-Est).

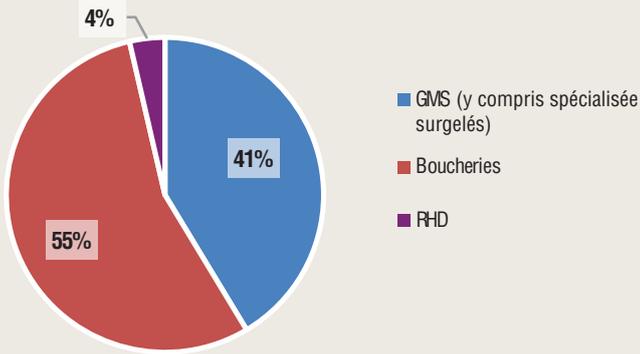
¹consommation par bilan = abattages + import – export. Les éventuelles variations de stock ne peuvent pas être prises en compte.



Rayon boucherie traditionnelle dans un supermarché italien, servant du veau français

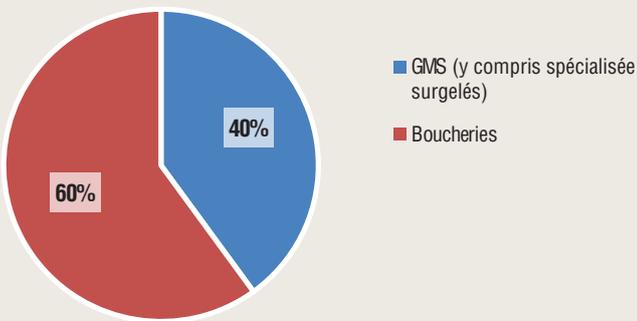
2 Le veau autant présent en GMS qu'en boucheries

FIG. 11 : DÉBOUCHÉS DES VEAUX SOUS LA MÈRE LABELS EN 2022 EN FRANCE (2 600 TÈC)



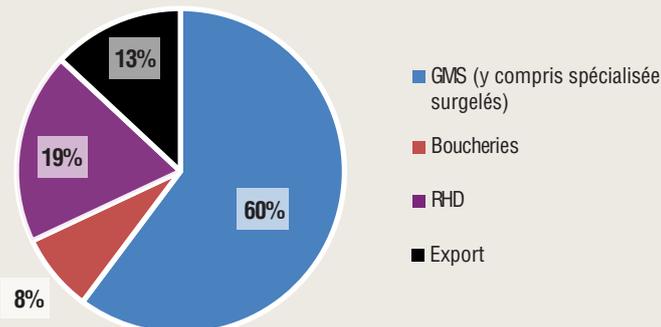
Source : GEB-Idele d'après Limousin Promotion, Fil Rouge et estimations

FIG. 12 : DÉBOUCHÉS DU VEAU BRE TANIN EN 2022 EN FRANCE (600 TÈC)



Source : GEB-Idele d'après Agro qualité

FIG. 13 : DÉBOUCHÉS DU VEAU AVEYRON ET DU SÉGALA EN 2022 EN FRANCE (3 600 TÈC)



Source : GEB-Idele d'après IRVA et estimations

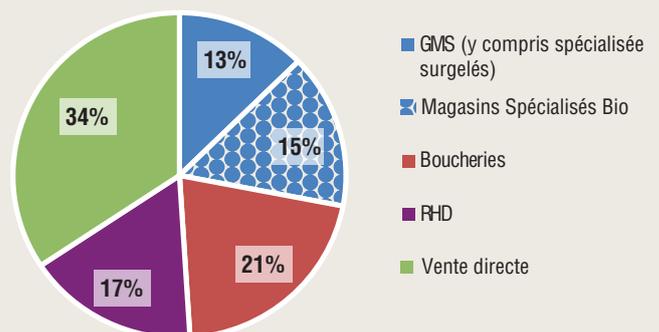
Une commercialisation saisonnée des morceaux

Le veau se consomme davantage en automne-hiver, lorsque les températures sont plus fraîches, car il est fréquemment associé à des plats mijotés, au temps de cuisson plus long. **Les différents morceaux de la carcasse sont aussi plus ou moins consommés selon les saisons.** En automne-hiver, les morceaux les plus demandés par la GMS sont le sauté (ou morceaux à blanquette), le rôti, la côte de veau et l'escalope, la paupiette. **Ces deux derniers et la blanquette, morceaux les plus populaires, sont souvent mis en avant lors de promotions hivernales.** En été, les morceaux prisés sont le carré de côtes, la poitrine (travers ou tendrons) et les saucisses (notamment en boucherie) pour les grillades et barbecues. Les ventes sont alors plus difficiles pour le jarret, la cuisse, le collier et l'épaule, qui passent habituellement en sauté. Ces morceaux peuvent être transformés en rôtis, en piécé ou sauté, **surgelés notamment pour la restauration**, qui sera livrée en hiver, selon les contrats passés. **Ces contrats avec la restauration sont un des moyens qu'ont les abattoirs pour maintenir l'équilibre carcasse tout au long de l'année.**

Des débouchés contrastés pour les veaux Labels et bios

4% de la viande de veau est commercialisée sous Label (6 800 tÈC). Les circuits de distribution des **Veaux Sous La Mère (VSLM) Labels** et du **Bretanin** sont proches : 55 à 60% en boucherie artisanale, et 40% en grande distribution (voir fig. 11 et 12). Ils représentent respectivement 2 600 tÈC et 600 tÈC commercialisés. Les circuits de distribution du **Veau d'Aveyron et du Ségala (VAS, 3 600 tÈC)** sont **plus diversifiés** : 60% en grande distribution pour le Veau d'Aveyron (y compris en enseigne de surgelés), 8% en boucherie, 19% en RHD et 13% à l'export (voir fig.13). **Les veaux Bios** représentent 2% de la commercialisation, soit 2 600 tÈC. **La répartition entre circuits est encore plus équilibrée** : 28% en GMS, 21% en boucherie, 17% en RHD (haché notamment) et une part importante en vente directe (34%) (voir fig.14).

FIG. 14 : DÉBOUCHÉS DU VEAU BIO EN 2022 EN FRANCE (2 600 TÈC)



Source : GEB-Idele d'après Commission Bio Interbev



● CHIFFRES CLÉS

Au total en 2022,
199000 téc
de viande de veau ont été
consommées en France

41%
des volumes de veau produits
en France sont commercialisés
en grande distribution

66%
de la viande de veau importée
se retrouve en restauration
collective ou commerciale

4%
de la viande de veau
est commercialisée
en Label rouge et/ou IGP,
soit 6 800 téc

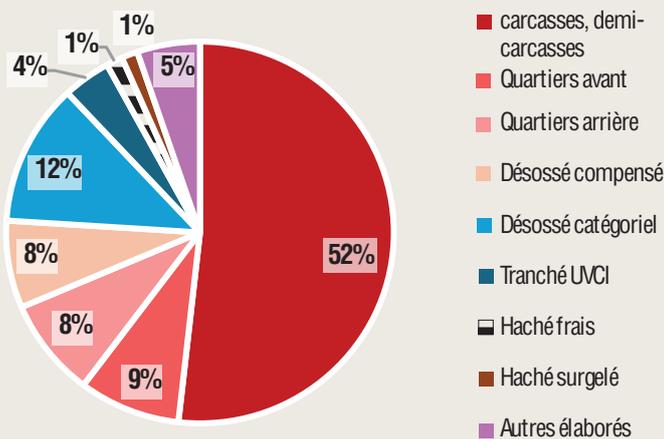
3

LES CIRCUITS DU VEAU, DES ABATTEURS AUX DISTRIBUTEURS

La viande de veau est encore commercialisée de façon traditionnelle par les abatteurs, sous forme de viande avec os (carcasses, quartiers). Les abatteurs privés ou prestataires de service commercialisent environ 35% du veau chez des grossistes, qui se chargent de redistribuer la viande aux bouchers en premier lieu, mais aussi à des GMS, aux transformateurs et à la RHD. Les grossistes sont le maillon intermédiaire nécessaire pour distribuer cette viande à une multitude de détaillants.



FIG. 15 : FORMES DE VENTE DU VEAU PAR LES ABATTEURS EN FRANCE, SORTIE ABATTOIR EN 2022



Source : GEB-Idele d'après enquêtes et estimations

Les abatteurs commercialisent 69% de la viande de veau avec os

Le veau est encore souvent commercialisé de façon traditionnelle, en **carcasses et demi-carcasses (52% des cas**, voir fig.15) pour les GMS dotées d'ateliers de découpe et pour la boucherie artisanale.

Les quartiers avant et arrière, non découpés, représentent également 17% des ventes, principalement aux bouchers, livrés directement ou via les grossistes. **Le désossé compensé** représente 8% des volumes vendus par les abatteurs à des GMS et à certains transformateurs.

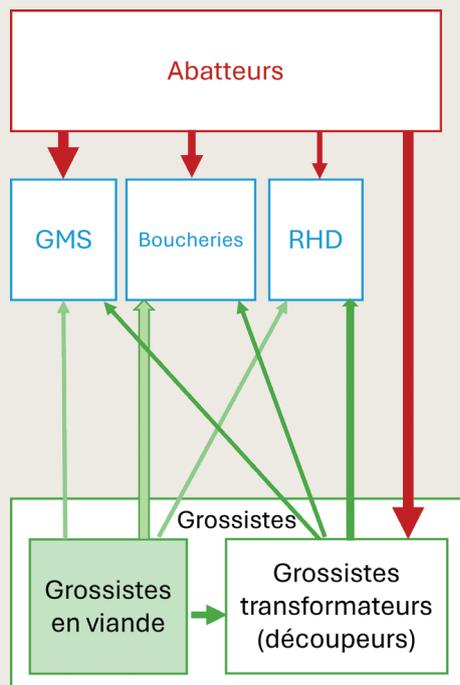
Le désossé catégoriel (12% des ventes) passe souvent par les grossistes, qui servent des boucheries artisanales écoulant de plus petits volumes et des transformateurs. Sinon, ce désossé est vendu à la restauration collective ou aux grossistes spécialisés en restauration (Passion Froid, Transgourmet, etc.).

Les ventes de produits conditionnés industriellement en atelier de découpe (**UVCI¹**) **progressent dans certaines enseignes de la grande distribution**. En effet celles-ci peinent à trouver de la main d'œuvre qualifiée pour approvisionner leur rayon libre-service ou ont fermé leur rayon traditionnel à certains horaires ou totalement, ou n'ont pas d'atelier de découpe (supermarchés de centre-ville). Les produits sous vide limitent par ailleurs le taux de perte, grâce à une DLC plus longue. Les UVCI sont aussi achetées par des plateformes de vente en ligne alimentaires et par la RHD (hôpitaux, EHPAD, collectivités) pour allonger la durée de vie des produits. Cependant, seuls 4% de la viande quittent les abattoirs sous cette forme.

Le haché frais de veau est peu commercialisé par les abatteurs (1% des ventes) qui vendent aussi un peu de **haché surgelé** (1%) et « **d'autres élaborés** » (5% : paupiettes, boulettes...) réfrigérés pour la GMS et souvent surgelés pour la restauration.

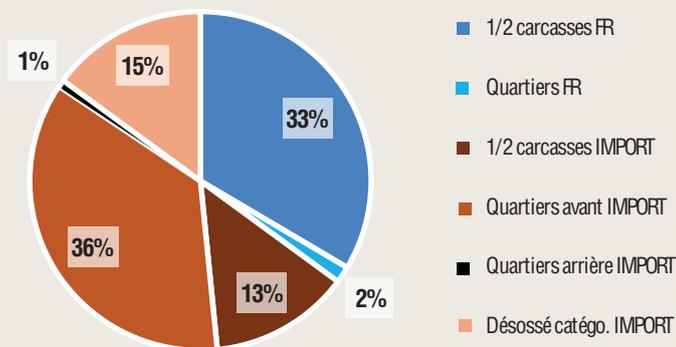
¹ UVCI : lexique page 20

FIG. 16 : CIRCUITS DE DISTRIBUTION DE LA VIANDE DE VEAU FRANÇAISE



Source : GEB-Idele

FIG. 17 : APPROVISIONNEMENT EN VIANDE DE VEAU FRANÇAISE ET IMPORTÉE, DES GROSSISTES EN VIANDE ENQUÊTÉS, TOUTES RÉGIONS



Source : GEB-Idele d'après enquêtes auprès d'un échantillon de 7 grossistes



Carcasses de veau d'import de conformation U dans un marché de gros



Viande de veau allemande en désossé catégoriel sous vide

Les grossistes, distributeurs de proximité de la boucherie

Les grossistes jouent un rôle important dans la commercialisation du veau français, puisque les abattoirs privés vendent 28% de leur veau aux grossistes non spécialisés RHD, sous forme de demi-carcasses (43% des volumes) de quartiers avant (18%) et arrière (11%). Le désossé catégoriel représente 24% des volumes envoyé par les abatteurs chez les grossistes. 3% d'UVCI, de haché frais, surgelé et autres élaborés complètent les achats des grossistes auprès des abatteurs.

Parmi les volumes expédiés des abattoirs vers les grossistes, 77% vont dans la boucherie, 14% vers des petites GMS, 8% en RHD. Les grossistes sont les distributeurs de proximité, réactifs et prêts à servir de plus petits volumes. Les bouchers commandent souvent une demi-carcasse de veau, soit environ 80 kg en veau allaitant (75 kg en croisé lait-viande). Dans de nombreux cas, l'abattoir préfère déléguer la distribution à des grossistes, pour approvisionner cette multitude de bouchers. Les grossistes complètent les commandes avec de la viande bovine et ovine. Quand la demande en veau du boucher est encore plus modeste, il se fournit en désossé catégoriel, voire en UVCI.

La RHD servie par les grossistes et des abatteurs en direct

Les plus grands abatteurs de veau en France approvisionnent tous la RHD, soit en direct ou via les grossistes et transformateurs.

En restauration collective, certains abatteurs travaillent en direct avec les sociétés de restauration concédées (SRC) : Sodexo, Elior, Compass, API, Newrest, etc. Des abatteurs de toute taille fournissent également en direct la restauration non concédée, réalisée par les collectivités scolaires, sociales, hospitalières, militaires ou les administrations et peuvent passer par des intermédiaires. Pour la restauration non concédée réalisée par les abatteurs passent par les grossistes, capables de fournir de petits volumes aux restaurants, dont des grossistes RHD : Passion Froid, Transgourmet, Metro, Promocash (cash & carry pour ces deux derniers), etc.

Comment se fait l'approvisionnement à l'import ?

L'import de veau en France se fait principalement par les grossistes. Pour la RHD, des grossistes et transformateurs (spécialisés RHD ou non) et une partie des abatteurs (de petits volumes pour ces derniers, 9 000 téc pour des produits élaborés) achètent du veau néerlandais Holstein, parfois italien (en été, au moment de la baisse des cours).

Les grossistes-transformateurs et les abatteurs servant la RHD peuvent découper les viandes (tranches, sautés, émincés, haché surgelé) ou préparer des élaborés réfrigérés ou congelés (boulettes, rôtis de veau farcis, cuits) pour la RHD et la GMS. Une part des achats estivaux de veau importé est préparée et congelée pour l'hiver, lorsque la demande est plus soutenue.

Les boucheries achètent des carcasses ou quartiers de veau importés, via les grossistes français ou étrangers, ces derniers en zone frontalière. Les bouchers achètent le plus souvent des carcasses étrangères très bien conformées (U) depuis les Pays-Bas (type Holstein-Blanc Bleu Belge). L'import néerlandais est complété par du veau belge, une provenance très accessible pour la moitié nord de la France, et parfois un peu de veau italien. Les boucheries rituelles (halal, casher) achètent ces carcasses importées bien conformées ou des crops (cf. lexique p.20).

Les achats des 7 grossistes de notre enquête, se font en carcasses (46 % dont 70% françaises) en quartiers (39% dont 90% importé) ou en désossé (15%) (voir fig.17).

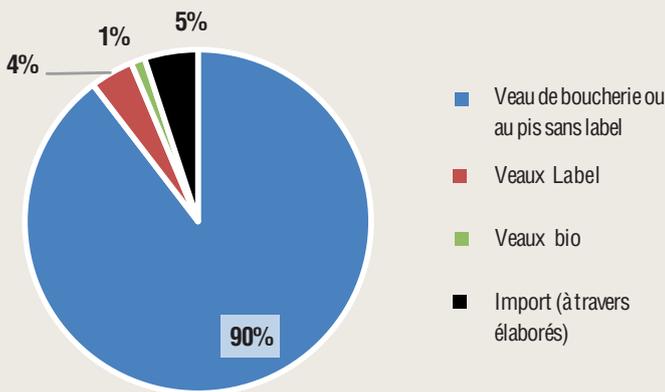
4

LA GMS, 1^{ER} DÉBOUCHÉ EX AEQUO DE LA VIANDE DE VEAU

La GMS est le premier circuit de commercialisation de viande de veau en France, à égalité avec la boucherie traditionnelle. C'est aussi le premier lieu de vente du veau français, du fait d'un recours très faible à l'import. Le secteur s'approvisionne principalement en carcasses et quartiers avec os ou en compensé et assure la découpe et la mise en barquette en magasin. Les UVCI et les élaborés préparés par les abatteurs et transformateurs sont moins achetés par les GMS. D'après les opérateurs enquêtés, le veau est une viande qui demande à être mise en avant et dont la vente doit être animée.



FIG. 18 : TYPES DE VEAUX COMMERCIALISÉS EN GMS, SOIT 70 000 TÉC EN FRANCE EN 2022



Source : GEB-Idele d'après Normabev, Douanes, Kantar /FranceAgriMer, enquêtes

Le veau français, ultra-majoritaire en GMS

Premier lieu de commercialisation de la viande de veau, les GMS se caractérisent par leur fort engagement envers l'origine française.

Ainsi, 95% des 70 000 téc de veau commercialisées en GMS sont issus d'animaux abattus en France (voir fig.18). En conséquence, les GMS sont les premiers vendeurs de veau français, avec 66 500 téc, soit 41% de la production française en 2022. La viande importée est présente principalement dans les produits élaborés (paupiettes, boulettes, saucisses, etc.) via les approvisionnements néerlandais des industriels.

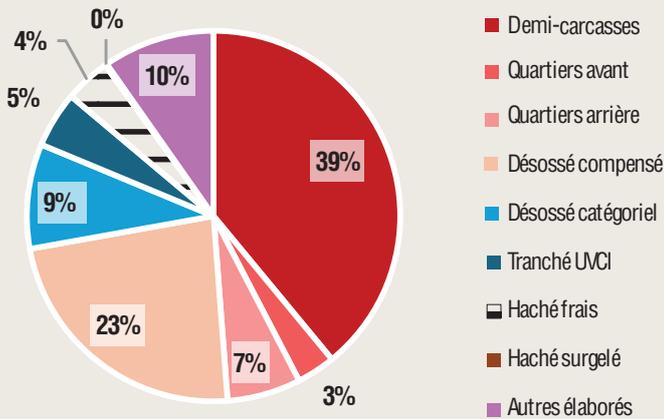
Les veaux labels et bio représentent 5% du veau commercialisé en GMS, un ratio similaire à celui dans la production française.

Bien que le rayon libre-service des GMS soit le plus souvent approvisionné en veau Holstein, produit standard correspondant, en caractéristiques et en prix, aux attentes des clients, les GMS peuvent aussi commercialiser des veaux croisés lait-viande ou mixtes, alimentés avec plus de poudre de lait écrémé et de meilleure conformation (R) en UVCM ou UVCI². Des certifications sont demandées par certaines enseignes, avec des cahiers des charges un peu plus exigeants que la réglementation, le plus souvent en veau laitier pur. Le veau bio est souvent proposé en UVCI, les volumes écoulés n'étant pas suffisants pour un approvisionnement en quartiers. En général, on ne trouve qu'un seul type de veau en rayon libre-service (pas de profondeur de gamme) même s'il existe des exceptions, notamment dans des supermarchés avec une rotation rapide des références et/ou un pouvoir d'achat plus important des clients.

Le rayon traditionnel recherche des carcasses de meilleure qualité, le plus souvent du veau croisé lait-viande, allaitant sans label ou Label Rouge. Un seul type de veau est proposé à la coupe afin de bien gérer la carcasse. Des magasins, surtout indépendants, achètent aussi en direct aux éleveurs, pour être approvisionnés en veaux locaux ou produits selon des modalités différentes.

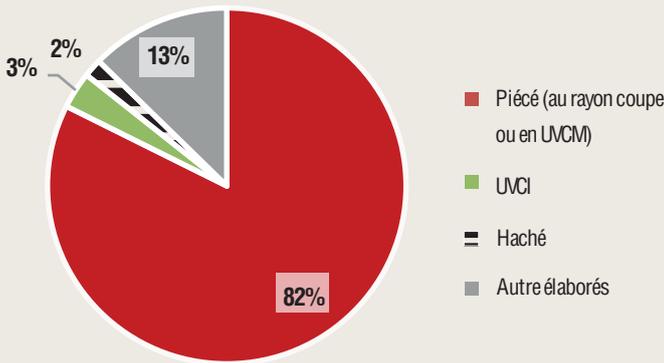
²UVCM et UVCI : cf lexique en page 20

FIG. 19 : FORMES D'ACHAT DU VEAU PAR LES GMS AUPRÈS DES ABATTEURS EN 2022 EN FRANCE



Source : GEB-Idele d'après enquêtes et estimations

FIG. 20 : FORMES DE VENTE DU VEAU EN GMS EN 2022 EN FRANCE



Source : GEB-Idele selon Normabev, Douanes, enquêtes



Un supermarché ayant plusieurs gammes de veau : entrée de gamme (« petit prix »), marque distributeur (MDD) et marques privées mettant en avant ses éleveurs.

Une viande majoritairement découpée en magasin

Le veau est une viande qui arrive en GMS majoritairement avec os, en demi-carcasses (39%) ou quartiers (10%) (voir fig.19). Les carcasses sont découpées et réparties entre les UVCM et le rayon traditionnel. Les GMS gèrent donc elles-mêmes l'équilibre carcasse.

Face à la pénurie de bouchers, de plus en plus de GMS, notamment les intégrées³, s'approvisionnent en désossé compensé : carcasse entière ou quartier désossé (23% des approvisionnements totaux des GMS).

Les achats en **catégoriel** (muscle seul) existent en GMS pour compléter les gammes constituées de quartiers. Les **UVCI** sont également utilisés pour constituer un fond de rayon lorsque les volumes vendus sont peu importants ou pour approvisionner de petits magasins sans ateliers de découpe, principalement sous marque de l'abatteur. Les **élaborés** comptent pour 15% des approvisionnements des GMS, dont 2% de viande hachée et 13% d'autres élaborés (saucisses, paupiettes) commercialisés en libre-service ou au rayon traditionnel.

Une offre diverse selon les enseignes mais peu profonde

La gamme de veau en GMS est peu profonde. Le fond de rayon est majoritairement constitué d'UVCM, avec des pièces de base recherchées par les consommateurs (côtes de veaux, blanquette, escalope) ou des élaborés (saucisses, paupiettes). Le conditionnement en magasin permet d'éviter les ruptures, en réapprovisionnant au fur et à mesure des besoins. Les UVCI se trouvent aussi dans le fond de rayon, pour les magasins avec une offre plus large ou au contraire vendant très peu de volumes, ou pour ceux ne disposant pas d'atelier de découpe.

Le **rayon traditionnel** présente lui aussi une seule gamme de veau, qui peut différer de celle du libre service.

Enfin, les promotions sont proposées essentiellement sur des produits de saison, avec un approvisionnement en UVCI ou en catégoriel pour mise en barquette. Les types de veau concernés peuvent, dans ce cas, être différents, avec une recherche de prix plus bas et de volume.

Le veau, une viande qui demande à être mise en avant

En plus de connaître une consommation saisonnée, le veau est une viande dont la vente demande à être animée. Elle figure en effet rarement dans la liste de courses et s'achète plutôt par opportunité, en particulier lors des promotions. À cet égard, la fin des prospectus représente un défi pour le dynamisme de sa commercialisation en GMS. Cette nécessité d'animer le rayon est d'autant plus essentielle que le veau semble souffrir d'une image-prix défavorable, malgré une réalité plus nuancée.

Le veau est une viande souvent découpée en magasin. Elle pâtit donc plus que d'autres de la pénurie de personnel qualifié et de la fermeture partielle ou totale de rayons traditionnels. Pour y faire face, les enseignes intégrées, plus touchées par la pénurie de bouchers que les indépendants, se tournent de plus en plus vers le désossé catégoriel et les UVCI. Par ailleurs, avec le retour de l'inflation en 2022-2023, les GMS ont eu tendance à descendre en gamme dans le type de veau proposé, pour maintenir des prix de vente aux consommateurs les plus stables possibles.

³GMS intégrées : cf lexique page 20

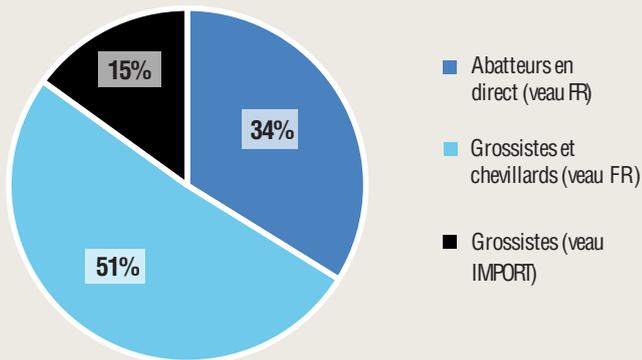
5

LA BOUCHERIE, UN DÉBOUCHÉ INCONTOURNABLE

Les boucheries traditionnelles sont le premier lieu de commercialisation de la viande de veau en France, à égalité avec les GMS, mais seulement le second pour le veau français du fait d'un recours un peu plus important à l'import. Du fait de sa forte décentralisation, les circuits d'approvisionnement et les caractéristiques de la viande commercialisée sont divers; les achats se font majoritairement en viande avec os. Le savoir-faire des artisans bouchers est, d'après nos enquêtes, essentiel à la commercialisation du veau et à la gestion du déséquilibre carcasse du fait d'une consommation différente des pièces de veau selon les saisons.



FIG. 21 : CIRCUITS D'APPROVISIONNEMENT EN VEAU DES BOUCHERS EN FRANCE EN 2022 (HORS ACHATS DIRECTS AUPRÈS DES ÉLEVEURS)



Source : GEB-Idelle d'après Normabev, Douanes, Kantar /FranceAgriMer, enquêtes

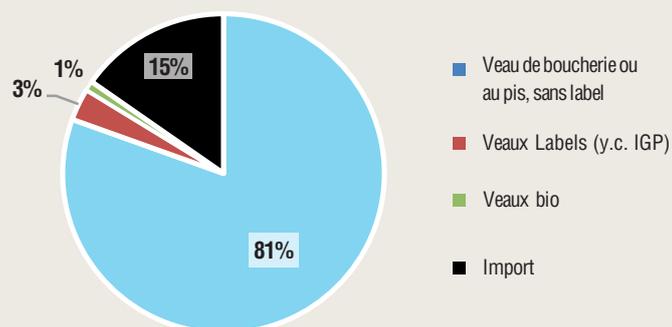
La boucherie traditionnelle, incontournable pour le veau

La boucherie traditionnelle est un maillon essentiel pour la commercialisation du veau. Elle écoule 35% du veau vendu en France (68 000 téc), toutes origines confondues, à égalité avec les GMS. Le rôle de la boucherie dans la commercialisation du veau est nettement plus important que pour les autres espèces, avec une part écoulée dans ce circuit supérieure au bœuf et à l'agneau (commercialisés respectivement à 12% et 25% en boucherie traditionnelle). Le veau ayant besoin d'être mis en avant, il est bien présent dans les supports de communication de la boucherie (présentoirs, banderoles, etc.).

Plusieurs raisons pourraient expliquer les volumes importants vendus en boucherie. Le veau est une viande peu transformée en abattoir (peu d'UVCI) et qui arrive donc principalement sous forme de quartiers ou de carcasses chez les détaillants. Cette viande est donc adaptée à la commercialisation en boucherie traditionnelle où le boucher utilisera son savoir-faire pour découper lui-même la carcasse. Le veau étant une viande qui demande à être promue pour se vendre, les conseils du boucher facilitent son achat. Enfin, d'après nos enquêtes, un effet générationnel serait également à l'œuvre : la consommation de viande de veau est plus élevée pour les populations plus âgées, celles-là mêmes qui ont tendance à fréquenter davantage les boucheries.

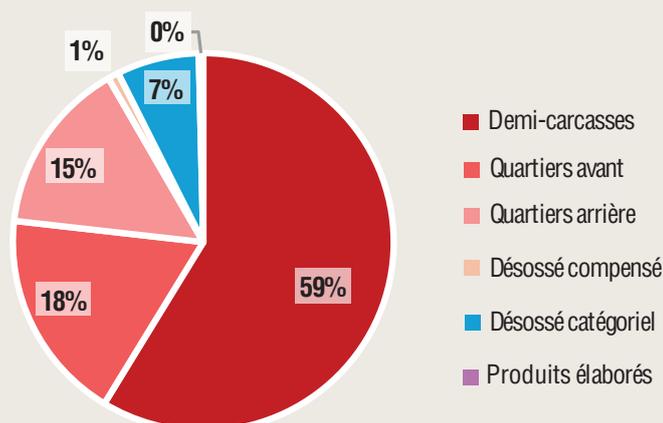
En-dehors des établissements se fournissant directement auprès des éleveurs, les boucheries traditionnelles achètent principalement leurs veaux à des grossistes ou à des chevillards (voir fig.21), bien qu'une part non négligeable (un tiers) de leurs approvisionnements provienne directement des abattoirs.

FIG. 22 : TYPES DE VEAUX COMMERCIALISÉS EN BOUCHERIE (68 000 TÉC) EN 2022 EN FRANCE



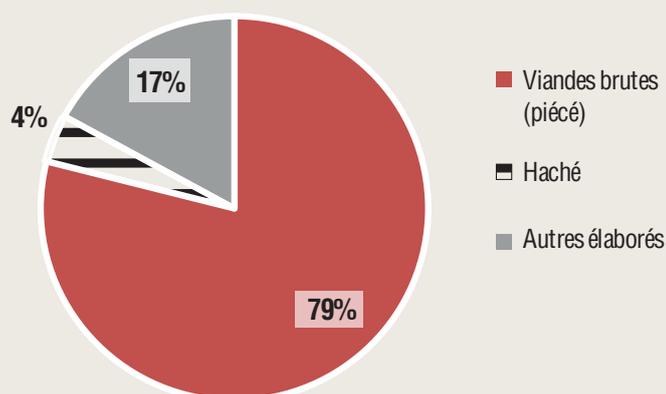
Source : GEB-Idele d'après Normabeve, Douanes, Kantar/FranceAgriMer, enquêtes

FIG. 23 : FORMES D'ACHAT DU VEAU PAR LES BOUCHERIES AUPRÈS DES ABATTEURS EN 2022 EN FRANCE



Source : GEB-Idele d'après enquêtes et estimations

FIG. 24: FORMES DE VENTE DU VEAU EN BOUCHERIE EN 2022 EN FRANCE



Source : GEB-Idele d'après enquêtes et estimations

En boucherie traditionnelle, du veau souvent non labellisé, mais de qualité

Le veau commercialisé en boucherie traditionnelle est très majoritairement du **veau non labellisé** (voir fig.22). Ainsi, les veaux Labels (y compris IGP) et bios ne représentent que respectivement 3% et 1% du veau vendu en boucherie, pas plus qu'en GMS.

Cependant, d'après nos enquêtes, les boucheries traditionnelles privilégient un approvisionnement en **veau de qualité supérieure** même s'il est non labellisé. Celui-ci peut se démarquer par un ou plusieurs aspects : la race (animaux allaitants, de race mixte ou croisés lait-viande), le mode de logement (veaux sur paille) et/ou le type d'élevage (veau élevé sous la mère, même s'il est dans certains cas non labellisé, veaux croisés élevés au lait de la ferme dans des exploitations laitières). Il en résulte une forte diversité, chaque boucherie pouvant se démarquer par un produit différent. Certains bouchers indiquent également que le **veau rosé** est bien accepté par leur clientèle, du fait de son caractère local ou de son mode d'élevage particulier, des explications que le boucher peut donner directement en magasin.

L'**import** est également présent en boucherie traditionnelle et représente 15% de la viande de veau commercialisée dans ce circuit. D'après nos enquêtes, il s'agit principalement de carcasses conformées U importées des Pays-Bas et de Belgique, en particulier des animaux croisés Holstein – Blanc bleu belge. Les boucheries rituelles (halal et casher) achètent aussi de la viande importée.

Les approvisionnements de la boucherie se font essentiellement avec os, soit par **demi-carcasses** (59%), soit par **quartiers** (33%) (voir fig.23). Du réassort en **catégoriel** (8%) permet de compléter les gammes.

Les élaborés se font une place grâce à la saucisserie

Le veau est très majoritairement (79%) vendu sous forme piécée en boucherie (voir fig.24). Les élaborés sont cependant plus présents qu'en supermarché. Le haché représente ainsi 4% du veau vendu en boucherie (2% en GMS) et est écoulé notamment sous forme de farce. Les autres élaborés comptent pour 17% du veau vendu en boucherie (contre 13% en GMS), et concernent en particulier la saucisserie, prisée l'été, les paupiettes et les plats préparés. Ces derniers permettent, lorsqu'ils sont cuisinés sous forme de bocaux appertisés ou de conserves, de conserver les pièces moins appréciées l'été, telles que la blanquette, pour une consommation hivernale.

Le défi du renouvellement des générations et de l'inflation

Du fait de sa forte présence en boucherie, le veau est particulièrement sensible au défi du renouvellement générationnel des artisans bouchers et de leur clientèle. La bonne dynamique de la viande de veau en boucherie rituelle, constatée par certains des opérateurs enquêtés, pourrait être une réponse à ce double défi démographique.

Avec l'arrivée de l'inflation en 2022 et 2023, certains bouchers sont descendus en gamme dans leurs achats de veaux, afin de maintenir un prix d'achat consommateur quasi inchangé (par exemple, passage d'un veau allaitant à un veau croisé lait-viande).

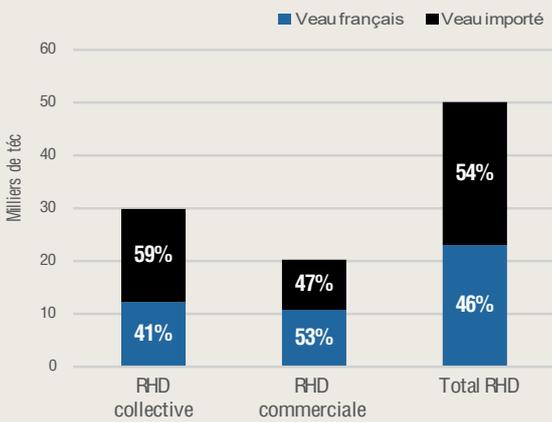
6

LA RHD, UN DÉBOUCHÉ À POTENTIEL



La restauration hors domicile (RHD) est un débouché conséquent, avec un quart des volumes de veau consommés en France écoulés dans les restaurants et cantines. Au global, la viande importée est plus présente que la viande hexagonale dans ce circuit, du fait de contraintes de prix parfois importantes pour le budget ingrédients. Mais certains acheteurs de la RHD collective souhaitent augmenter la part de viande française, y compris en veau, en rédigeant des cahiers des charges qui les favorisent ou en achetant du veau par des filières locales et/ou sous Label ou bio. La restauration est un débouché qui mérite l'attention, intéressé par de nouveaux morceaux et capable de valoriser des pièces à contre-saison.

FIG. 25 : VOLUMES DE VEAU FRANÇAIS ET IMPORTÉ ÉCOULÉS EN RHD (50 000 TÉC) EN 2022 EN FRANCE



Source : GEB-Idеле selon Normabev, Douanes, GIRA et enquêtes

La RHD achète 23 000 téc de veau français et 27 000 téc d'import

Les volumes valorisés en restauration hors domicile (RHD) sont conséquents : 50 000 téc (voir fig.25), soit 25% des volumes de veau consommés. On les trouve à 60% en RHD collective (30 000 téc) et à 40% en commerciale (20 000 téc) le boom du burger ne concernant pas le veau actuellement. Comme en bœuf, la part de veau importé est majoritaire dans les approvisionnements de la RHD (54% soit 27 000 téc).

La restauration collective s'est orientée vers un approvisionnement plutôt à l'import, à 59% (18 000 téc d'import) plus économique. D'après les abatteurs français, le recours au veau néerlandais s'est accentué avec la relance de la restauration post-covid en 2021 puis l'arrivée de l'inflation mi-2022. Cependant des acheteurs publics des hôpitaux, d'établissements scolaires et de maisons de retraites émettent le souhait d'accroître leur approvisionnement en veau français et cherchent à le favoriser dans la rédaction des appels d'offre.

En RHD commerciale, le veau français représente 53% des achats (10 500 téc). Les propriétaires de restaurants représentent une multitude d'indépendants à convaincre ou à fidéliser. En veau, la décision de mettre cette viande à la carte dépend du restaurateur et de ce que son grossiste-transformateur met en avant ou non.

La RHD est intéressée par de nouvelles découpes, un atout pour le veau qui peut se démarquer avec des morceaux inhabituels, tels l'araignée de veau, le paleron, tandis que la GMS est plus conservatrice dans le choix des pièces achetées. Le veau reste un produit noble et apprécié des restaurateurs. La RHD est donc vue comme un levier de croissance, ou au moins de maintien des volumes pour les abatteurs, face à l'effritement des ventes en hyper et supermarchés.

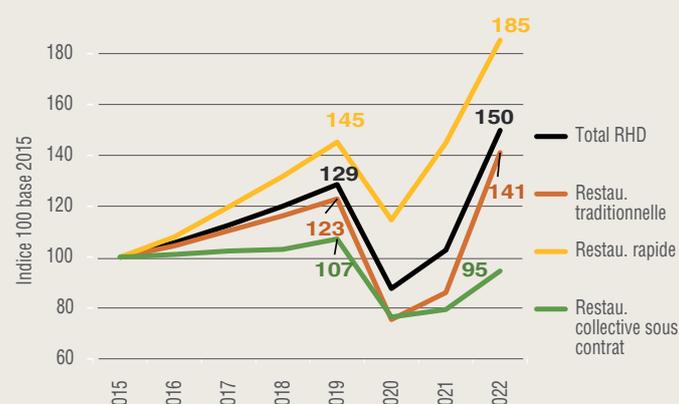
TAB. 1 : FRÉQUENCE DE CITATION DE DIFFÉRENTES PIÈCES DE VEAU PAR LES 12 ENTREPRISES DE LA RHD ENQUÊTÉES

sauté de veau	cité 6 fois
rôti de veau	cité 6 fois
noix / escalope	cité 5 fois
côte de veau	cité 3 fois
émincé de veau	cité 3 fois
épaule de veau	cité 2 fois
grenadin	cité 2 fois
foie de veau (abats)	cité 2 fois
osso bucco	cité 2 fois
tendron, filet, cuisseau	cité 1 fois
tête de veau, pied (abats)	cité 1 fois

TAB. 2 : FRÉQUENCE DE CITATION DE PRODUITS ÉLABORÉS À BASE DE VEAU PAR LES 12 ENTREPRISES DE LA RHD ENQUÊTÉES

haché de veau	cité 3 fois
paupiette de veau	cité 3 fois
boulette de veau	cité 1 fois
égrené de veau	cité 1 fois
rôti de veau farci	cité 1 fois
poitrine de veau farcie	cité 1 fois
Axoa (conserves mijotée)	cité 1 fois

FIG. 26 : ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA RESTAURATION EN FRANCE



Source : GEB-Idele, d'après INSEE

En RHD, du veau conventionnel catégoriel ou en élaboré

La RHD achète quasi exclusivement du veau conventionnel, à l'exception d'environ **500 téc de veau de l'Aveyron et du Ségala, 500 téc de viande de veau bio haché** ainsi qu'une centaine de téc de viande de Veau sous la Mère. En RHD, c'est la restauration collective qui achète très principalement ces volumes modestes de veau labellisé, dans le cadre des objectifs EGalim, notamment en haché. S'y ajoutent quelques restaurateurs qui valorisent des viandes locales piécées sous Label, en Limousin et en Aveyron par exemple.

L'approvisionnement de la RHD commerciale et collective en viande de veau se fait presque exclusivement en catégoriel et élaborés/haché : respectivement à 100% pour la RHD commerciale d'après nos enquêtes (c'est à dire du piécé prêt à cuire) et à plus 95% pour la RHD collective (boulettes, hachés surgelés d'import et sautés), d'après les grossistes interrogés. Quelques rares collectivités en auto-gestion achètent des avants ou une partie d'avant, pour désossage et découpe en cuisine.

Sauté, escalope, rôti, haché et paupiette sont les plus demandés

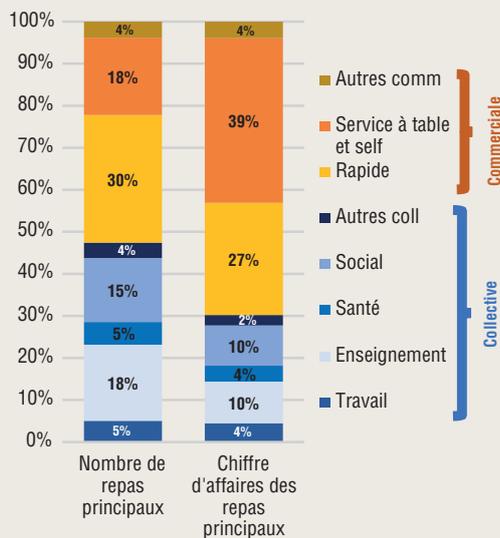
Quels sont les morceaux piécés que les acheteurs de la RHD collective et commerciale commandent le plus souvent ? Le sauté de veau, pour sautés et blanquettes, et le rôti de veau ont été les plus cités ainsi que la **noix et l'escalope** (i.e. pour les restaurants italiens) et la **côte de veau** (à la normande, etc.) (voir tab.1).

Pour les produits élaborés et les hachés, le haché de veau et la paupiette de veau (en perte de vitesse d'après les fournisseurs de la RHD enquêtés) sont les plus cités, suivis d'une grande diversité de produits : boulettes, égrené cru ou cuit, poitrine de veau farcie, etc (voir tab.2).

Le chiffre d'affaires de la RHD boosté en 2022

Le chiffre d'affaires de la RHD a chuté de 32% en moyenne en 2020 selon l'INSEE (voir fig.27), du fait des confinements successifs liés au covid-19. En 2021, le secteur a été encore affecté par des restrictions jusqu'en mai, puis a pu se rétablir partiellement : son chiffre d'affaires a re-gagné 17% entre 2020 et 2021, mais restait loin de son niveau de 2019. En 2022, la RHD a retrouvé son dynamisme et son indice de chiffre d'affaires a atteint 150 points (+46% en un an, dépassant le niveau de 2019). Ce bond est lié à la fin des restrictions en RHD, qui a boosté la fréquentation, y compris des touristes étrangers en 2022, mais aussi à l'inflation alimentaire en France. Cette inflation s'est répercutée rapidement dans la restauration rapide en 2022 et 2023 (indice annuel d'évolution des prix à +7% puis +9%) et plus doucement dans la restauration traditionnelle (+4% en 2022 et +6% en 2023) et les cantines (+5% en 2022 puis +3% en 2023).

FIG. 27 : IMPORTANCE DES DIFFÉRENTS TYPES DE RHD EN 2022



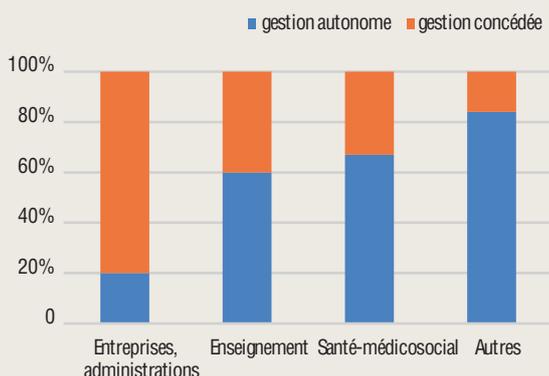
Source : GEB-Idele d'après GIRA Foodservice

TAB. 3 : BASSIN DE CONSOMMATEURS DE LA RHD COLLECTIVE EN 2022 EN FRANCE

Profil de population en France	Nombre de convives potentiels
Personnes en emploi (potentiel de clientèle des restaurants d'entreprises)	30 millions
Population dans l'enseignement scolaire et supérieur	15,8 millions
Population de séniors en établissements	625 000
Places en crèche	130 000
Ministère des Armées	265 000
Personnes en détention	75 000

Source : GEB-Idele selon INSEE et Ministères

FIG. 29 : MODE DE GESTION SELON LE TYPE DE RESTAURATION COLLECTIVE EN 2022 EN FRANCE



Source : GEB-Idele d'après sources diverses

La RHD adapte son offre à l'inflation en 2022 et 2023

Suite à la hausse des tarifs de l'alimentaire, les restaurateurs en collectif et en commercial ont essayé de limiter la hausse des prix sur leurs cartes. Ils ont demandé à leurs fournisseurs (abattoirs, grossistes, *cash & carry*) de baisser le grammage de la portion de viande ou le grammage des cubes de sauté. En restauration collective, ils ont souvent incorporé plus de menus végétariens ou vegans, baissant mécaniquement la part de la viande dans les achats et le budget consacré aux ingrédients, à condition d'éviter les substituts de viande très transformés et onéreux.

Des profils de restauration collective contrastés

Sous le terme de restauration collective se cache une multitude de profils de convives. On distingue trois segments principaux en RHD collective : **la restauration d'entreprise** (de l'entrée de gamme au haut de gamme), **le scolaire** (avec des besoins différents de la maternelle à l'université) et **la restauration sociale et de santé** (hôpitaux (voir fig.29), maisons de retraites publiques et privées, crèches, pénitentiaires). Cette restauration collective est soit autogérée (gérée en propre par la collectivité) ou déléguée à une société de restauration concédée (SRC). La restauration collective autogérée couvre 60% des repas servis en collectivité (collèges, lycées, Crous, l'armée, les prisons...). Les SRC (Sodexo, Compass, Elior, API...) réalisent 40% des repas de collectivité. Ils sont très présents dans le secteur travail et l'enseignement primaire (délégués par les communes). **Les achats de matières premières représentent 41% des charges en restauration collective (contre 30% en RHD commerciale)** : le budget est la plupart du temps très contraint, augmentant d'autant le poids de l'alimentaire.

118 000 établissements en restauration commerciale traditionnelle

La restauration commerciale traditionnelle regroupe les restaurants et les brasseries. **Elle est constituée à 63% d'indépendants, mais la part des indépendants est bien plus importante chez ceux servant du veau, car la restauration chaînée sert peu cette viande.** La RHD commerciale représentait un chiffre d'affaires de 39 milliards d'euros en 2022, soit 40% du CA total de la restauration hors foyer. 360 000 personnes y travaillent. L'inflation sur le ticket moyen a cependant été peu marquée en 2022, les restaurants écrasant leurs marges pour faire revenir la clientèle et réduisant les portions. Les dépenses en restauration traditionnelle se font ainsi : achats de matières premières 30%, autres achats et charges externes (dont énergie) 22%, personnel 40%. Bien que le pourcentage de dépenses consacré aux ingrédients soit inférieur à celui de la RHD collective (40% chez cette dernière), **le budget qui y est alloué en restauration commerciale est supérieur, car le ticket moyen l'est aussi.** La restauration commerciale rapide ne sert pas de veau, sauf une enseigne française, en burger. Il n'est pas non plus présent sur les pizzas, dans les sandwiches... On trouve enfin un peu de veau dans certains kebabs (poitrine souvent importée, mélangée à de la dinde).

CONCLUSION

Le veau, vendu en piécé, principalement en GMS et en boucherie

Le piécé domine : seulement 18% d'élaborés (3% de haché pur et 15% d'autres élaborés : paupiettes, saucisses, boulettes) dans les circuits de distribution de la grande distribution et de la boucherie.

La grande distribution est le premier débouché ex aequo de la viande de veau en France, avec en général une seule gamme en libre-service et un seul type de veau au rayon traditionnel, par enseigne ou par magasin. Les plus grandes GMS ont plusieurs gammes (petits prix, MDD, marque privée sous skin).

La boucherie artisanale est un secteur important, équivalent à la grande distribution pour le veau. Les boucheries rituelles (halal ou casher) l'apprécient aussi.

La RHD collective commercialise 60% du veau en restauration, et la RHD commerciale 40%. La RHD collective est bien structurée, mais utilise davantage d'import que la RHD commerciale, qui est éclatée et qu'aucune chaîne nationale ne mette en avant le veau. Ce secteur peut être ciblé pour développer les ventes : il permet de valoriser des produits hors saison (sautés) à travers du surgelé (report en hiver) et des élaborés. La RHD s'intéresse aussi à de nouveaux morceaux ou recettes. Elle est à la recherche d'innovation.

L'import de viande de veau a progressé face à l'érosion de la production française et à l'augmentation des repas pris hors domicile.



Pavé de veau au restaurant

Le veau, de nombreux atouts et des défis

• Une viande appréciée et pas si chère

Selon les industriels, le veau est apprécié pour son goût. Les abatteurs font des efforts pour séduire la RHD à travers des produits **innovants**, y compris auprès de grands chefs, qui lui donnent une bonne **image**.

L'écart de prix entre le bœuf et le veau s'est resserré en 2023, car le bœuf a beaucoup augmenté sous l'effet du manque de disponibilités. Le veau s'est vendu en GMS et boucherie à 17,48 €/kg (Kantar /FranceAgriMer 2023) contre 16,26 € pour le bœuf, soit un écart de 1,22 € du kg consommateur.

• Une viande et une filière à promouvoir

Les produits élaborés à base de veau ont moins percé qu'en bœuf, en partie du fait de l'image-prix de cette viande, partiellement erronée. La saucisserie fonctionne plutôt bien en GMS et en boucherie. Il peut être difficile de lancer des produits et d'obtenir des budgets de communication, que ce soit chez l'industriel ou dans la distribution, car le veau représente des volumes et donc des budgets moins importants que le bœuf, le porc ou la volaille.

Les abatteurs s'inquiètent que les canaux **distribuant le veau pourraient « l'oublier »**, dans un contexte de baisse de la production et de hausse du prix de vente. **Le veau est un produit qui se vend s'il est mis en avant** : il est rarement sur la liste de courses hebdomadaire, contrairement au steak haché de bœuf. Les industriels sollicitent les enseignes pour que le veau ait sa place dans les promotions, malgré la fin des prospectus.

Les consommateurs doivent être guidés dans la cuisson du veau, pas trop longue, pour une dégustation réussie. Des morceaux plus épais facilitent une cuisson rosée et plus tendre.

Pour certaines entreprises du veau, l'avenir de la consommation passe par la sécurisation de la production française, en assurant le renouvellement des éleveurs de veau, alors que le coût de la construction (IPAMPA bâtiments) a augmenté de +26% entre 2019 et 2023, renchérissant d'autant les capitaux à mobiliser à l'installation.

Méthode employée

L'étude a été réalisée durant l'année 2023, à partir des données de production et de vente de viande de veau de l'année 2022.

Deux types de sources d'information ont été croisés.

Tout d'abord, les chiffres des bases de données disponibles ont été utilisés : SPIE-BDNI et Normabev (abattages par type de veau), SSP (bilans de production et de consommation), les Douanes françaises et néerlandaises (commerce extérieur), Kantar (achats des ménages, financement FranceAgriMer), étude GIRA 2017 sur la RHD et données Interbev.

Puis une cinquantaine d'entretiens ont été menés auprès des opérateurs commerciaux, pour recueillir deux types d'informations :

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

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

Des entreprises de l'abattage-découpe y compris prestataires, de la restauration hors domicile, de la distribution, de la boucherie, de la transformation et du négoce ont accepté de se prêter à l'exercice (voir remerciements ci-contre).

Ces opérateurs représentaient 82% des volumes abattus en France en 2022, 65% de la viande vendue en GMS, 43% des imports et 30% des volumes écoulés en RHD.

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

NB : tous les volumes sont exprimés en tonnes équivalent carcasse (téc) et ne tiennent pas compte des pertes le long de la fabrication du produit.

Lexique

Catégoriel : forme de vente en muscles indépendants.

Crops : épaule, collier et côtes découvertes (ou bas carré)

Désossé compensé : forme de vente des muscles d'une carcasse, demi-carcasse ou quartier, désossés et conditionnés individuellement, mais vendus groupés à un seul client (revient à vendre une carcasse ou partie de carcasse, additionnée d'une prestation de désossage).

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

GMS intégrées : magasins détenus par l'enseigne, où la direction du magasin est salariée de l'enseigne, par opposition aux **GMS indépendantes**, où les magasins appartiennent aux dirigeants du magasin.

kg éc : kilogramme équivalent carcasse = poids de la carcasse de l'animal avant désossage = poids du muscle désossé x 1,3 selon les normes UE.

PAD : muscle Prêt A Découper (généralement conditionné sous vide).

RHD : restauration hors domicile.

téc : tonne équivalent carcasse. Il s'agit d'un poids avant désossage (= poids du muscle désossé x 1,3).

Viandes élaborées ou viandes transformées : viandes qui ont subi au moins une étape de transformation après la découpe (hachage, éminçage, addition d'autres ingrédients tels que d'autres viandes ou graisses comme à travers la paupiette, cuisson, etc).

UVCI : Unité de Vente Consommateur Industriel = viande piécée et conditionnée directement par l'industriel (abatteur ou atelier de découpe) pour mise en rayon directe en GMS.

UVCM : Unité de Vente Consommateur Magasin = viande piécée et conditionnée dans le supermarché lui-même.

Veau : bovin abattu avant 8 mois.

S.R.C : Société de restauration concédée (société privée à qui une entreprise ou une collectivité confie le service de restauration de son site)



Veau premium français vendu sous vide à un marché de gros, pour la boucherie ou la RHD haut de gamme



Steack haché de veau français sous vide en supérette

Remerciements :

Cette étude a été réalisée grâce au financement et à l'appui d'Interbev Veaux.

Nous tenons à remercier sincèrement les entreprises et les personnes suivantes, qui ont accepté de nous accorder un entretien et de nous transmettre leurs données commerciales, qui ont été agglomérées dans cette synthèse nationale anonymisée. Nous remercions également la FNEAP, la FCD, la CFBCT et Restau'Co qui nous ont mis en contact avec certains de leurs adhérents et ont ainsi participé au bon déroulement de l'étude.

ABATTAGE-DÉCOUPE :

- Abattoir de Craon (A. Deshaies)
- Abattoir de Sarrebourg (J.-F. Hein)
- Groupe Altitude (Th. Brousse)
- Bigard Charal Socopa (Ph. Alazard)
- Elivia (Y. Denou, G. Chataigner)
- Puigrenier (H. Puigrenier)
- Pruvost-Leroy – Douaisienne d'abattage (Ph. Pruvost, M. Bognoux)
- SICABA (Th. Saint Saens)
- Sobeval (G. Gauthier, M. Rosin)
- SVA Jean Rozé (F. Cornen)
- Tendriade (P. Bosser, Y. Dervaux)
- Tradival - Groupe Sicarev (R. Giraud)

GMS :

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

ENTREPRISES DE RESTAURATION HORS DOMICILE :

- Centrale d'achat région AURA – Regal (C. Tavernier)
- Centre hospitalier de Dax / Groupement alimentaire région Aquitaine – GARA (H. Garrigue)
- CNOUS (W. Fougeray)
- Compass (S. Penneroux)
- Direction de la restauration municipale de Villeurbanne (L. Ligneau)
- Direction des achats durables de la Région Île-de-France (L. Lecocq)
- Économat des Armées (L. Beauclair)
- Elior (G. Bausseron)
- Flunch (S. Bruneau)
- Napaqaro (P. Bouillercé)
- Silgom (M. Creté)
- UniHA (J. de Nouel)

GROSSISTES (TRANSFORMATEURS ET NÉGOCE) :

- Despierres (R. Deverchère)
- Établissements Lucien (X. Lucien et Mme Lucien)
- Eurodis (J.-B. Decamps, F. Fauchère)
- Fory Viandes (D. Robert)
- Gélaé (D. Bergeron)
- Lesage Groupe (P. Lesage)
- MAG (M. Leprêtre)
- Martin SAS (D. Robert)
- Pomona Passion Froid AURA (D. Ducourneau)
- Passion Froid (Q. Gabet, H. de Cugnac, V. Rungasawmy, V. Maury)
- Promocash (B. Leplat)
- TVR (E. Ganuchaud)
- Reigner (D. Reigner)
- Vianov (S. Bisson)

BOUCHERIES ARTISANALES :

- Boucherie Clavel (P. Clavel)
- Boucherie Doiseau (J. Doiseau)
- Boucherie Les Jumeaux (K. Loumi)
- Boucherie Riedinger-Balzer (J. Balzer)
- Boucheries du Parc et du Rond-Point (S. Rambaud)
- Maison Vignal (F. Vignal)
- Novoviande (J. Ebran et O. Garcia)
- Provence Halal (A. Yacoubi)

FEDERATIONS ET SYNDICATS :

- IRVA, interprofession du veau d'Aveyron et du Ségala (A. Mallet de Chauny)
- Limousin Promotion (J.-M. Lescure)
- Syndicat des Grossistes en viandes de Rungis (M. Maisonneuve, Ch. Deplanche)

PRESTATAIRES DE SERVICE :

- AVS – À votre service (H. Belatoui)

OÙ VA LE VEAU ?

N° 554
Décembre 2024

Économie de l'élevage



Retrouvez tous les dossiers « Économie de l'Élevage » sur :
www.idele.fr



Dossier annuel - Caprins -
Année 2023 Perspective 2024
n°548 - Mars 2024



Dossier annuel - Ovins -
Année 2023 Perspective 2024
n°549 - Avril 2024



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 viande -
Inde
n°553 - Novembre 2024