

DOSSIER VIANDE
BOVINE FRANÇAISE

OÙ VA LE BŒUF ?

N° 503

Novembre 2019

18 €

Économie de l'élevage



Où va le bœuf ? Vers davantage de restauration hors domicile et toujours plus de transformation.

- L'approvisionnement du marché français en viande bovine
- La consommation se déplace vers la RHD et comprend davantage de viandes transformées
- Plus de transformation en GMS
- Boucherie : un secteur très hétérogène
- La RHD, du piécé au *burger*, la part de viande française progresse
- Débouchés pour les différents types de bovins

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 :

Département Économie de l'Élevage : Lina-May RAMONY, Caroline MONNIOT, Germain MILET, Baptiste BUCZINSKI.

RÉVISION :

Philippe CHOTTEAU, Gérard YOU,

CE DOSSIER PARTICULIER FAIT RÉFÉRENCE À UNE ÉTUDE FINANCÉE PAR INTERBEV.

FINANCEURS :

Ministère de l'Agriculture - Confédération Nationale de l'Élevage - Interbev



AVEC LA
CONTRIBUTION
FINANCIÈRE
DU COMPTE
D'AFFECTATION
SPÉCIALE
DÉVELOPPEMENT
AGRICOLE
ET RURAL



Où va le bœuf ? Vers davantage de restauration hors domicile et toujours plus de transformation

La GMS a perdu des parts de marché, mais reste le premier débouché pour la viande bovine (hors veau) sur le marché français, avec 49% des volumes totaux (produits en France et importés), auxquels il faut ajouter 12% valorisés par l'industrie des plats préparés qui sont majoritairement commercialisés en GMS. La boucherie traditionnelle a commercialisé 11% des volumes en 2017, contre 15% en 2014. En parallèle, la vente directe des éleveurs aux consommateurs a été estimée, pour la première fois lors de cette étude, à 41 000 téc, soit 3% des volumes disponibles. Mais la consommation de viande de bœuf se fait de plus en plus hors domicile. Ainsi, la RHD a écoulé 24% des volumes en 2017 et continue de gagner des parts de marché.

La viande bio qui représente 1,8% des volumes produits en 2017 (+47% en 3 ans), a un profil de débouchés différent : 62% en GMS, 13% en boucherie traditionnelle, 10% en magasins spécialisés, 8% en vente directe et 7% en RHD.

La production de viande sous signes officiels de qualité (label rouge, IGP et AOP) avait progressé de 2% entre 2014 et 2017 et ne représentait alors que 1,6% des volumes de gros bovins produits. Elle devrait bénéficier d'un coup d'accélérateur en 2019-2020 avec la mise en œuvre du plan de filière d'Interbev et la promotion auprès des distributeurs et consommateurs. Le premier débouché de la viande sous SIQO reste la boucherie traditionnelle (56% en 2017), suivi de la GMS (40%) et de la restauration (4%).

Le haché continue de progresser. Outre les 12% de viande ingrédient pour les plats préparés industriels, on estime que 45% des volumes mis en œuvre pour le marché français ont été commercialisés en haché ou autres élaborés. En 2017, la part du bœuf piécé ne représentait ainsi plus que 43% des volumes disponibles en France. Cette évolution vers plus de haché, bien qu'il soit de plus en plus segmenté, pose la question de la valorisation de la carcasse.

Le *burger* a depuis quelques années totalement changé d'image. Il n'est plus du tout synonyme de malbouffe et garnit à présent les cartes de la restauration traditionnelle, même haut de gamme. Il permet aux chefs d'exprimer leur créativité et d'assouvir la demande croissante des consommateurs de toutes générations. Le boum du *burger* élaboré à base de viande fraîche a conduit la restauration à valoriser beaucoup plus de viande française. Par ailleurs, la restauration collective, et notamment scolaire, a renationalisé une partie de ses approvisionnements. Globalement, le secteur de la RHD n'a utilisé dans ses approvisionnements que 52% de viande importée, contre 67% en 2014. Dans l'ensemble, l'approvisionnement du marché français en viande d'import est passé de 25% en 2014 à 22% en 2017, un réajustement permis aussi par la hausse des abattages français de femelles en 2017.

SOMMAIRE

2/ L'APPROVISIONNEMENT
DU MARCHÉ FRANÇAIS
EN VIANDE BOVINE

8/ LA CONSOMMATION SE DÉPLACE
VERS LA RHD

10/ PLUS DE TRANSFORMATION
EN GMS

16/ BOUCHERIE : UN SECTEUR TRÈS
HÉTÉROGÈNE

18/ LA RHD, DU PIÉCÉ AU *BURGER*,
LA PART DE VIANDE FRANÇAISE
PROGRESSE

22/ DÉBOUCHÉS POUR LES
DIFFÉRENTS TYPES DE BOVINS

1

L'APPROVISIONNEMENT DU MARCHÉ FRANÇAIS EN VIANDE BOVINE

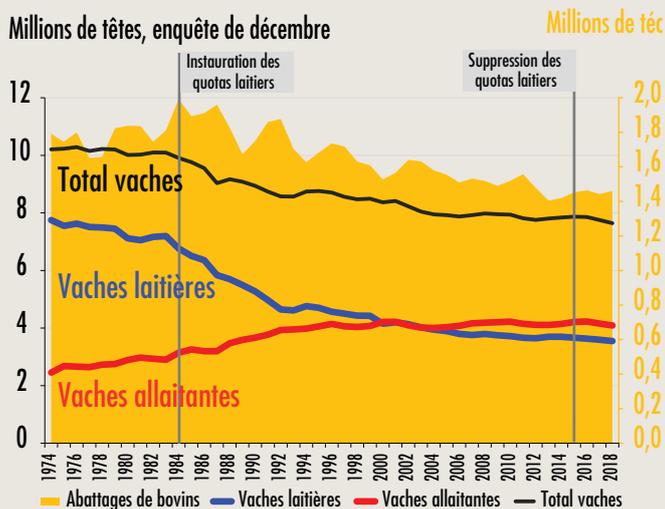


En érosion structurelle depuis le début des quotas laitiers, la production française de viande bovine a progressé de 1,5% entre 2014 et 2017 du fait d'un rebond des abattages de femelles laitières et allaitantes. La production française est composée à 65% de viande de bovins de type viande ou croisés, alors que les importations sont issues à 83% de bovins de type laitier. Les importations se sont fortement réduites entre 2014 et 2017. Elles ne représentaient plus que 22% de la consommation française en 2017 et 2018, contre 25% en 2014.

Cheptel et production en baisse sur le long terme

Le cheptel français a perdu 200 000 vaches entre 2009 et 2017 (soit -2,5%). Le nombre de vaches traites a chuté de 4,1% (-150 000 têtes). Celui de vaches nourrices a reculé de 1,1% (- 50 000 têtes).

ÉVOLUTION DES EFFECTIFS DE VACHES ET PRODUCTION ABATTUE DE VIANDE BOVINE EN FRANCE



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

La mise en place des quotas laitiers à partir de 1984 a accéléré la baisse du cheptel de **vaches laitières**. Le repli des effectifs a fortement ralenti à partir de 2000.

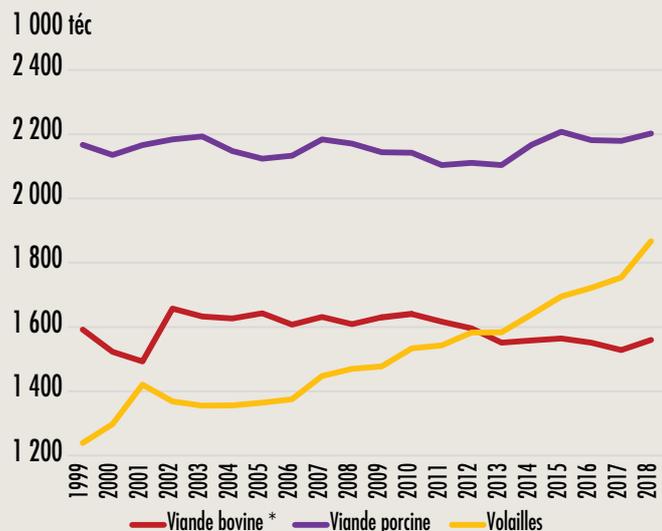
La croissance du **cheptel allaitant** a été accompagnée par la mise en place d'aides couplées (PMTVA). Soutenu des années 1970 à 2000, son développement s'est ralenti avant de plafonner à partir de 2010.

À l'instar des cheptels, la production française de viande bovine recule lentement. Elle est en outre marquée par des cycles conjoncturels, notamment ceux des marchés laitiers.

La **production française** de viande bovine a atteint un pic en 1984 suite à l'instauration des quotas laitiers qui a conduit à des abattages massifs de femelles. Puis elle s'est repliée de **24% en 34 ans**.

En 2017, la production de viande bovine française hors veau a atteint 1,28 million de tég, en repli de 1% /2009. Cette apparente stabilité décennale masque d'importants soubresauts conjoncturels. En 2011, la sécheresse a provoqué une forte décapitalisation dans les cheptels de vaches. En 2013 et 2014, à l'inverse, les abattages de vaches laitières ont chuté car les éleveurs étoffaient leur troupeau pour anticiper la fin des quotas laitiers. Ensuite les abattages ont rebondi à partir de l'automne 2014 en raison de la mauvaise conjoncture laitière. Puis 2014 et 2015 ont été marquées par une recapitalisation du cheptel allaitant liée à l'incertitude sur le nouveau mode d'attribution des aides couplées. Enfin, en 2016, le cheptel allaitant a débuté une phase de décapitalisation.

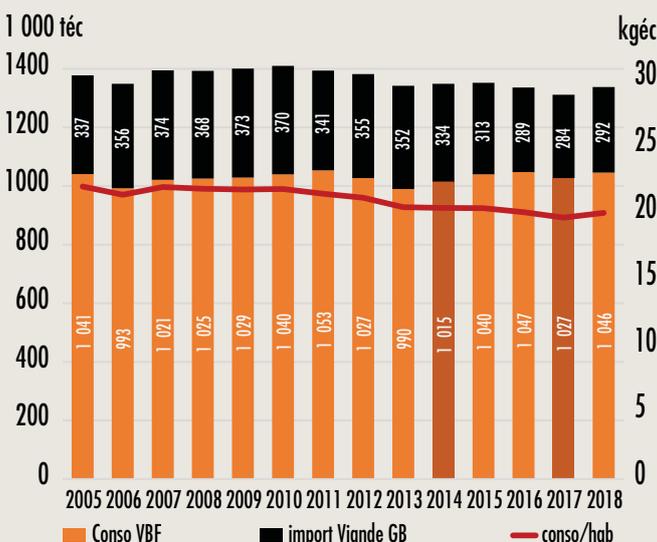
ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION DES VIANDES EN FRANCE



*rupture de série en 2009

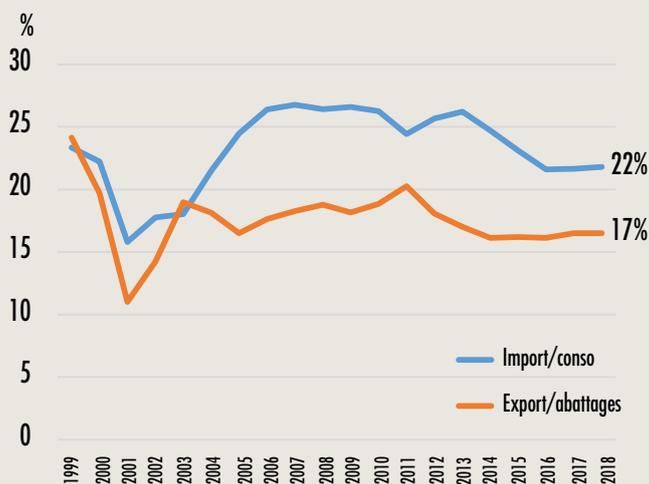
Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après SSP

CONSOMMATION FRANÇAISE DE VIANDE DE GROS BOVINS : VIANDE FRANÇAISE ET VIANDE IMPORTÉE



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

OUVERTURE DU MARCHÉ FRANÇAIS DE LA VIANDE DE GROS BOVINS EN FRANCE



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

Érosion de la consommation et des importations

Les Français ont consommé en moyenne 19,5 kg éc de viande bovine (hors veau) en 2017. La consommation française s'érode sur le long terme pour de nombreuses raisons. On note toutefois que ce repli touche avant tout la viande importée, la consommation de viande française étant remarquablement stable.

La consommation moyenne de viande bovine, veau inclus, est passée de 32,0 kg équivalent carcasse par habitant en 1984 à 23,0 kgéc en 2017 (-28%), soit une baisse moyenne de 0,8% par an.

Certains facteurs conduisant à cette baisse de consommation sont d'abord d'ordre économique : les dépenses contraintes par exemple (logement, télécommunication...) représentaient en 2017 près de 30% du budget des ménages contre moins de 20% en 1975. Ceci affecte naturellement le budget consacré à l'alimentation. Par ailleurs le prix élevé de la viande bovine au regard des autres viandes (volaille et porc notamment) et des autres sources de protéines (œufs, fromage...) est également défavorable à sa consommation. Le transfert de consommation entre sources de protéines est fréquent, notamment entre le bœuf et la volaille. Ce transfert peut être ponctuel à l'occasion d'un scandale sanitaire comme en 2001 (crise ESB) mais surtout structurel en faveur de la volaille (voir la courbe ci-contre).

D'autres facteurs sont d'ordre sociétal et liés à l'évolution des modes de vie. L'effet du vieillissement de la population n'est pas négligeable. Selon le Credoc, en 2016 les 18-24 ans consommaient 148 g de viande par jour contre 117 g pour les 65-74 ans.

Par ailleurs, les nombreux discours anti-viande, centrés aussi bien sur les considérations de santé, d'environnement, que de bien-être animal, ont un impact négatif sur la consommation, même s'il reste encore difficile à mesurer.

La baisse de la consommation affecte principalement la viande importée. La consommation de viande française est relativement stable sur le moyen terme, alors que les importations reculent régulièrement depuis 2009. La mise en avant de l'origine France en GMS et dans la plupart des cantines scolaires, de même que le développement du haché frais, fabriqué uniquement à partir de viande française pour des raisons sanitaires, peuvent expliquer ce phénomène.

Renationalisation du marché français

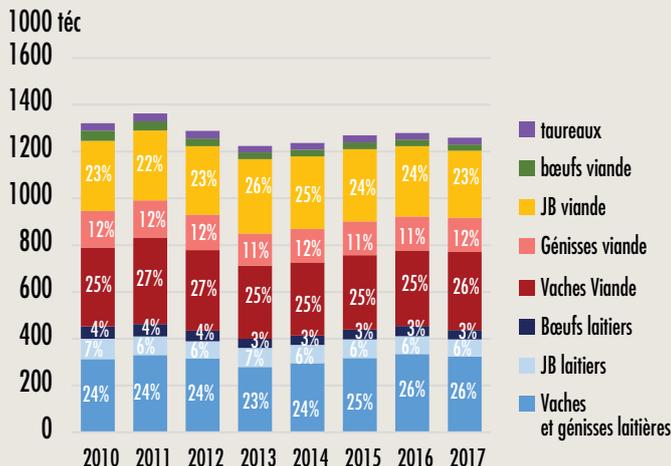
La part des importations dans la consommation de gros bovins est tombée à 22% en 2017 contre 26% dans les années 2006 à 2013. L'export représente 17% de la production totale de viande bovine.

Les volumes exportés sont stables depuis 2013, ils ont fortement diminué par rapport aux années 2000 en raison de la crise économique qui a frappé durement l'Europe du Sud et d'une concurrence accrue sur le marché communautaire, en provenance de la Pologne notamment.

Ces volumes de viande non exportés, ainsi qu'une légère hausse conjoncturelle de la production depuis 2014, ont limité les importations. La part des imports dans la consommation de gros bovins est ainsi retombée à 22% en 2017 contre 25% en 2014 et 27% en 2009.

1 L'APPROVISIONNEMENT DU MARCHÉ FRANÇAIS EN VIANDE BOVINE

ÉVOLUTION DES ABATTAGES DE GROS BOVINS ENTRE 2010 ET 2017



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

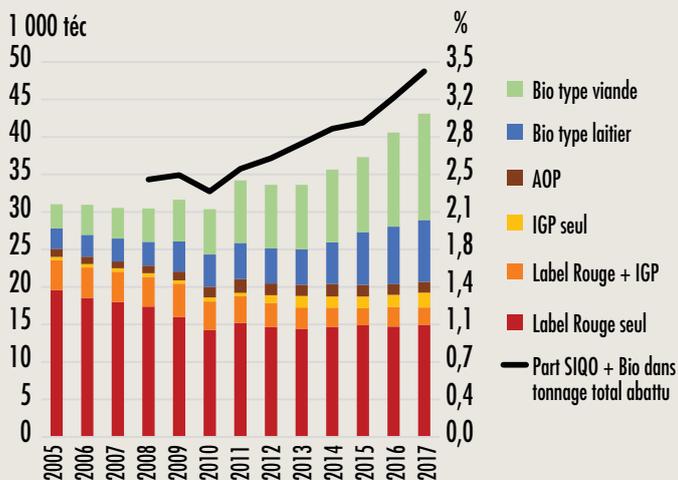
65% des volumes abattus sont issus de bovins de races à viande ou croisés viande

Les animaux de type viande pèsent pour 65% des tonnages de gros bovins abattus, contre 35% pour les animaux de type laitier. Les femelles comptent pour 64% des volumes, contre 36% pour les mâles.

Depuis la dernière étude (2014), on note toutefois une hausse de la proportion de femelles laitières (de 24% des abattages en 2014 à 26% en 2017) de même qu'une hausse de la part des vaches de type viande (de 24% à 26%). Jusqu'à l'automne 2014, les éleveurs laitiers retenaient leurs vaches en prévision de la sortie des quotas laitiers au 1er avril 2015. Puis la conjoncture laitière s'est fortement détériorée et les réformes laitières se sont faites plus nombreuses jusqu'en 2018. Du côté des vaches allaitantes, 2014 a été également une année de rétention. Dans les négociations autour de la réforme de la PAC, il fut un temps question d'introduire des quotas de primes sur une base historique ce qui incita les éleveurs à garder des vaches pour maximiser leurs futures références. Finalement, ce système n'ayant pas été retenu, les éleveurs ont réformé plus de vaches à partir de 2016. Ces disponibilités supplémentaires en femelles laitières et allaitantes ont eu un impact sur l'utilisation des volumes de viande française et sur l'évolution de la place de la viande importée entre les deux études (2014 et 2017).

On note par ailleurs une baisse relative de la production de jeunes bovins viande (de 25% à 23%) comme de celle de jeunes bovins laitiers (de 6,3% à 5,9%). L'engraissement de mâles laitiers s'est en effet réduit avec la spécialisation de nombreuses exploitations laitières depuis la fin des quotas ; les bâtiments d'engraissement ayant pu être repris pour l'élevage des génisses de renouvellement par exemple. L'engraissement de jeunes bovins viande a également reculé en raison notamment d'une meilleure valorisation des broutards à l'export.

ÉVOLUTION DES TONNAGES DE GROS BOVINS ABATTUS SOUS SIQO ET EN BIO



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Fil rouge et la Commission Bio d'Interbev

+47% en 3 ans pour la viande bio

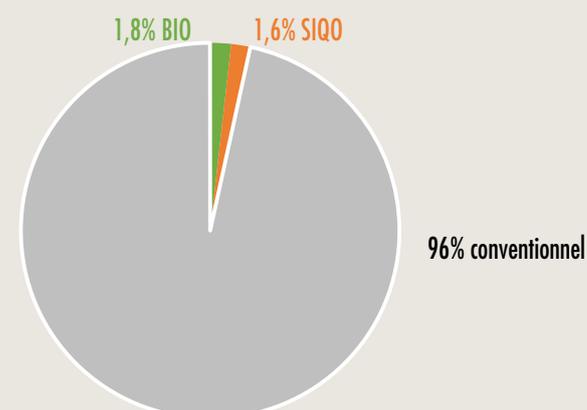
Si la part des volumes commercialisés sous signe officiel de qualité hors bio stagnait depuis 2010, ceux commercialisés en bio enregistrent une croissance annuelle à 2 chiffres. Tous signes de qualité confondus, la part produite s'établit à 3,4% du tonnage de gros bovins abattus en 2017.

En 2017, 20 700 tonnes de gros bovins ont été labellisées sous Label Rouge, IGP (Indication géographique protégée) ou AOP (Appellation d'origine protégée), soit une hausse modeste depuis 2014 (+2%). Les volumes de viande bio ont progressé quant à eux de 47% en 3 ans à 22 400 téc en 2017. Le développement de la production bio s'explique par les dynamiques de conversion à l'agriculture biologique des exploitations et des cheptels, qu'ils soient laitiers ou allaitants. Avec 14 000 téc, les gros bovins de type viande sont majoritaires dans la production de viande bio (63% des volumes).

La viande bio est commercialisée principalement en GMS (62%), en boucherie traditionnelle (13%), en magasins spécialisés (10%), en vente directe (8%) et en RHD (7%).

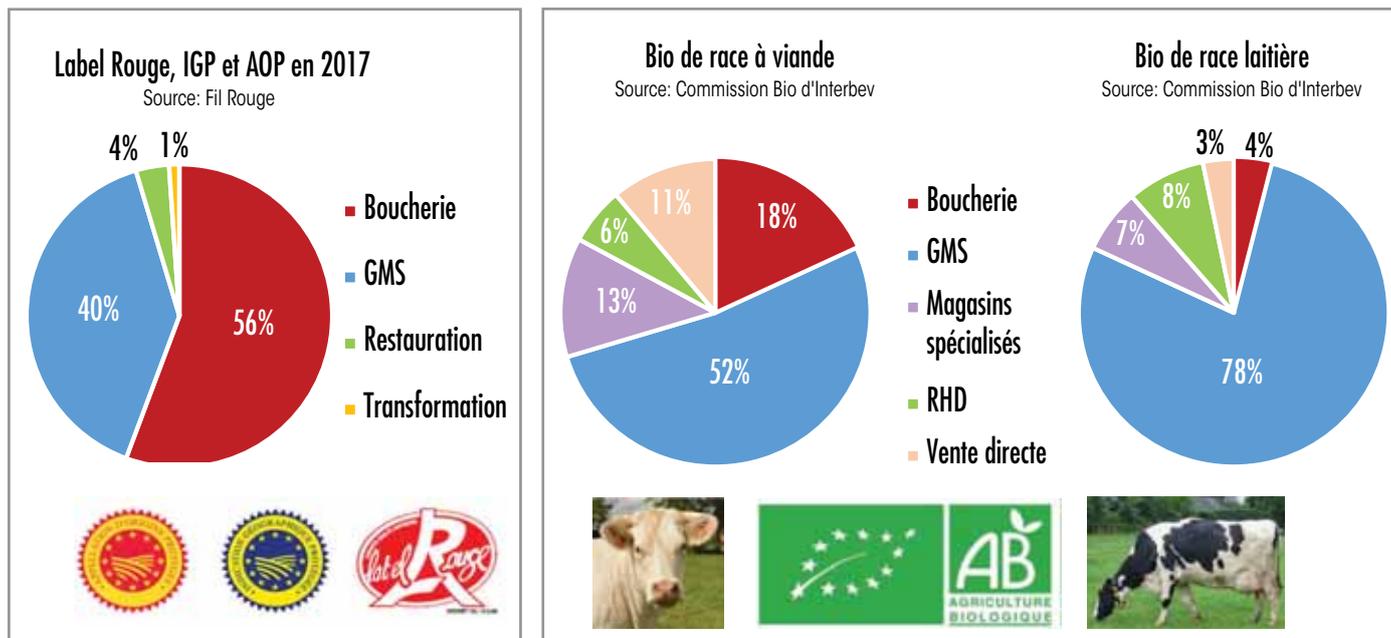
La viande sous SIQO est valorisée en premier lieu en boucherie traditionnelle (56%) puis en GMS (40%).

RÉPARTITION DES TONNAGES DE GROS BOVINS ABATTUS EN 2017



Source : Fil Rouge pour les SIQO et Commission Bio d'Interbev pour le Bio

Débouchés des gros bovins sous signes de qualité abattus en 2017



L'import modifie la structure des disponibilités

Alors que les bovins de type viande sont largement majoritaires dans la production française, les importations sont essentiellement composées de viandes issues du troupeau laitier européen.

Les graphiques ci-dessous représentent l'ensemble des disponibilités sur le marché français, après exportation, en 2014 et en 2017. Les volumes abattus en France figurent en couleur et les volumes importés en noir.

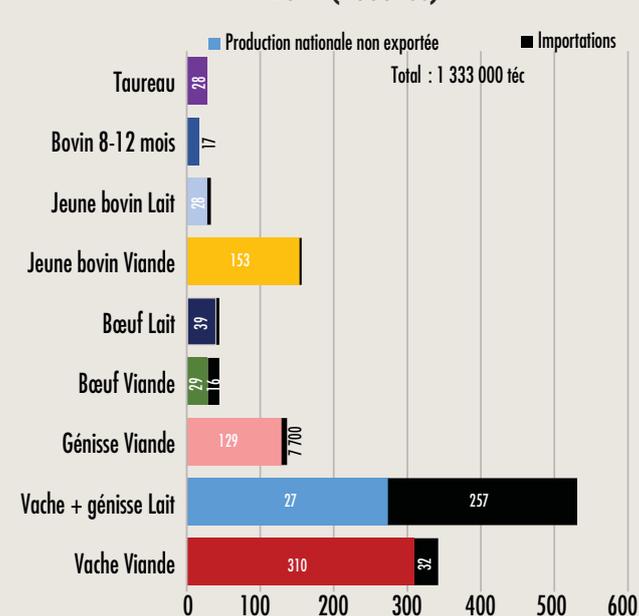
Avant importation, les volumes issus d'animaux de type viande ou croisés viande représentent 65% des disponibilités. Lorsqu'on ajoute les importations, ce chiffre passe à 56%. Et si on enlève les exportations, il tombe à 52%. En effet, les volumes importés sont issus à 83% d'animaux laitiers, principalement des vaches, et les volumes exportés sont issus à 82% de bovins de type viande, essentiellement des jeunes bovins.

Après exportation, le disponible consommable en France est composé pour 77% de viande de femelles, et plus précisément pour 67% de vaches de réforme, qu'elles soient laitières ou allaitantes.

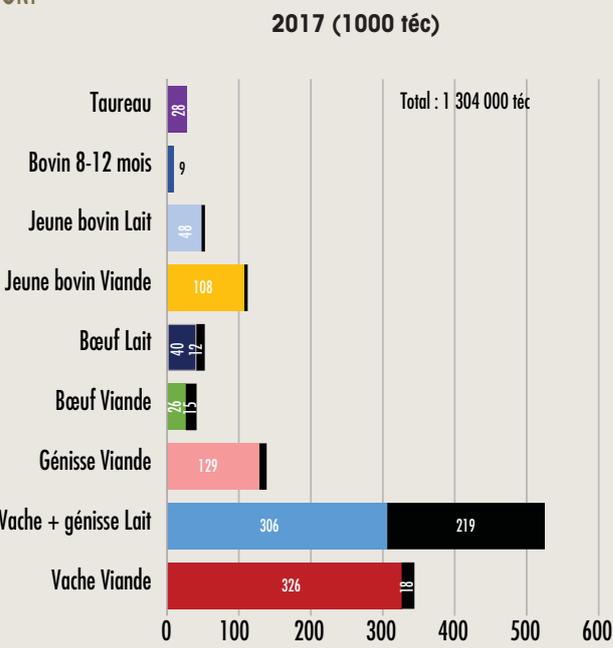
La comparaison des 2 profils 2014 et 2017 montre une hausse des abattages nationaux de femelles : +27 500 téc pour les femelles laitières (+9%), +20 700 téc en vaches allaitantes (+7%) et +2 400 téc en génisses de type viande (+2%). Ceci a conduit à une baisse des besoins à l'import et explique donc pour partie la diminution des volumes importés (-42 000 téc ou -13% en 3 ans).

À l'inverse, les abattages de jeunes bovins se sont réduits, de 20 000 téc pour les JB viande (-7%) et de 4 200 téc pour les JB laitiers (-5%). Ceci n'a pas pour autant eu d'effet négatif sur les volumes de viande exportés, qui ont progressé de 4% à 238 000 téc. La consommation s'est en effet recentrée sur les femelles et la viande de jeunes bovins a été davantage exportée.

DISPONIBILITÉS EN VIANDE DE GROS BOVINS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS APRÈS EXPORT



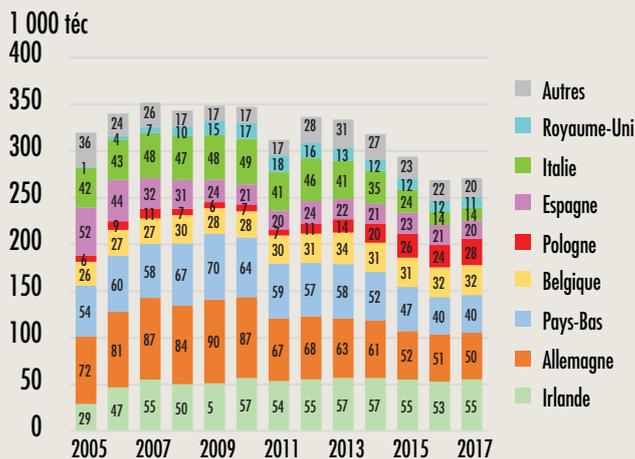
Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après SPIE, BDNI, Normabev, Eurostat et enquêtes



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après SPIE, BDNI, Normabev, Eurostat et enquêtes

1 L'APPROVISIONNEMENT DU MARCHÉ FRANÇAIS EN VIANDE BOVINE

IMPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE BOVINE (HORS VEAU) RÉFRIGÉRÉE ET CONGELÉE



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

L'import recule mais reste complémentaire de l'offre française

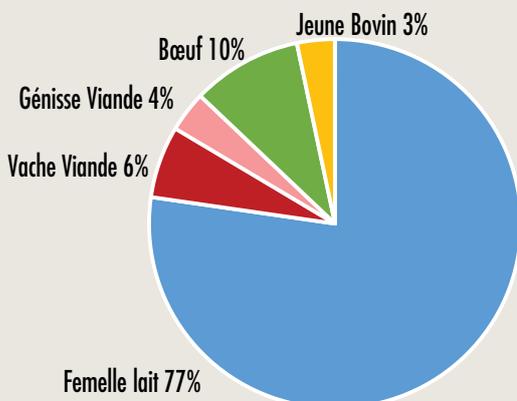
La France a importé 283 000 téc de viande bovine (hors veau) en 2017, en recul de 15% par rapport à 2014 et de 22% par rapport à 2010. Les importations sont essentiellement composées de viandes issues du troupeau laitier européen.

La baisse des volumes importés équivaut au repli de la consommation : durant cette période la consommation de viande française est restée pratiquement stable.

1^{er} fournisseur en 2014, l'Allemagne a vu ses envois reculer de 18% à 50 000 téc en 2017, en lien avec une consommation dynamique outre-Rhin. Le repli des envois allemands a propulsé l'Irlande au 1^{er} rang des fournisseurs du marché français avec 55 000 téc en 2017, un total très stable depuis 2007. Les volumes venus des Pays-Bas (40 000 téc hors veau ; -23%) et d'Italie (14 000 téc ; -60%) sont également en forte baisse. À l'inverse, les achats de viande polonaise ont fortement progressé, à 28 000 téc en 2017 (+40%/2014).

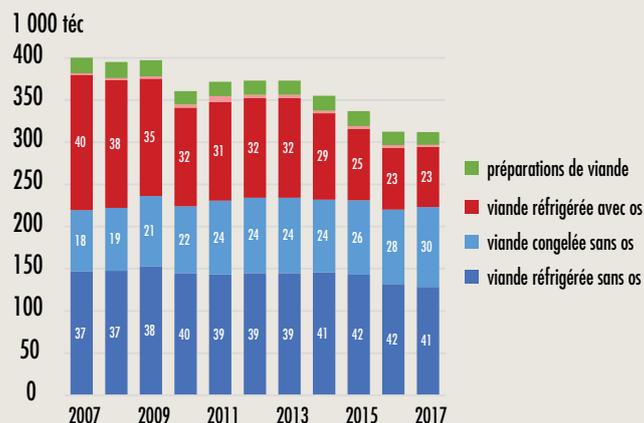
77% des viandes importées en France en 2017 étaient des viandes de femelles laitières. En ce sens, la structure des importations françaises reste stable : en 2014, 79% des viandes importées étaient déjà issues des femelles laitières. Le consommateur français recherche des viandes globalement plus colorées et moins maigres que dans les pays voisins (UE du sud, Moyen-Orient, Maghreb...), et le marché hexagonal valorise mieux la viande de femelles que la viande de mâles. Ainsi, les achats français se concentrent sur la viande de vaches de réforme laitière, une matière première abondante et bon marché en Europe, qui répond à ces attentes. À l'inverse, la France exporte des broustards et de la viande de jeunes bovins, mieux valorisés à l'export.

VIANDE IMPORTÉE SELON LE TYPE D'ANIMAL EN 2017 (283 000 TÉC)



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

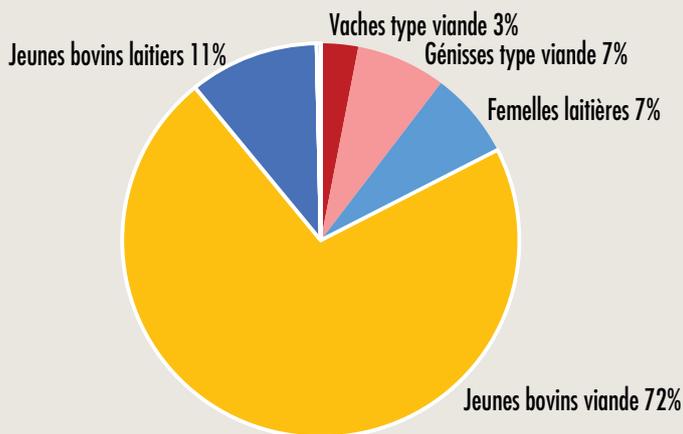
IMPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE BOVINE (DONT VEAU) SELON LA PRÉSENTATION ET LE TYPE DE DÉCOUPE



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

2nd produit importé jusqu'en 2014, les viandes réfrigérées avec os ne représentaient plus que 23% des volumes en 2017. Au sein de cette catégorie, les importations de demi-carasses et quartiers (avants ou arrières) sont en fort recul : 28 500 téc pour les demi-carasses (-29%/2014), 10 500 téc pour les quartiers avant (-50%/2014) et 10 000 téc pour les quartiers arrières (-37%/2014). C'est une tendance générale en Europe. La logistique est grandement simplifiée dès lors qu'on expédie des muscles sous vide en carton, plutôt que des carcasses ou des quartiers suspendus dans un camion. Par ailleurs, le recul du secteur de la boucherie artisanale et l'intégration de la découpe au sein des groupes d'abattages conduit à une part croissante du désossé dans le commerce de viande. Enfin, l'évolution vers le désossé est particulièrement marquée dans les importations françaises et témoigne du coût du travail de découpe plus élevé en France qu'en Allemagne ou en Pologne. Parmi les viandes avec os, seules les viandes piécées se maintiennent mieux avec 21 500 téc en 2017 (-10%/2014), une catégorie qui regroupe notamment les côtes à l'os.

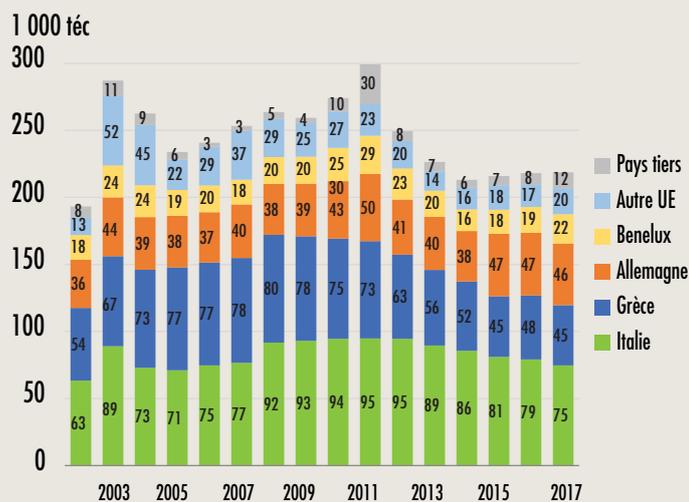
VIANDE EXPORTÉE SELON LE TYPE D'ANIMAL EN 2017 (238 000 TÉC)



*rupture de série en 2009

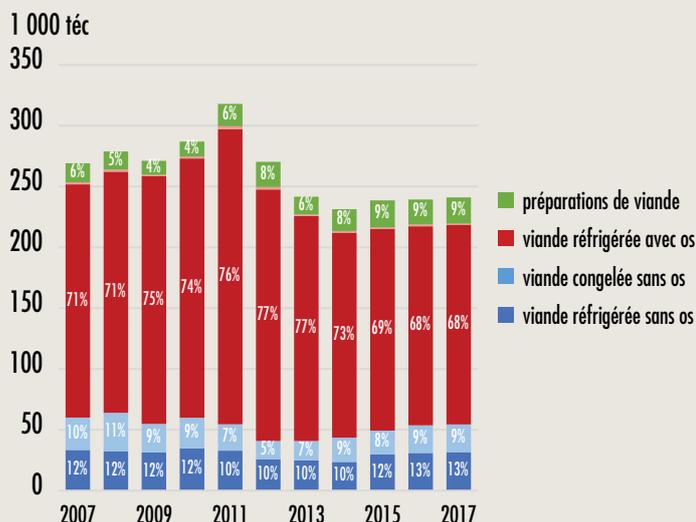
Source : GEB - Idele d'après SPIE, BDN, Normabev, Eurostat, Prodcorn, CRI, Kantar et enquêtes

EXPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE BOVINE RÉFRIGÉRÉE OU CONGELÉE



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

EXPORTATIONS FRANÇAISES DE VIANDE BOVINE RÉFRIGÉRÉE OU CONGELÉE



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

Export : les destinations se diversifient

En net repli de 2011 à 2014, l'export de viande s'est ensuite stabilisé jusqu'en 2017. Les difficultés sur les marchés historiques sont compensées par d'autres destinations. L'export concerne toujours principalement la viande de jeunes bovins que les Français consomment peu.

L'exportation reste le domaine du JB

15% de la viande produite en France est exportée, à 83% de la viande de taurillons. Ce produit est mieux valorisé à l'export sur les marchés du sud de l'UE que sur le marché français, peu friand de cette viande maigre et claire.

Le marché français est déficitaire en viande de vaches et excédentaire en viande de jeunes bovins. La viande y est culturellement préférée bien rouge et avec un goût prononcé, à l'inverse de nos voisins du sud de l'Europe et du Maghreb qui préfèrent la viande claire, et consomment en priorité la viande de mâles.

Le commerce extérieur permet l'adéquation entre offre et demande : la France importe de la viande de vache et exporte de la viande de jeunes bovins. 72% des volumes exportés en 2017 étaient ainsi constitués de carcasses, quartiers ou muscles de taurillons de type viande et 11% de taurillons laitiers. S'ajoutent à cela 7% de volumes issus de génisses, qui sont pour la plupart des jeunes bovins femelles de moins de 2 ans, dénommées « génisses à l'italienne », « babynettes » ou encore « génisses primeur ».

L'export valorise 59% de la viande de JB de type viande produite en France, un ratio qui dépasserait les 60% en incluant les JB finis exportés vifs. En comparaison, 34% de la viande de JB laitiers est exportée. Pour les femelles, c'est logiquement encore moins : 12% de la production de génisses allaitantes est exportée, 5% de la viande de femelles laitières et 2% de la viande de vaches allaitantes.

De 299 000 tonnes équivalent carcasse au pic de 2011, les exportations françaises de viande bovine sont tombées à 213 000 téc en 2014, soit une chute de 29%. Elles se sont depuis stabilisées atteignant 219 000 téc en 2017.

L'Italie reste le 1^{er} marché de la viande française avec 75 000 téc ou 34% des volumes en 2017. Ce débouché est toutefois en repli régulier (-13% /2014, -21% /2011) du fait d'une concurrence accrue, en provenance de Pologne notamment, et de l'érosion de la consommation enregistrée par le marché italien jusqu'en 2016. La situation est similaire en Grèce, où les volumes d'export français s'érodent du fait d'une concurrence européenne intense : 45 000 téc ont été expédiées en 2017 (-13,5 %/2014, -38,5% /2011).

Depuis 2014, le recul des envois vers l'Europe du Sud a été compensé par le développement des ventes vers l'Allemagne, qui ont atteint 46 000 téc en 2017 (+21% /2014) et vers les pays-tiers (12 000 téc, X2 /2014). La demande allemande s'est développée ces dernières années en raison d'un transfert de consommation entre viandes (moins de charcuterie et plus de bœuf).

Le mode de présentation des viandes exportées par la France évolue lentement. La viande fraîche avec os représente toujours 68% des volumes exportés en 2017 contre 73% en 2014. Ce produit concerne principalement les carcasses et demi-carcasses exportées en Italie et en Grèce. Les exportations de viandes sans os gagnent progressivement en importance avec 31% des volumes en 2017, parmi lesquels 13% de viandes désossées fraîches destinées principalement au marché allemand. Les viandes désossées congelées et les préparations représentent chacune 9% des volumes exportés, une grande partie de ces produits est destinée au grand export ou à la transformation.

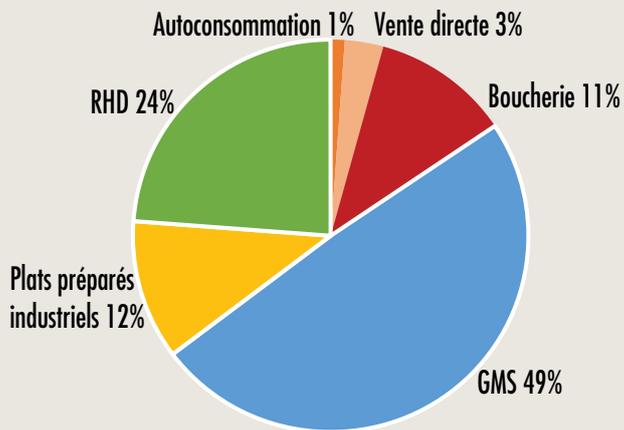
2

LA CONSOMMATION SE DÉPLACE VERS LA RHD et comprend davantage de viandes transformées

La GMS reste le premier débouché de la viande bovine consommée en France, suivie de la RHD qui gagne des parts de ce marché. La viande d'origine France est en grande partie écoulee dans les GMS alors que la RHD s'approvisionne pour plus de la moitié des volumes en viande d'import. Dans tous les circuits de commercialisation, les consommateurs achètent une part croissante de viande hachée ou élaborée : celle-ci représentait plus de la moitié des ventes de viande bovine en France en 2017.



DÉBOUCHÉS NATIONAUX DE LA VIANDE BOVINE FRANÇAISE ET IMPORTÉE EN 2017 (EN VOLUMES)



Source : GEB - Idelle d'après SPIE, BDNI, Normabev, Eurostat, Prodcum, CRI, Kantar et enquêtes

La GMS perd des parts de marché mais reste le premier débouché de la viande disponible

Le premier circuit de commercialisation de la viande consommée en France reste la GMS. Avec près de 641 000 téc en 2017, elle représente 49% des volumes disponibles (= production - export + import), sans compter les plats préparés industriels qui sont essentiellement commercialisés en grande distribution. Toutefois, la consommation s'est progressivement déplacée vers la RHD ces dernières années et les volumes de viande bovine écoulés en GMS ont reculé de 7% /2014.

Ainsi, la RHD a connu une hausse des volumes écoulés entre 2014 et 2017, atteignant 310 000 téc. La progression a eu lieu dans toutes les branches : restauration commerciale et collective. La part de la RHD est passée de 19% des disponibilités en 2014 à 24% en 2017. Cette évolution résulte à la fois de changements de modes de consommation et du développement de l'offre et d'outils numériques (applications pour commander depuis son smartphone).

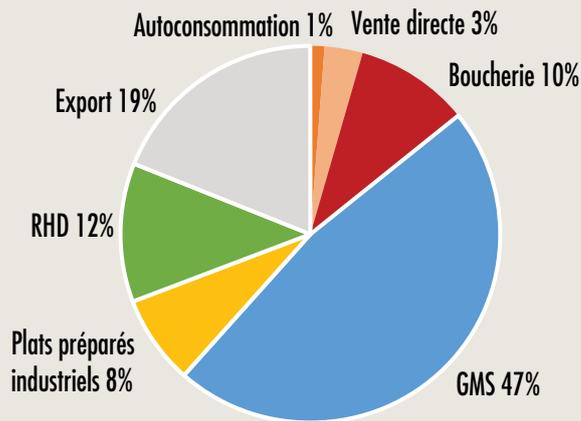
La boucherie traditionnelle a absorbé 11% des volumes en 2017, contre 15% en 2014. En parallèle, la vente directe des éleveurs aux consommateurs a été estimée à 41 000 téc, soit 3% des volumes disponibles.

Point de méthode : prise en compte de la viande transformée

Dans cette étude, nous avons considéré deux types de viande bovine de transformation :

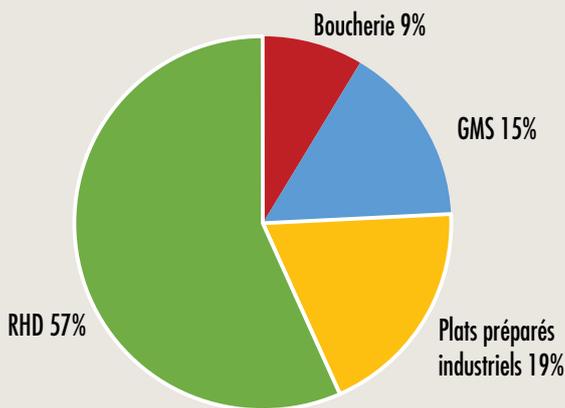
- La viande bovine incorporée dans les sauces et plats préparés industriels parmi d'autres ingrédients (sauces bolognaise, lasagnes, raviolis, hachis Parmentier, moussaka, hamburgers, pizzas...).
- La viande hachée (steaks hachés, cheveux d'ange, boulettes....) et autres élaborés de viande bovine (carpaccio, brochettes, merguez...) présents au rayon frais ou surgelés des supermarchés ou utilisés par la RHD. Contrairement à la première catégorie, ces produits contiennent une majorité de viande bovine, voire uniquement de la viande bovine.

DÉBOUCHÉS DE LA VIANDE BOVINE FRANÇAISE EN 2017 (1 259 000 TÉC)



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

DÉBOUCHÉS DE LA VIANDE BOVINE IMPORTÉE EN FRANCE EN 2017 (283 000 TÉC)



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

La viande française est toujours commercialisée en 1^{er} lieu dans la GMS dont les rayons boucherie frais et congelé ont absorbé 47% des 1 259 000 ttec produites en 2017. Les plats préparés industriels ont par ailleurs valorisé 8% de la viande bovine française abattue. L'origine France s'est développée dans les magasins sous l'effet de la demande du consommateur et de l'obligation, sous forme d'expérimentation jusqu'en 2020, de l'étiquetage de l'origine de la viande dans les plats préparés. Plusieurs industriels ou enseignes ont mis en place des stratégies pour développer l'approvisionnement VBF et communiquent dessus.

L'utilisation de la viande importée est très différente de celle de la viande française. La RHD a absorbé 57% des 283 000 ttec importées. Le critère prix est crucial dans ce secteur très concurrentiel. La régularité de la qualité et le manque de disponibilité origine France sur certaines pièces très demandées semblent être d'autres raisons à cette préférence. On retrouve également la viande importée dans la viande transformée servie en RHD, en particulier dans les burgers 1^{ers} prix des fast-foods mais aussi en viande ingrédient.

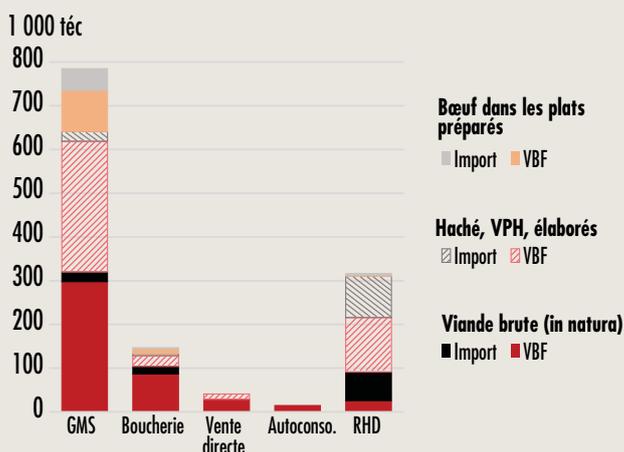
19% des volumes importés sont destinés à la préparation de plats industriels. La viande importée très compétitive et adaptée à ce débouché provient en grande partie de femelles laitières de réformes.

15% des importations sont commercialisées en GMS où elles alimentent principalement les promotions et l'entrée de gamme. Les pièces importées complètent en partie l'offre française sur quelques morceaux : bavette d'aloïau, onglet... Dans une moindre mesure, l'import peut être présent en haut de gamme avec par exemple l'Angus ou le Wagyu.

En France en 2017, 43% seulement de la viande bovine auraient été achetées en pièce. 45% des volumes vendus auraient été hachés, et 12% intégrés à des plats préparés industriels. Le haché et l'élaboré représenteraient 71% des volumes de viande écoulee en RHD, 57% des volumes en GMS et 31% en boucherie de détail. Même en vente directe, les éleveurs proposent maintenant du haché (30% des volumes) afin de valoriser les muscles les moins demandés et de répondre à la demande de leurs clients.

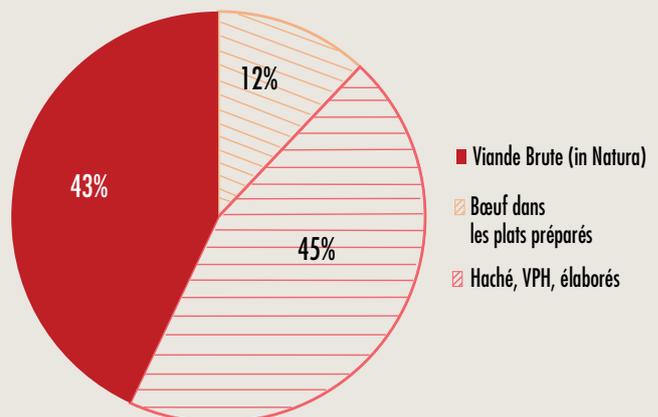
Les Français consacrent de moins en moins de temps aux repas et consomment une part croissante de viande hachée ou élaborée, d'autant que le boum du *burger* a relancé la consommation des steaks hachés, particulièrement en RHD.

FORMES, ORIGINES ET DÉBOUCHÉS NATIONAUX DE LA VIANDE FRANÇAISE ET IMPORTÉE EN 2017



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

FORMES, ORIGINES ET DÉBOUCHÉS NATIONAUX DE LA VIANDE FRANÇAISE ET IMPORTÉE EN 2017



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

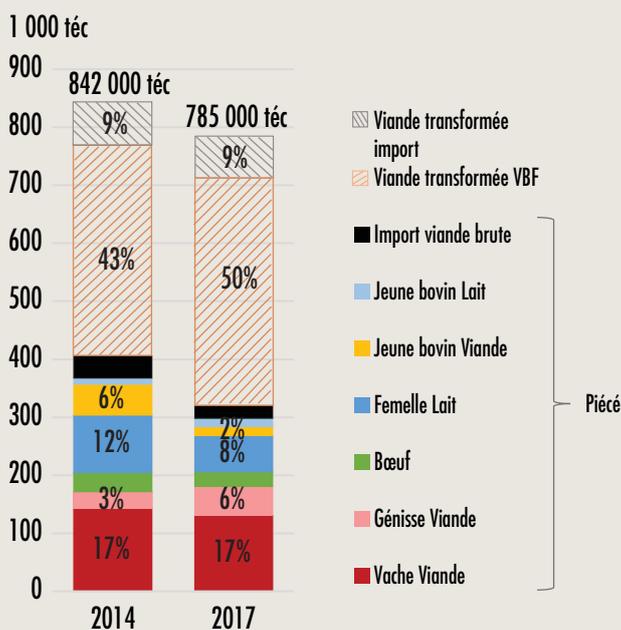
3

PLUS DE TRANSFORMATION EN GMS

En GMS, les ventes de viande bovine ont diminué entre 2014 et 2017. Non seulement la consommation française a reculé mais une partie des achats a été transférée vers la RHD. L'approvisionnement des GMS s'est un peu plus concentré sur les produits français, grâce à des disponibilités accrues en viande de femelles en France. Les achats de viande piécée poursuivent leur repli face au développement de la transformation. Le haché frais en particulier a toujours plus de succès. Côté qualité et éthique, les attentes des clients se multiplient, expliquant la progression des signes de qualité, tandis que beaucoup restent réactifs aux promotions.



TYPE ET ORIGINE DE LA VIANDE BOVINE DESTINÉE À LA GMS (PLATS PRÉPARÉS INDUSTRIELS INCLUS)



Production et consommation de viande bovine en baisse

Les approvisionnements en viande bovine de la GMS ont baissé dans l'ensemble. Le piécée est en perte de vitesse face au développement de la transformation. Les races à viande sont mieux représentées dans la viande brute piécée mais restent minoritaires dans les viandes transformées.

Les opérateurs interrogés observent une baisse des ventes de viande bovine dans les magasins. Nous estimons que les volumes totaux fournis à la GMS (plats préparés industriels inclus) sont passés de 842 000 téc en 2014 à 785 000 téc en 2017, soit un recul de -7% /2014. Le secteur est impacté par la baisse de la demande en viande bovine en France. De plus, ces ventes pâtissent d'un transfert de la consommation de viande bovine vers la restauration hors domicile (cf chapitre 5).

La part de viande transformée (hachée, élaborée et viande entrant dans les plats préparés) dans l'approvisionnement des GMS a progressé, passant de 52% à 59%. Parallèlement la part de l'origine France dans ces viandes transformées a augmenté, sous l'effet de la demande du consommateur et de l'obligation d'étiquetage (à titre expérimental jusqu'en 2020) de l'origine de la viande dans les plats préparés. Cette viande transformée est en grande partie issue du troupeau laitier, mais la croissance de la demande est telle que de plus en plus de muscles passent par le hachoir, y compris sur les carcasses de type viande.

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

L'approvisionnement en viande brute pour la vente en piécé a chuté de 21% par rapport à 2014, passant de 406 000 à 320 000 téc, les habitudes de consommation évoluant vers des produits nécessitant moins de préparation et de savoir-faire culinaire.

La viande brute est issue pour les 2/3 de femelles de type viande et de bœufs avec 206 000 téc, alors que ces animaux ne représentaient que la moitié des volumes de piécé en 2014. Outre la légère hausse des volumes (+1% /2014), ce nouvel équilibre tient au recul des approvisionnements en viande issue d'animaux de type laitier, plus utilisés pour répondre à la hausse de la demande pour la transformation. Il tient également au recul des approvisionnements en JB viande, plusieurs enseignes ayant décidé d'arrêter d'y recourir pour des raisons d'image. Les génisses, plus ou moins rajeunies, sont à l'inverse de plus en plus demandées, notamment à travers des contrats.

L'approvisionnement en piécé : plus de catégoriel

Avec l'évolution des modes de consommation, l'approvisionnement en viande destinée au piécé s'oriente vers davantage de catégoriel plus souple à gérer.

L'approvisionnement des GMS en viande brute se fait selon deux stratégies. D'une part, l'achat de viande en 1/2 carcasses, en quartiers ou en compensé (muscles d'un quartier fournis sous vide) est plus économe, à condition de s'organiser pour écouler tous les morceaux à leur juste valeur. D'autre part, l'achat par type de muscle, en catégoriel et UVCI, est un peu plus onéreux, mais il permet au chef de rayon de s'approvisionner au plus près de la demande.

En 2017, la part estimée d'approvisionnement en carcasses, quartiers et compensé est tombée à 56%. Selon les opérateurs, les achats des clients plus saisonnalisés, irréguliers et en portions faibles compliquent la gestion des équilibres matières et des stocks. La majorité des enseignes achètent davantage de catégoriel que lors de la précédente étude, malgré son prix supérieur et une qualité des muscles qui serait

plus hétérogène. La gestion des équilibres repose ainsi de plus en plus sur l'amont de la filière, abatteurs et grossistes.

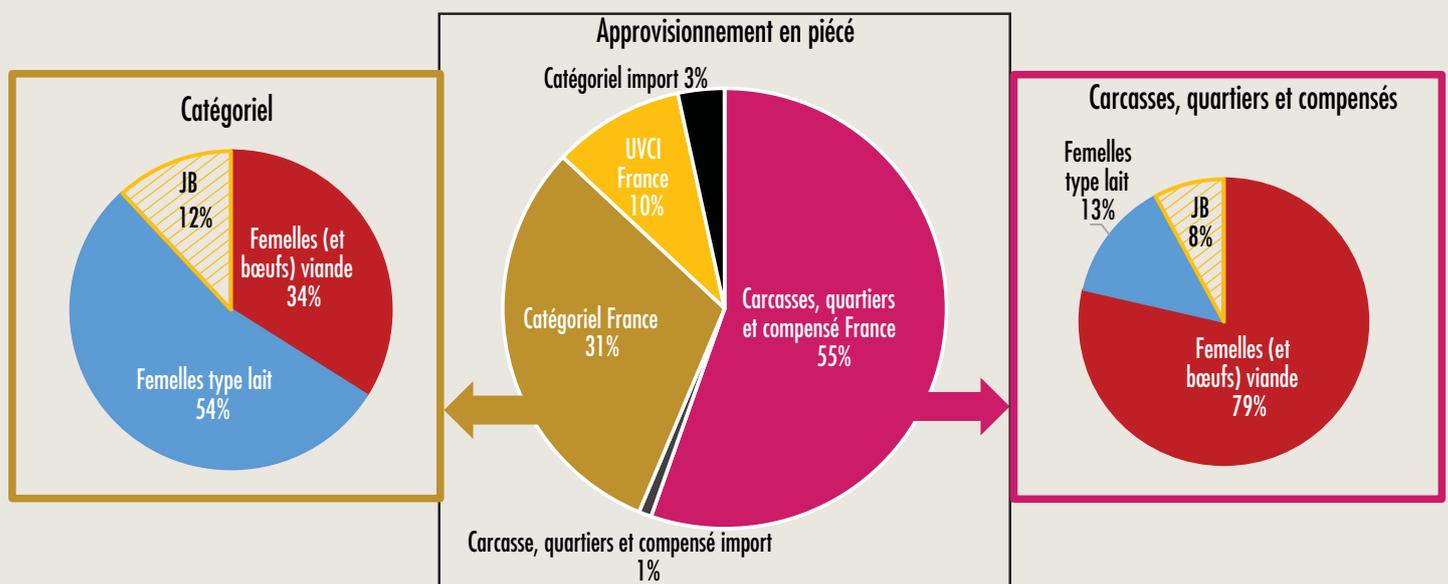
Plus de la moitié du catégoriel provient de femelles de type laitier, tandis que près de 80% des carcasses, quartiers et compensé proviennent de femelles et bœufs de type viande. Ces approvisionnements n'alimentent *a priori* pas les mêmes segments de distribution.

Alors que la plupart des enseignes combine les deux formes complémentaires d'approvisionnement, quelques-unes font le choix d'une large majorité de catégoriel ou d'UVCI pour éviter les écueils sanitaires, de gestion des stocks et d'équilibres matière.



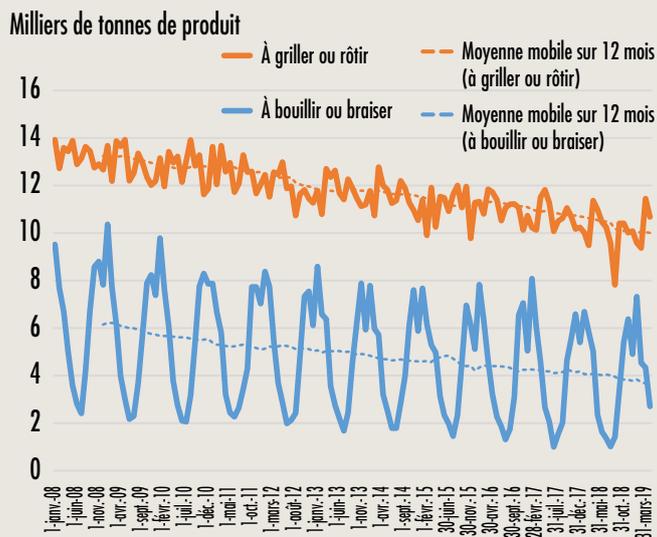
Morceau de bœuf prêt à découper.

FORME ET ORIGINE DE L'APPROVISIONNEMENT EN VIANDE PIÉCÉE DES 8 ENSEIGNES ENQUÊTÉES (POUR 2017)



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

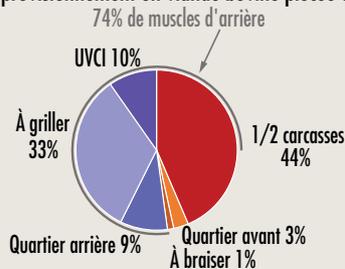
ÉVOLUTION DES ACHATS DE VIANDE BOVINE PIÉCÉE PAR LES MÉNAGES EN GMS ET BOUCHERIES



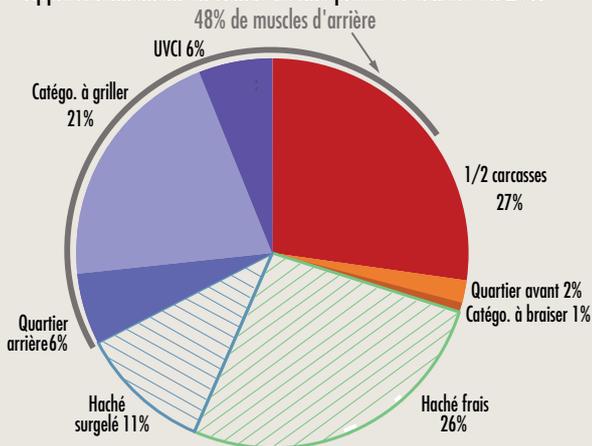
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Kantar World Panel

L'ÉQUILIBRE CARCASSE EN VOLUME EN GMS DANS L'ÉCHANTILLON DE 8 ENSEIGNES

Approvisionnement en viande bovine piécée en 2017



Approvisionnement en viande bovine piécée et élaboré en 2017



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

Le haché assure l'équilibre des carcasses dans l'approvisionnement

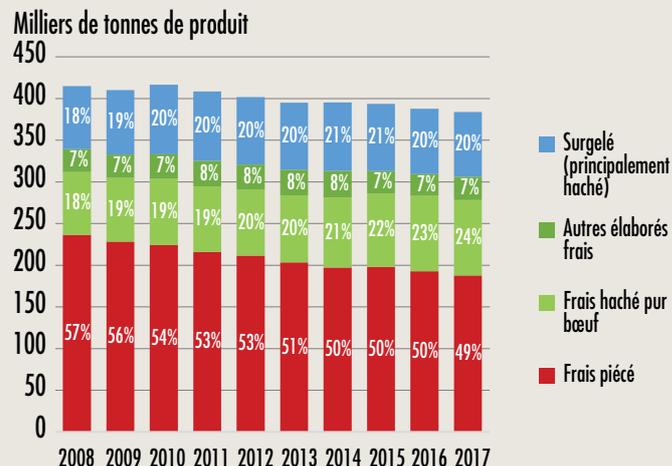
La viande piécée fraîche vendue en magasin est en grande partie issue de quartiers arrière. La vente de haché frais et surgelé plutôt issu des quartiers avant, permet de rétablir l'équilibre des carcasses dans l'approvisionnement.

On distingue deux grands types de pièces de viande bovine : les morceaux à bouillir ou braiser, plutôt consommés l'hiver, et les pièces à griller ou rôtir. Les premières proviennent principalement des quartiers avant : collier, poitrine, basses-côtes... Les secondes sont issues des quartiers arrière et tout particulièrement de l'ailoyau : faux-filet, filet, rumsteck... D'après le panel Kantar*, les ménages achètent une part croissante de pièces à griller bien que l'ensemble du piécé soit en recul. La part de ces morceaux dans les achats de piécé est passée de 68% à 72% entre 2008 et 2017. Cela illustre la prévalence des pièces d'arrière dans l'offre en viande brute en magasin.

Le constat est cohérent avec les résultats d'enquêtes : dans notre échantillon d'enseignes, 74% des approvisionnements en viande brute sont des quartiers arrière. Si l'on tient compte des achats de viande hachée fraîche et surgelée, principalement issue de quartiers avant, les quartiers arrière ne représentent plus que 48% de l'approvisionnement. Ainsi, le développement du haché permet de rétablir l'équilibre matière des carcasses achetées, mais il ne résout pas la question de la valorisation dans la mesure où de plus en plus de muscles autrefois bien valorisés en piécé passent aujourd'hui en haché.

Avec la saisonnalité de la consommation, le déséquilibre des achats de pièces à griller et à bouillir s'accroît l'été, de façon de plus en plus marquée. 72% des achats de morceaux à bouillir se sont faits d'octobre à mars en 2017, contre 62% en 2008. Ainsi l'été, davantage de pièces des quartiers avant passent en haché. Mais depuis peu on constate aussi le phénomène inverse en hiver : certains muscles à griller moins demandés passent aussi par le hachoir.

PART DES TYPES DE VIANDE BOVINE ACHETÉS PAR LES MÉNAGES EN GMS ET EN BOUCHERIE



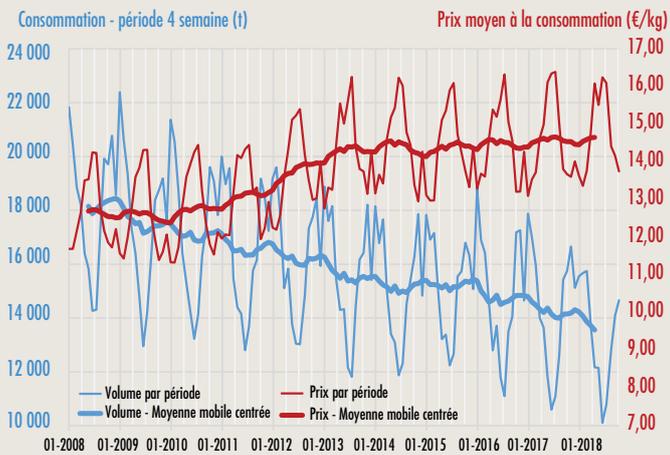
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Kantar World Panel*

*Le panel Kantar se base sur un échantillon de 12 000 ménages français, il mesure la consommation « ordinaire » à domicile uniquement. Sa fonction première n'est pas de relever les volumes mais de suivre l'évolution des comportements : occasions d'achat, quantités achetées, nombre d'achats...

Consommation : seul le haché progresse

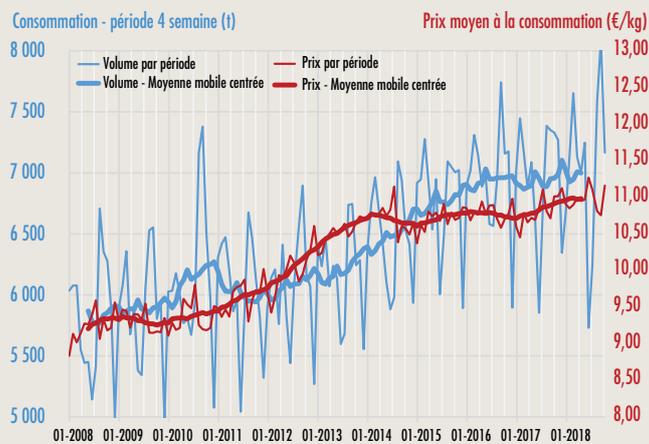
Dans le commerce de détail (GMS et boucherie), d'après le panel Kantar*, les achats des ménages de viande bovine hors plats préparés sont en perte de vitesse. Cette dynamique est confirmée par les opérateurs de la GMS (abatteurs et distributeurs). Seul le haché frais progresse en

COMPARAISON DES ÉVOLUTIONS VOLUME ET PRIX DE LA VIANDE BOVINE PIÉCÉE FRAÎCHE CONSOMMÉE PAR LES MÉNAGES



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après données Kantar World Panel

COMPARAISON DES ÉVOLUTIONS VOLUME ET PRIX DE LA VIANDE BOVINE HACHÉE FRAÎCHE CONSOMMÉE PAR LES MÉNAGES



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après données Kantar World Panel

volumes, bénéficiant des changements d'habitudes alimentaires et culinaires. D'après le panel, les volumes de haché frais pur bœuf achetés dans les commerces de détail ont progressé de 8% /2014 et de 20% /2008. La viande piécée à l'inverse ne représente plus que 49% des achats de viande de bœuf des ménages hors plats préparés en 2017. Les achats de piécé ont reculé de 21% /2008 et de 3% /2016.

Avec l'explosion de la consommation de viande hachée, le piécé est de moins en moins demandé. Or, la valorisation de la carcasse repose en grande partie sur ce piécé, mieux payé que la viande transformée. En 2017 d'après le panel Kantar, le prix moyen du piécé frais acheté par les ménages s'était accru de 15% par rapport à 2010, avec une très légère augmentation depuis 2014 de 0,5%, alors que les volumes correspondants avaient reculé de 5% /2014.

En parallèle, des muscles autrefois consommés en piécé passent par la transformation. Le prix de cette viande hachée a continuellement augmenté ces dernières années puisqu'il intègre de plus en plus de morceaux « nobles ». Le prix moyen annuel des achats de viande hachée fraîche par les ménages a ainsi progressé de 1% /2014 et de 16% /2010. Les volumes achetés ont néanmoins bondi de 8% /2014. Ce qui indique sans doute un saut qualitatif !

Alors que les prix du piécé et du haché progressent, la valorisation des carcasses est profondément modifiée par la part croissante vendue en viande transformée dont le prix moyen reste nettement inférieur à celui du piécé dont il prend la place.



Gagner de la valeur sur le haché

Rapide et facile à cuisiner, le haché frais connaît toujours plus de succès. Le produit est adapté à l'évolution des habitudes culinaires, et le boum du burger contribue à sa popularité.

Dans les enseignes enquêtées, le haché représente entre un et deux tiers de la viande bovine fraîche commercialisée alors que le piécé est en perte de vitesse et se concentre sur quelques muscles d'ailoyau. Le haché est également la 1^{ère} sortie du rayon à la coupe.

La segmentation du produit, avant tout technique, évolue : le 20% MG notamment (matière grasse) est de moins en moins demandé. Le haché avec protéines végétales le remplace progressivement parmi les 1^{ers} prix. Les 5% et 15%MG restent les hachés les plus demandés. Bien qu'il soit plus difficile de valoriser les SIQO sur du haché, les hachés bio ou charolais sont en développement dans la gamme supérieure, à côté du haché basse pression.

Cette évolution de consommation conduit à incorporer de plus en plus de muscles dans le haché. Ainsi, il n'est plus rare que passent par le hachoir des muscles de globes tels que tranche et tranche grasse, jumeau avant, voire d'ailoyaux comme les aiguillettes de rumsteak, aiguillette baronne, et même des faux filets en hiver !

Ainsi, la valorisation de la carcasse repose sur un nombre de plus en plus réduit de muscles vendus en piécé. Et la hausse continue du prix du haché ne parvient pas à amortir la baisse de valorisation à travers le piécé.

Le problème est décuplé en bio où la demande en haché est très forte et celle en piécé beaucoup plus faible qu'en conventionnel.

3 PLUS DE TRANSFORMATION EN GMS

Le milieu de gamme de type viande toujours en difficulté

Les magasins organisent leur offre en viande bovine piécée en 2 à 4 segments qui se distinguent par le prix, les catégories d'animaux, la race et les signes de qualité. En parallèle d'une progression de la gamme supérieure, les clients restent réactifs aux activités de promotions et le milieu de gamme de type viande s'en trouve affaibli.

Dans les magasins, les clients peuvent acheter une viande au rayon libre-service ou au rayon traditionnel à la coupe lorsqu'il existe. Hormis les produits de marque, les enseignes segmentent leur offre en piécée selon 2 à 4 gammes. Cette organisation varie en fonction de la taille, de la clientèle et donc de la localisation du magasin.

Le segment supérieur, rayon à la coupe et libre-service confondus, écoule en général 15 à 20% des volumes et valorise des races à viande ou des races locales, des produits répondant à un cahier des charges (proximité, pratiques agricoles vertueuses, rémunération de l'éleveur...) ou avec un label (Label Rouge, bio, Bleu Blanc Cœur...). Le bio commercialisé en GMS a progressé de 50% bien qu'il ne représente encore que de faibles volumes (13 800 téc en 2017), et qu'il souffre d'une perception de cherté. Les tonnages commercialisés en GMS sous SIQO (Label Rouge, AOP, IGP) ont quant à eux progressé de 31% en 3 ans à 8 200 téc en 2017.

Pour la plupart des magasins, la majorité des ventes concerne le segment « milieu de gamme ». Toutefois, face à des segments supérieurs et entrée de gamme dynamiques, le milieu de gamme est en difficulté. Il est principalement constitué de vaches charolaises ou d'autres races allaitantes parfois mixtes. On retrouve des JB dans les zones historiques de consommation (Est, Rhône-Alpes notamment). Certains magasins ont développé un approvisionnement en jeunes femelles (18 à 26 mois) de race allaitante ou croisée, parfois appelées « génisses primeur ». Ces jeunes femelles procurent une viande de tendreté garantie, des portions plus petites et un prix portion en conséquence.

L'entrée de gamme est approvisionnée avec des vaches de races laitières. Elle représente 10 à 20% des volumes vendus. On peut y trouver un peu de viande d'import, notamment des morceaux tels que la bavette et l'onglet dont le prix est particulièrement attractif car ils sont peu consommés ailleurs en Europe. Dans certaines enseignes et magasins, la clientèle aux revenus contraints est davantage portée sur cette offre moins chère. Les magasins écoulent 40 à 50% de leurs volumes en entrée de gamme.

Les promotions qui totalisent 10 à 20% des ventes proposent des viandes d'animaux de type laitier, parfois d'importations, mais elles peuvent également se faire sur de la viande de « fond de rayon ». Les clients y restent attentifs et réactifs.

Toutefois, la mise en œuvre de la loi EGalim promulguée en novembre 2018 pourrait perturber la segmentation car elle prévoit de relever le seuil de revente à perte à 10% et de limiter à 34% les remises lors des promotions sur les produits alimentaires.

SEGMENTATION DE LA VIANDE BOVINE PIÉCÉE EN GMS

Segment	Approvisionnement	Part de la viande brute	
Supérieur	Races à viande ou locales, cahiers des charges, labels	15-20% (en hausse)	
Milieu de gamme	Races à viande, charolaise, un peu de croisé et type mixte	60-70%	15-20%
Entrée de gamme	Laitier, un peu de mixte et d'import	10-20%	40-50%
Promotion	Laitier, import et déstockage de fond de rayon	10-20% (maintien ou hausse)	

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



Rayon viande en libre-service dans une GMS.

Attentes et budget du consommateur : moins mais mieux ?

Les enseignes enquêtées soulignent toutes la montée des attentes des consommateurs. Ces derniers s'inquiètent de différentes problématiques : bien-être animal, environnement, santé, origine locale, rémunération de l'éleveur... Bien que ces préoccupations soient partagées par un grand nombre, les régimes stricts de végétarisme et végétalisme concernent moins de 2,5% des foyers français, d'après une étude Kantar World Panel (sept. 2018 - 12 000 répondants). Cette même étude souligne que le « flexitarisme » concerne près d'un tiers des foyers malgré l'absence de définition de ce régime.

Les SIQO se développent en réponse à ces évolutions mais ils restent une niche (voir chapitre 1). La mise en œuvre du plan de filière d'Interbev devrait donner au Label Rouge un coup d'accélérateur.

Le budget reste pour beaucoup le premier frein à l'achat de produits carnés et les promotions en magasin sont plébiscitées. Certaines enseignes proposent des portions de viande de plus en plus petites pour afficher un prix « repas » plus bas. L'approvisionnement s'oriente alors vers des carcasses de taille réduite.

Rayon traditionnel : stabilisation

Depuis une dizaine d'années, les enseignes sont dans une logique de création de rayons traditionnels alors que ceux-ci avaient été délaissés. Avec une offre plutôt haut de gamme, ces comptoirs dynamisent les ventes, rehaussent l'image des magasins, fidélisent les clients et assurent d'écouler tous les muscles.

Aujourd'hui, une grande partie des magasins ont des rayons traditionnels à la coupe, sauf clientèle particulière, par exemple à bas pouvoir d'achat. Ils permettent avant tout de dynamiser le rayon viande. Des stratégies sont mises en place pour former la main d'œuvre

nécessaire à leur réussite. Ces rayons s'adressent à une clientèle exigeante et proposent une viande plutôt haut de gamme valorisant des races allaitantes ou locales et produites sous labels ou cahiers des charges. Ils sont une vitrine de savoir-faire. Lorsque les bouchers en ont les compétences et que le terroir s'y prête, l'approvisionnement peut se faire à l'animal, chez l'éleveur.

Les rayons trad' permettent d'écouler toutes les pièces des carcasses, quartiers et compensés, d'autant que le haché frais y est aussi le produit le plus demandé.



Rayon boucherie traditionnelle au sein d'une GMS.

4

BOUCHERIE ARTISANALE : UN SECTEUR TRÈS HÉTÉROGÈNE

Le secteur de la boucherie artisanale reste un débouché prioritaire pour les femelles allaitantes françaises. Toutefois, entre le développement des circuits rituels et des chaînes de boucherie, la demande du secteur est de moins en moins uniforme. L'approvisionnement en muscles sous-vide prêts à découper progresse comme dans les autres segments.



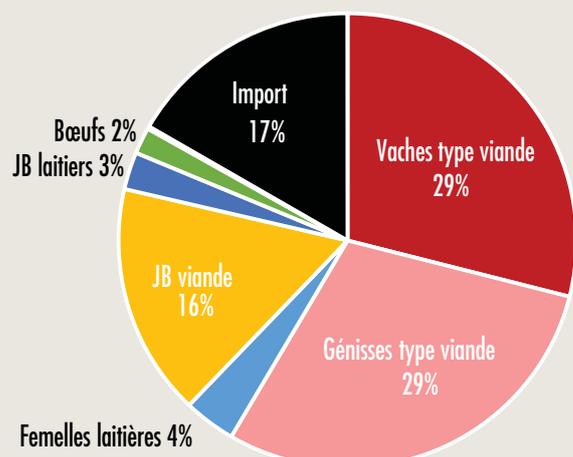
Les femelles allaitantes toujours prépondérantes

On dénombre 13 000 entreprises artisanales disposant de 18 000 points de ventes dans le secteur de la boucherie. Ceux-ci ont écoulé 11% du boeuf vendu en France en 2017, contre 14% en 2014. 58% des approvisionnements des boucheries concernent des femelles allaitantes, répartis équitablement entre vaches et génisses selon nos estimations. Les achats de carcasses ou demi carcasses de femelles allaitantes ont la préférence des boucheries non rituelles. Au besoin, l'approvisionnement en carcasse est complété par des achats de muscles sous vide prêts à découper (PAD), pour coller à la demande.

20% des viandes vendues dans les boucheries sont issues de taurillons. Cette viande est destinée principalement aux boucheries rituelles (halal ou casher) dont le nombre progresse régulièrement. Ces établissements proposent en général une gamme de pièces et de viandes plus restreinte et moins chères que les boucheries conventionnelles sauf pour les casher.

Toutefois, ces boucheries qui achetaient essentiellement des quartiers avant par le passé s'approvisionnent aujourd'hui de plus en plus en carcasses entières, voire en quartiers arrières et même parfois en femelles, afin de répondre à une clientèle qui s'est largement diversifiée.

APPROVISIONNEMENT DES BOUCHERIES FRANÇAISES EN 2017



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

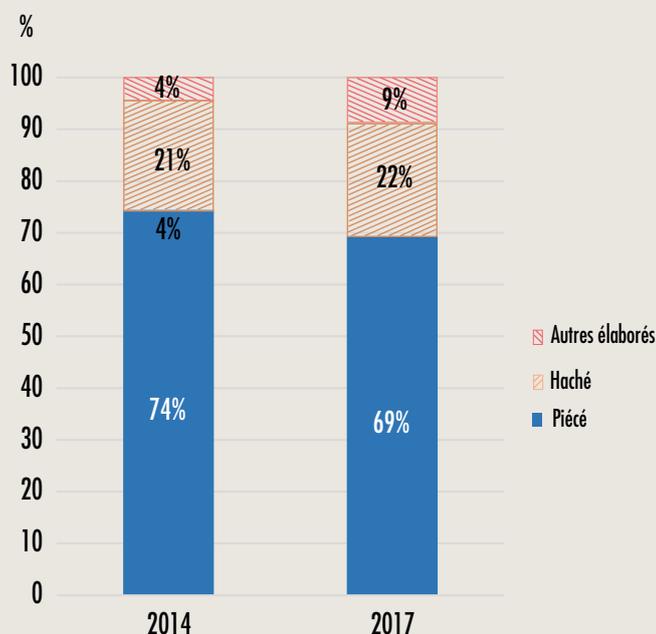


Boucherie halal à Chalon sur Saône proposant des pièces à griller et à rôtir issues de vaches R+.



Dans cette boucherie de Suresnes, les races étrangères sont mises à l'honneur : Angus, Galice, Wagyu et Simmental côtoient les pièces de Limousines et Blondes d'Aquitaine.

FORMES DE VENTE EN BOUCHERIE TRADITIONNELLE



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

L'import représentait 17% des volumes en 2017. Il ne s'agit pas d'une catégorie homogène : on y retrouve aussi bien des viandes « entrée de gamme » que des viandes haut de gamme en PAD ou en carcasses. La viande d'import est plus présente dans les régions éloignées des zones d'élevage, notamment dans le Sud-Est de la France et la région parisienne. La viande de Simmental allemande semble en particulier prisée, outre pour son prix, pour son persillé et la maîtrise de sa maturation.

Des formes de vente qui s'adaptent à la clientèle

Les ventes de viande en boucheries restent très majoritairement réalisées sous forme de **viande piécée**. Cette forme de vente correspond au travail classique du boucher débitant des carcasses. Ce format est néanmoins en recul, avec 69% des volumes vendus en 2017 contre 74% en 2014. Ceci s'explique par l'évolution des attentes de la clientèle : comme tous les autres segments de la filière, la boucherie doit s'adapter à une demande de plus en plus forte pour des produits rapides à préparer. Les ventes de pièces traditionnelles sont affectées par ce mouvement et en particulier les morceaux à cuisson lente : pièces à braiser, pot au feu... Les ventes de produits piécés sont également confrontées à la rationalisation des achats des consommateurs, notamment en termes de taille des pièces.

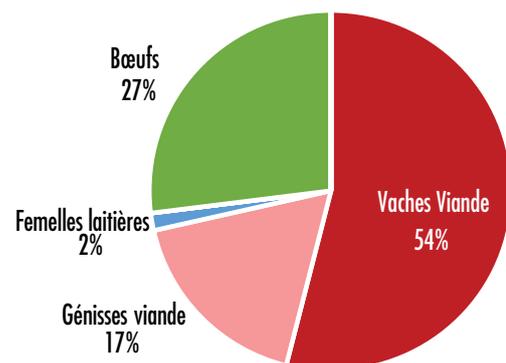
Le haché concentrait 22% des viandes vendues en boucherie en 2017. Son développement semble ralentir après être passé de 13% des volumes en 2009 à 21% en 2014. Depuis 2014 ce sont les autres élaborés : principalement les plats cuisinés qui ont gagné des parts de marchés en boucherie, passant de 4% en 2014 à 9% des ventes en 2017. Le développement du haché et des élaborés pose toujours le problème de la valorisation. Autrefois produits annexes destinés à assurer l'équilibre carcasse, ces gammes doivent aujourd'hui davantage participer à la création de valeur.

Un élément nouveau observé en 2017 semble être le développement de la **fourniture de la restauration collective** par certaines boucheries. Dans les cantines imposant un approvisionnement de viande d'origine française, certaines boucheries s'organisent pour proposer des produits adaptés aux collectivités, ce qui nécessite un atelier de découpe agréé. Les viandes proposées permettent d'assurer l'équilibre des carcasses dans un contexte de moindre consommation de certaines pièces par les ménages.



Cette boucherie de Bourgoin Jallieu a développé un rayon traiteur à part entière
Source de la photo <http://www.missbeef.com/nos-produits/traiteur>

Origine des viandes vendues en vente directe en 2017



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

La vente directe sort de la confidentialité

La vente directe reste un débouché modeste et difficile à appréhender pour la filière bovine. Elle est toutefois en développement et concernait 41 000 téc en 2017 selon nos estimations, soit 3% de la viande bovine commercialisée en France. L'importance de la vente directe est très variable entre les catégories animales. Insignifiante pour les femelles laitières et les JB, elle valorise 17% des bœufs, 7% des vaches allaitantes et 5% des génisses allaitantes. Selon nos estimations, les volumes vendus en direct en France en 2017 étaient composés à 54% de vaches allaitantes, à 17% de génisses de type viande et à 27% de bœufs. Ces derniers sont en effet mal valorisés dans les filières longues, qui demandent en général des animaux standardisés.

La vente directe est finalement un débouché non négligeable, mais encore méconnu. Son développement résulterait d'une volonté des éleveurs de reprendre contact avec le consommateur tout en obtenant une meilleure valorisation de leurs animaux dans un contexte de prix moroses. Le besoin de réassurance sur l'origine de la viande et le mode de production des animaux mais aussi le désir d'authenticité et la volonté d'une juste rétribution de l'éleveur sont les principales motivations des consommateurs pour des achats en direct.

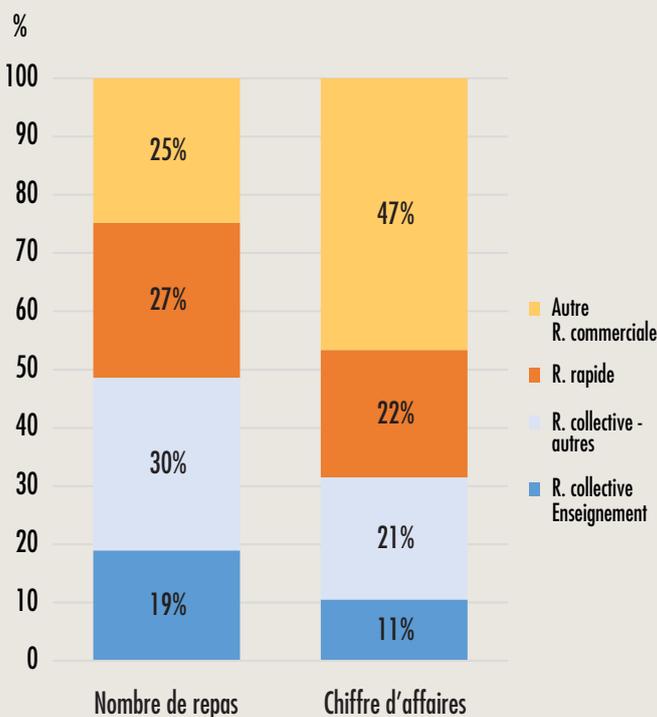
5

LA RHD, du piécé au *burger*, la part de viande française progresse

La consommation de viande bovine en restauration hors domicile (RHD) a progressé entre 2014 et 2017. Le développement du *burger*, que ce soit en restauration rapide, en restauration commerciale à table et plus modérément en restauration collective, modifie les équilibres. La part de la viande française s'est par ailleurs accrue, avec les efforts de la restauration scolaire pour proposer du VBF et le boum des *burgers* haut de gamme concoctés à partir de viande fraîche.



IMPORTANCE DES DIFFÉRENTS TYPES DE RHD EN 2017



La RDH, un secteur composite

Le secteur de la RHD est composé de plusieurs segments. La restauration collective assure près de 49% des repas pris à l'extérieur, mais ne compte que pour 32% du chiffre d'affaires du secteur. A l'inverse, la restauration commerciale compte pour près de 51% des repas principaux (déjeuner ou dîner) pour près de 68% du chiffre d'affaires.

La restauration hors foyer est schématiquement découpée en deux grands segments.

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, restaurants d'entreprise, armée, prisons... Elle est en général fortement contrainte par le prix, le ticket moyen (chiffre d'affaires/nb de repas) y était de 5,85 € en 2017. La restauration scolaire est le premier segment de la restauration collective, tant en nombre de repas qu'en chiffre d'affaires. Le ticket moyen y est de 5,02 €/repas. Attention, ce prix couvre l'ensemble de la prestation. Le coût denrée se situant le plus souvent entre 1 et 2 euros par repas.

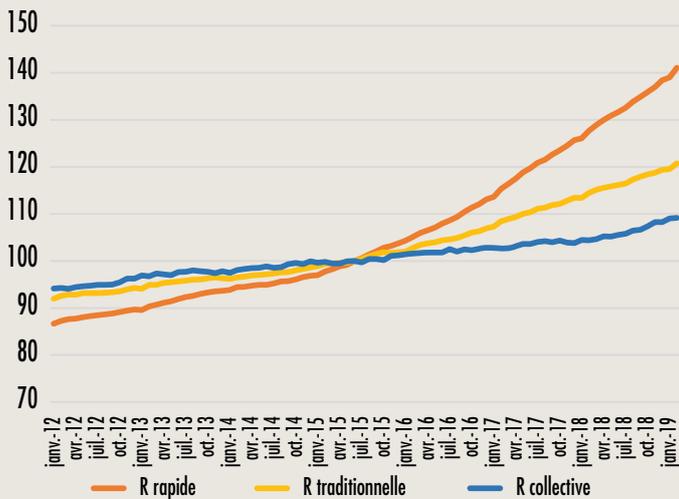
La restauration commerciale rassemble tous les autres repas pris hors domicile. On y retrouve notamment :

- **la restauration rapide**, composée des grandes chaînes de fast-food (McDonald's, KFC, Burger King...), les sandwicheries spécialisées, les restaurants thématiques indépendants à service au comptoir (kebabs, burgers, pizzas, traiteurs). Le ticket moyen dans ce secteur est de 7,42 €.

- **la restauration traditionnelle à table**, où le ticket moyen atteint 17,25 €.

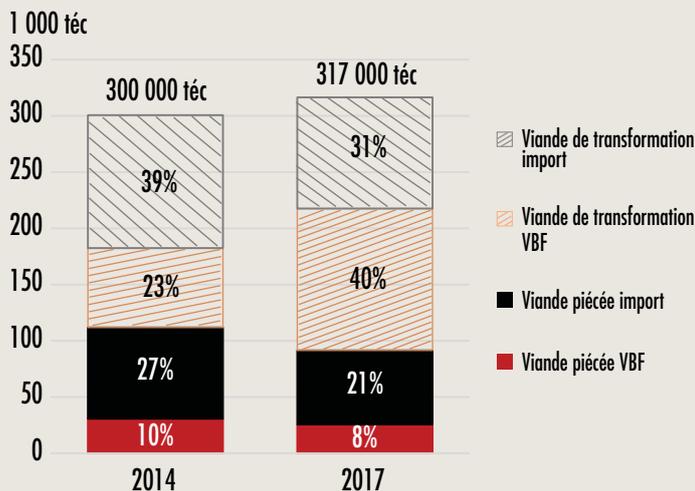
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après GIRA Foodservice

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES 3 GRANDS TYPES DE RESTAURATION BASE 100 EN 2015, MOYENNE MOBILE 12 MOIS



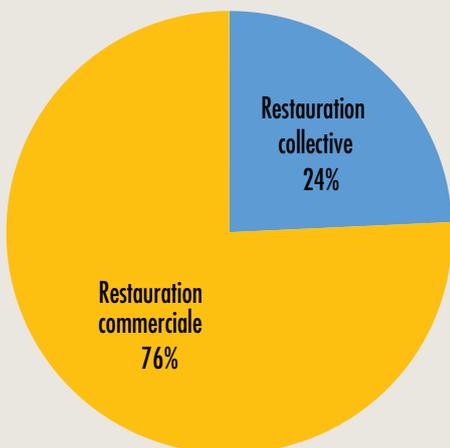
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après INSEE

LA CONSOMMATION DE VIANDE BOVINE EN RHD PROGRESSE



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

LA VENTILATION DES VOLUMES DE VIANDE BOVINE EN RHD EN 2017



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

Tous les segments de la restauration hors domicile ont vu leur chiffre d'affaires progresser depuis 2010. Entre 2014 et 2017, celui de la restauration rapide a bondi de 26% d'après l'INSEE quand celui de la restauration traditionnelle progressait de 5% et celui de la restauration collective de 3%.

Les évolutions sociodémographiques ont en effet conduit à une croissance forte de la restauration rapide : accélération des rythmes de vie, métropolisation de l'emploi, renouvellement des générations et changement des habitudes alimentaires, déstructuration des repas... Le marché du *fast-food* s'est adapté, avec l'ouverture de restaurants : agrandissement du parc des enseignes existantes, nombreuses créations d'enseignes diversifiant les concepts, ouverture de restaurants indépendants (burgers, pizzas...).

La consommation de viande bovine en RHD progresse

+6% en 3 ans pour les volumes destinés à la RHD : la progression de la fréquentation dans tous les segments de la restauration et en particulier en restauration rapide a conduit à une hausse des volumes de viande bovine consommés en RHD. Entre 2014 et 2017, les volumes destinés au segment de la RHD ont augmenté de 17 000 téc (+6%) à 317 000 téc. Finalement, la viande se consomme de moins en moins à domicile et de plus en plus au restaurant.

71% de viande transformée : Le développement du burger en restauration traditionnelle et la progression de la fréquentation en *fast-food* ont conduit à une forte hausse de la proportion de viande transformée dans l'approvisionnement du secteur RHD, passant de 62% en 2014 à 71% en 2017. A l'inverse, le piécé ne représente plus que 29% des volumes consommés.

Les tonnages de viande française écoulee en RHD ont progressé de 50% ! En effet, la part de la viande française s'est globalement renforcée, passant de 33% à 48% des tonnages utilisés. Le développement du burger haut de gamme à partir de viande fraîche en restauration commerciale conduit à utiliser plus de viande française pour une meilleure maîtrise du risque sanitaire. Au sein de la viande piécée, la viande française a également progressé, en raison notamment de l'évolution de la demande de nombreuses collectivités.

76% du volume absorbé par la restauration commerciale

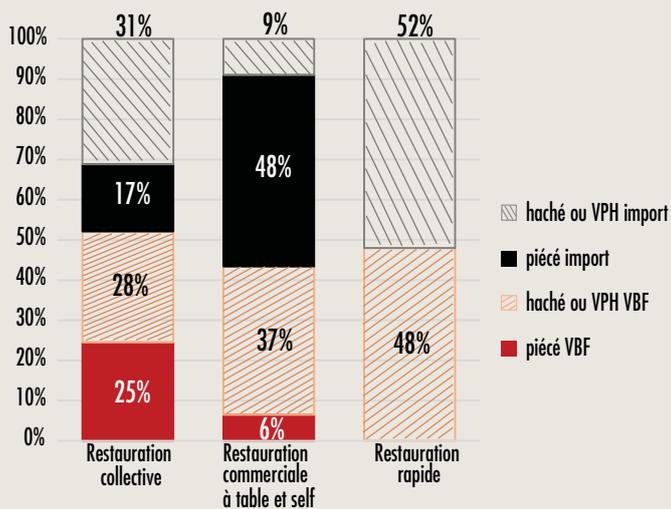
Bien que la restauration collective représente près de la moitié des repas pris hors domicile, elle n'absorbe que 24% des volumes de viande bovine absorbés par le secteur de la RHD. En effet, la viande bovine y est moins présente qu'en restauration commerciale, où elle est surreprésentée, en particulier en restauration rapide, mais aussi en restauration à table avec le développement du *burger*. Par ailleurs, en restauration collective, les portions de viande sont en moyenne inférieures aux portions servies en restauration commerciale, la restauration scolaire représentant 39% des repas servis, contre 14% pour la restauration d'entreprise.



Restauration collective hors domicile.

5 LA RHD, du piécé au burger, la part de viande française progresse

ORIGINE DE LA VIANDE BOVINE DESTINÉE À LA RHD EN 2017



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

Type de viande dans chaque segment

Chaque segment de restauration a un profil d'approvisionnement différent. La **restauration collective** utilisait 52% de viande française en 2017 selon nos estimations. Cette part a progressé fortement depuis 2014, la part de la viande française étant à l'époque de 33% seulement. Ceci vient de la volonté de certaines collectivités de rationaliser leur approvisionnement et explique notamment les volumes conséquents de viande piécée VBF (25% du total des approvisionnements), peu utilisée en restauration commerciale.

En **restauration commerciale**, la viande piécée est rarement d'origine France. Le VBF concerne soit des restaurants haut de gamme qui ont plus de marge sur le prix d'achat, soit certains muscles moins chers et qui peuvent être découpés sans être dénaturés. Dans tous les cas, la taille de la portion est un critère important et a donc un impact sur l'approvisionnement des pièces à griller qui ne peuvent pas être recalibrées au moment du service, à l'inverse des sautés, émincés ou carpaccio par exemple. Par ailleurs, les pièces à griller ne doivent pas être trop grandes afin de pouvoir proposer un accompagnement dans la même assiette et elles doivent être assez épaisses pour pouvoir supporter tous les types de cuisson. Ceci explique que les entrecôtes et faux-filet vendus en restauration soient principalement issus d'animaux de petit gabarits, et donc essentiellement de vaches de type lait afin également d'être compétitif sur les prix. Sur les pièces les plus prisées, les restaurateurs se tournent souvent vers l'import, invoquant le manque de disponibilités en viande VBF, orientée principalement vers la GMS, et le manque de régularité dans la qualité, inférieure à ce qu'offre la viande allemande par exemple. Le prix est également une raison de se tourner vers l'import. En restauration haut de gamme, on peut proposer des pièces de races allaitantes françaises, mais on servira alors de la noix d'entrecôte ou du cœur de faux-filet, le reste du muscle pouvant être utilisé dans d'autres recettes (brochettes, émincés...).

L'évolution la plus marquante sur le segment de la restauration commerciale est sans doute le **boom du burger**. En 2017, 46% des volumes de viande bovine destinés à la restauration traditionnelle étaient de la viande hachée. Sur le segment du burger haut de gamme proposant des produits à base de viande fraîche, la viande est quasi systématiquement d'origine française pour des raisons sanitaires.

En **restauration rapide**, la viande bovine est particulièrement à l'honneur dans les chaînes de hamburger. Elle l'est également dans les restaurants de kebab, qui servent par ailleurs eux aussi de plus en plus de *burgers*. Enfin, les concepts « exotiques » qui se développent peuvent également servir de la viande bovine (tacos, autres cuisines ethniques, et dans une moindre mesure pâtes, pizza). En 2017, nous avons estimé que 48% de la viande bovine utilisée en restauration rapide était d'origine française. Si les leaders du secteur, ainsi que les petites chaînes haut de gamme, tentent de maximiser l'origine France, ce n'est pas le cas des autres enseignes qui se fournissent principalement en viande d'import.



Origine des viandes dans une brasserie parisienne en octobre 2019

Le burger, devant le jambon beurre

Grâce à un profond changement d'image, le *burger* est devenu le plat de plus consommé par les Français hors domicile. D'après Gira Conseil, le *burger* a doublé le jambon-beurre en 2017, avec 1,46 milliard d'unités vendues (+9% /2016), contre 1,21 milliard pour le jambon-beurre, alors que ces deux produits phares étaient encore à égalité en 2016.

En 2017, 85% des restaurants traditionnels avaient des burgers à leur carte et bien souvent les cartes dédiaient une page entière aux *burgers*, quand ce n'était pas 2. Le burger remporte un vif succès auprès des consommateurs et a dépassé les clivages générationnels. Quant aux chefs de cuisines, ils y trouvent la possibilité d'exercer leur créativité grâce à une grande liberté de composition. Ce produit leur permet également d'afficher une origine France, voire une race à viande, tout en gardant un prix maîtrisé. Même les chefs étoilés s'y sont mis.

Ainsi, ce sandwich, synonyme de « malbouffe » il y a encore quelques années, a bénéficié d'un profond changement d'image. Il est vu aujourd'hui comme un plat équilibré avec toutes les composantes d'un repas : pain, viande, fromage, salade... et contrairement au jambon beurre, il peut se renouveler dans sa composition et permet de manger chaud.



Source : Les Echos/GIRA Conseil

La livraison de repas à domicile est en plein boom !

Les plates-formes en ligne telles que Deliveroo, Uber Eats, Just Eat, Resto In, Frichti ou Nestor ont considérablement accéléré le développement de la livraison de repas à domicile en agrégeant les offres et en multipliant les possibilités de repas. D'après les estimations du cabinet *Food Service Vision*, la livraison à domicile représentait 5% du chiffre d'affaires de la restauration commerciale en 2018, soit plus de 3 milliards d'euros. Selon les données du cabinet NPD, le nombre de livraisons de repas aurait augmenté d'environ 20% par an depuis trois ans et aurait atteint 160 millions de repas sur les 9 premiers mois de 2018.

D'après l'observatoire DATAlicious by Just Eat, qui travaille avec 11 000 restaurants partenaires en France, la pizza a conservé la 1^{ère} place avec toujours près de 27% des commandes passées en 2019, suivi de la gastronomie japonaise et ses fameux sushis (près de 20% des commandes). Le *burger* a poursuivi sa progression pour atteindre 16,5% des commandes. D'autres spécialités contenant de la viande se sont développées en 2019 : le tacos (4,5% des commandes) et le kebab (2,5%). Les plats végétariens se hissent à la 29^{ème} place avec une multiplication par 8 du nombre de plats commandés en un an.

Point méthode : Dans notre étude, les volumes de viande bovine écoulés à travers la livraison de repas entrent dans la catégorie « restauration hors domicile ». En effet, ils sont compris dans les achats des acteurs de la restauration commerciale, bien qu'ils soient parfois ensuite consommés à domicile.

La restauration collective, entre prix et qualité

La restauration collective est particulièrement contrainte par les coûts, mais la recherche de qualité est devenue une réalité dans certains segments, en particulier en restauration scolaire où la demande pour l'origine France est devenue la règle.

Dans les cahiers des charges pour la restauration scolaire, avant même la loi EgGAlim, les collectivités ont introduit des demandes de type « né, élevé, abattu dans un même État membre », « race à viande », « label », « bio » afin de s'assurer de la qualité et de l'origine de la viande servie. D'après les opérateurs, même l'enseignement privé basculait en VBF en 2018.

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 se cachent dans la sauce.

Dans les segments santé et social, le prix reste le critère numéro 1 et l'origine est rarement prise en compte. Toutefois, le marché est chamboulé par le boom du haché en Europe qui a renchéri les prix des avants et ceux de morceaux comme la joue de bœuf, très prisée dans les EHPAD, la joue pouvant entrer dans la fabrication de haché dans certains États membres.

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 (7,99 €). En outre, la restauration d'entreprise s'adresse à des usagers qui ont souvent le choix avec d'autres alternatives (restauration de quartier, sandwicherie, repas amené de la maison ou du supermarché...). Elle doit donc offrir un choix attrayant à ses clients.

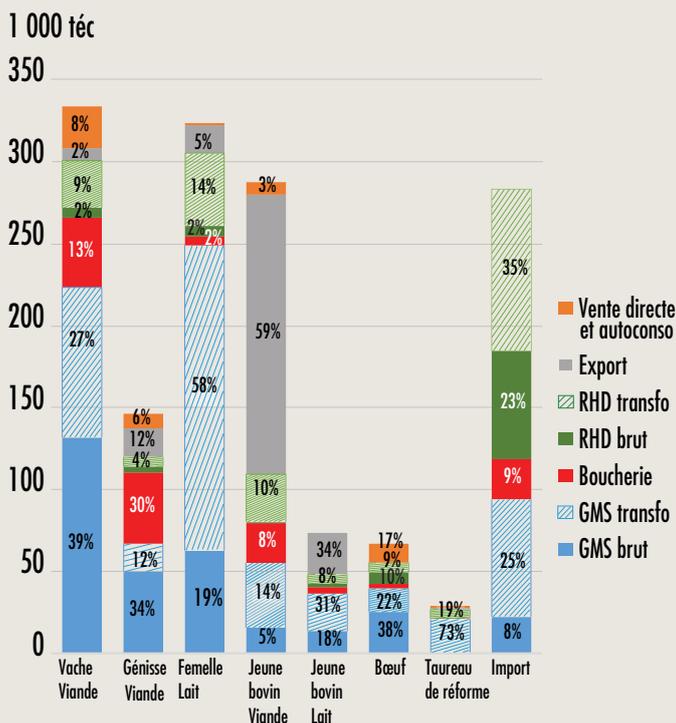
6

DÉBOUCHÉS POUR LES DIFFÉRENTS TYPES DE BOVINS

La part croissante de la transformation en viande bovine concerne toutes les catégories d'animaux. La valorisation des carcasses de femelles de type viande est parfois problématique. Les carcasses lourdes peinent parfois à trouver preneur avec un approvisionnement de plus en plus en flux tendu et des portions à la vente réduites. Il en va de même à l'export pour les JB viande. A l'inverse, les réformes laitières conviennent aux industriels qui les valorisent en transformation, bien qu'ils déplorent leur manque de finition.



DÉBOUCHÉS POUR CHAQUE TYPE DE BOVIN ET POUR LA VIANDE D'IMPORT



Quelle valorisation des animaux qualitatifs avec le boom du haché

La hausse de la transformation s'est faite d'abord sur les femelles de type lait, mais elle touche aussi les animaux de type viande. Le développement du haché en particulier rémunère insuffisamment ces animaux plus qualitatifs.

Les **femelles de type lait** passent aux trois quarts en transformation, elles enregistrent la plus forte hausse sur ce débouché entre les enquêtes 2014 et 2017. Pour les vaches de type viande, ce sont 36% du volume total qui passent à présent par le hachoir. Les carcasses haut de gamme sont peu concernées, mais la proportion de viande transformée est importante pour les vaches de type viande les moins bien conformées. Les JB et génisses viande sont encore préservés avec respectivement 24% et 16% des volumes qui sont transformés.

Selon les opérateurs, la tendance se poursuivra dans les années à venir avec le **succès toujours croissant du haché**, premier produit de la transformation. Sa segmentation se fait d'abord sur des critères techniques comme le pourcentage de matière grasse. Le haché haut de gamme avec SIQO ou mention d'une race fait son apparition. L'équilibre de la valeur des carcasses est en mutation avec le recul du piécé plus rémunérateur alors que le prix moyen du haché progresse et devrait continuer de progresser.

La valorisation des carcasses de bovins de type viande repose encore majoritairement sur les découpes nobles.

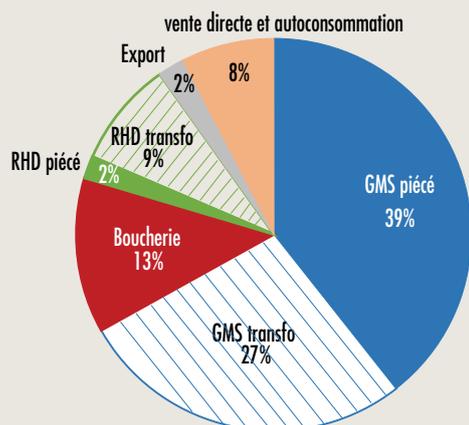
Les **GMS** et les **boucheries** boudent de plus en plus les **carcasses lourdes**. La gestion de tels animaux est plus difficile avec la baisse des volumes écoulés, les achats de portions réduites mais aussi la saisonnalité plus marquée des achats.

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

La vente directe et l'autoconsommation concernent principalement des animaux de type viande avec 8% des vaches allaitantes et 6% des génisses. 17% des bœufs sont également commercialisés via ce canal, qui valorise mieux les animaux mais nécessite du travail et un savoir-faire supplémentaire pour l'éleveur (logistique et commercialisation).

La boucherie artisanale, en perte de vitesse, travaille également en majorité avec des races de type viande avec une préférence pour les femelles (13% des vaches et 30% des génisses) qui représentent 58% de ses approvisionnements (29% de génisses et 29% de vaches de race à viande).

UTILISATION DES VACHES DE TYPE VIANDE



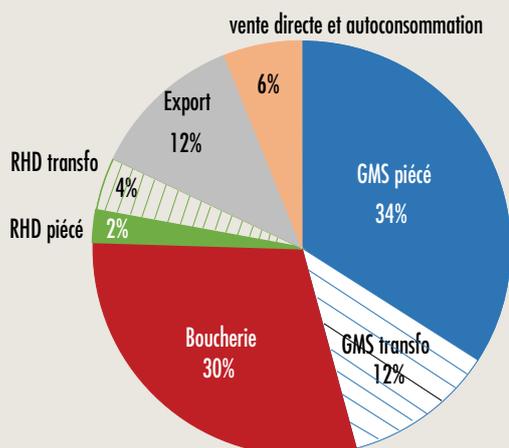
Source : GEB - Idele d'après SPIE, BDNI, Normabev, Eurostat, Prodcop, CRI, Kantar et enquêtes

POIDS MOYEN DES CARCASSES DE VACHES DE TYPE VIANDE À L'ABATTAGE

Kg de carcasse	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Charolaise	410	412	411	418	424	424	419
Limousine	378	382	382	390	398	402	397
Blonde d'Aquitaine	458	457	457	466	473	480	477
Total type viande	397	401	402	409	414	416	412

Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après SPIE et Normabev

UTILISATION DES GÉNISSES DE TYPE VIANDE ABATTUES EN FRANCE EN 2017



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

Vaches de type viande : 36% en transformation

Malgré le repli des fonds de rayon souvent approvisionnés avec des races à viande, la GMS reste le premier débouché pour les vaches de race à viande.

Deux tiers des viandes de vaches allaitantes sont vendus en GMS dont 1/3 sous forme de viande hachée et transformée. Avec une clientèle au pouvoir d'achat souvent supérieur, la vente directe et la boucherie de détail parviennent mieux à valoriser ces animaux avec des prix de vente plus élevés au détail.

L'offre haut de gamme au rayon traditionnel des GMS croît. Elle s'appuie sur des cahiers des charges spécifiant l'origine et/ou la race et parfois un label. La montée en puissance de l'entrée de gamme et celle du segment supérieur pénalisent le fond de rayon allaitant qui représente les volumes les plus importants, alors même que les disponibilités en viande de vache allaitante ont crû de 7% par rapport à 2014. Une part croissante de la carcasse entre à présent dans la transformation, le recul des ventes en viande brute pèse sur la valeur globale des carcasses.

Les bêtes les plus lourdes ne trouvent plus toutes preneurs et elles ne correspondent pas aux nouvelles attentes de certains industriels et bouchers.

Depuis 2014, le poids moyen annuel des carcasses de vaches de type viande à l'abattage a progressé de 2,4 kg, atteignant 412 kg en 2017 (+1% /2014). La hausse est même de 14 kg (+4%) par rapport à 2011. Elles avaient en moyenne 7,5 ans à l'abattage, soit 1,5 mois de plus qu'en 2014 (+2%). Les conformations des carcasses sont plutôt stables avec 61% de R et 25% de E ou U.

La majorité des acheteurs des boucheries et des rayons viande en GMS demandent des carcasses de taille modérée. Les vaches pesant plus de 500 kg éc sont plus difficiles à vendre alors que leur effectif a progressé. Elles représentaient 13% des vaches de race à viande en 2017 contre 11% en 2014 et 8% en 2011.

Génisses allaitantes : petites carcasses et image de qualité

La praticité de leurs carcasses moins lourdes et l'image de qualité de leur viande dynamisent la demande en génisses de race à viande qui occupent les segments supérieurs. Très appréciées des bouchers, elles alimentent pour une part importante les GMS

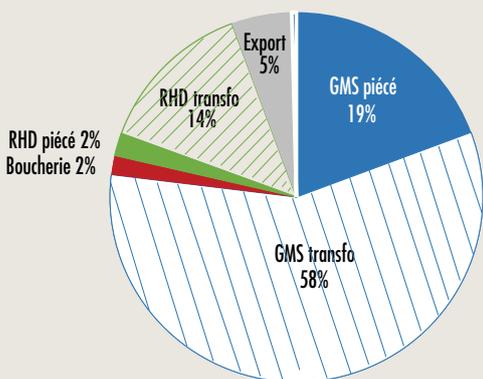
Les génisses de race à viande sont prisées pour leurs carcasses légères, de 382 kg en moyenne en 2017. La dimension des carcasses facilite la gestion des stocks pour les distributeurs. Les muscles sont de taille réduite, en phase avec la demande de portions plus petites pour les consommateurs. Leur viande est aussi réputée plus tendre, ce qui est apprécié en GMS et en boucherie. La couleur plus claire de la viande est prisée des clients en boucherie rituelle.

La part de transformation de ces animaux n'est que de 16%.

Un peu moins de la moitié des génisses de race à viande sont vendues en GMS. Elles y occupent plutôt le segment supérieur et, dans une moindre mesure, le fond de rayon allaitant. Leurs atouts expliquent la mise en place de contrats sécurisant l'approvisionnement en « petites génisses ». Selon leur âge à l'abattage (14-30 mois), elles sont appelées « génisses primeurs » ou « babynettes ». Dans ces contrats couvrant des volumes encore minimes, les poids des carcasses sont limités à 360 voire 300 kg et des critères de race ou d'origine géographique peuvent entrer en jeu. Avec une distribution des âges et poids à l'abattage assez large, l'offre en génisses couvre finalement une offre de produits variée. Les boucheries traditionnelles constituent le second débouché pour les génisses, avec 30% des volumes. 12% des tonnages sont ensuite destinés à l'export, où elles se placent sur des segments proches de ceux des JB de type viande. La part destinée à l'autoconsommation et à la vente directe (6%), est plus faible qu'en vaches allaitantes ou en bœufs. La demande en génisses de race à viande est différenciée, mais croissante sur tous les circuits. Elles

6 DÉBOUCHÉS POUR LES DIFFÉRENTS TYPES DE BOVINS

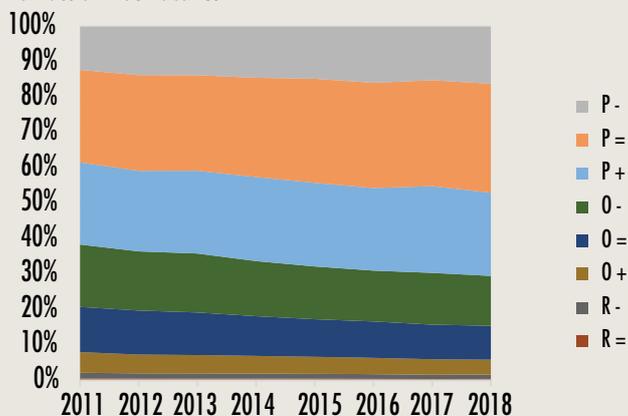
UTILISATION DES FEMELLES DE TYPE LAIT ABATTUES EN FRANCE EN 2017



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

CONFORMATION DES VACHES DE TYPE LAIT À L'ABATTAGE

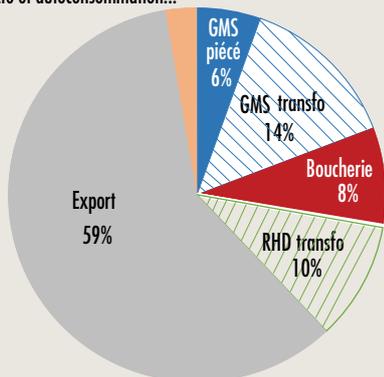
Part des animaux abattus



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après SPIE-Normabev

UTILISATION DES JB DE TYPE VIANDE ABATTUS EN FRANCE EN 2017

vente directe et autoconsommation...



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après SPIE, BDNI, Normabev, Eurostat, Prodcum, CRI, Kantar et enquêtes

entrent en concurrence avec les vaches de type viande sur les segments supérieurs. L'offre s'en trouve modifiée avec un alourdissement des carcasses de +7,4 kg éc en moyenne entre 2014 et 2017 (soit +2%) ; tandis que l'âge à l'abattage a progressé de près de 15 jours sur la même période à 33 mois en moyenne (+2%).

Femelles laitières : recherchées pour la transformation et appréciées en GMS

Les femelles de type laitier, au prix bas, sont appréciées pour la transformation qui utilise de plus en plus de carcasses entières. La viande piécée issue de vaches laitières alimente par ailleurs l'entrée de gamme et les promotions en GMS, qui se portent plutôt bien. Les industriels déplorent toutefois une très nette dégradation de leur finition.

72% de la viande issue de femelles laitières a été transformée en viande hachée ou incorporée dans des plats préparés en 2017. Avec la hausse de la demande en haché notamment, de plus en plus de carcasses sont entièrement transformées. Les industriels recherchent ces animaux qui permettent également de répondre à la demande croissante en catégoriel avec une partie des arrières.

La GMS est le premier débouché des femelles de type lait. Elles alimentent les promotions et l'entrée de gamme qui sont stables ou en croissance dans toutes les enseignes. La RHD utilise 16% des volumes de ces animaux, principalement en transformé. Toutefois, une part restreinte de ces femelles, de races mixtes, alimente des segments plutôt haut de gamme comme les Normandes. Des éleveurs laitiers en Bio valorisent également fréquemment leurs vaches de réformes en vente directe pour compléter une offre en produits laitiers par exemple.

Les opérateurs déplorent que de plus en plus de femelles de type lait arrivent maigres (états 1 et 2 d'engraissement) à l'abattoir. La qualité de la viande piécée s'en ressent et ces femelles maigres sont alors orientées tout entières vers la transformation pour laquelle elles manquent toutefois de matière grasse.

Le poids des carcasses des vaches de type lait était en légère baisse en 2017 à 313 kg en moyenne (-1kg ou /2014) alors qu'elles étaient abattues plus jeunes, à 5,9 ans (-3,5%/2014).

Les conformations des femelles de type lait se sont dégradées ces dernières années. Si depuis 2011, 98% des vaches sont conformées O ou P à l'abattage, on constate un transfert vers les moins bonnes conformations au sein de ces deux catégories. En 2017, 70% des réformes laitières étaient conformées P contre 66% en 2014 et 62% en 2011. 29% étaient classées O, contre 32% en 2014 et 36% en 2011. La part de femelles P1 (conformation P, état d'engraissement 1) a atteint 13% en 2017 en conventionnel et a dépassé les 20% en bio.

JB viande : principalement à l'export

Principalement destinés à l'export, les JB viande sont également présents en RHD et en GMS, notamment après transformation. Les morceaux d'une même carcasse sont envoyés à des clients différents, qui boudent les animaux les plus lourds.

59% des tonnages de JB viande sont destinés à l'export. En 2017, dans un contexte de production en baisse, les envois étaient stables. Les principales destinations sont l'Italie, l'Allemagne et la Grèce. Traditionnellement, l'Italie est plutôt consommatrice d'arrières et la Grèce d'avants. Cependant, ces débouchés se diversifient depuis plusieurs années, notamment vers l'Europe du Nord et les pays tiers.

POIDS MOYEN DES CARCASSES DES JEUNES BOVINS DE TYPE VIANDE À L'ABATTAGE

Kg de carcasse	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Charolaise	426	432	433	433	441	443	437
Limousine	394	403	405	408	416	419	414
Blonde d'Aquitaine	426	433	433	437	445	452	453
Total type viande	413	420	421	423	430	433	428

Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après SPIE et Normabev

En quelques années, les exportateurs ont été contraints de valoriser les morceaux de la carcasse vers différents acheteurs et ce, même pour de beaux animaux. Le travail d'équilibre matière remonte une fois encore la filière. Selon les opérateurs, lorsque les envois se réduisent vers la Grèce, les avants passent en transformation pour la GMS et la RHD.

En France, la viande de JB est consommée traditionnellement dans la région lyonnaise, le nord et l'est de la France, où elle est sur les étals des GMS. Par ailleurs, les boucheries rituelles, qui apprécient ce type de viande, en écoulent 8% des volumes.

Comme pour les vaches de type viande, les carcasses de JB viande les plus lourdes ont du mal à trouver preneur alors même que la tendance est à l'alourdissement. En moyenne à 428 kg en 2017, les carcasses ont gagné 5 kg en 3 ans (+1,2% /2014) bien que l'âge moyen soit resté stable à 19 mois en moyenne à l'abattage.

JB lait : entre GMS et export

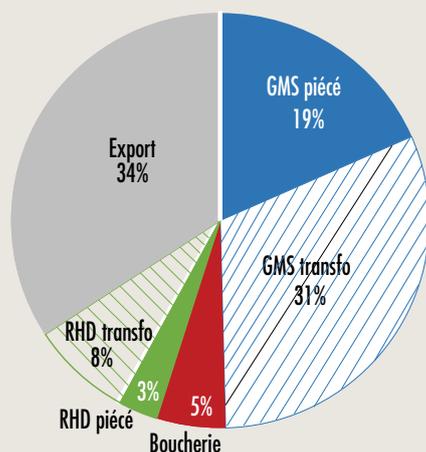
L'offre de JB de type lait a reculé ces dernières années. Une part importante de la viande est transformée. Pour la viande non hachée, le principal débouché est l'exportation, en repli, suivi de la GMS où le catégoriel de JB de type lait peut se substituer à celui de vaches de type lait.

Avec 73 500 téc produites en 2017, l'offre de JB de type lait a reculé de 9% en trois ans et ne représentait plus que 5% de la viande de gros bovins produite en France. Malgré un âge à l'abattage stable à 21,5 mois en 2017, ils s'alourdissent, atteignant 362 kg éc en moyenne en 2017 (+1,3% /2014).

Avec la hausse de la demande, 39% des volumes de JB de type lait passent en transformation. 50% des volumes totaux sont commercialisés en GMS, dont 38% en piécé en complément de la viande de vaches de type lait pour alimenter notamment l'entrée de gamme des supermarchés ainsi que certaines promotions. 5% des volumes sont orientés vers les boucheries (rituelles principalement).

La part des volumes exportés est en recul (de 39% en 2014 à 34% en 2017). Pourtant, selon certains opérateurs, le JB de type lait ou croisé pourrait devenir une alternative au JB viande pour certains marchés.

UTILISATION DES JB DE TYPE LAIT ABATTUS EN FRANCE EN 2017



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

Bœufs : des circuits très différents selon la race

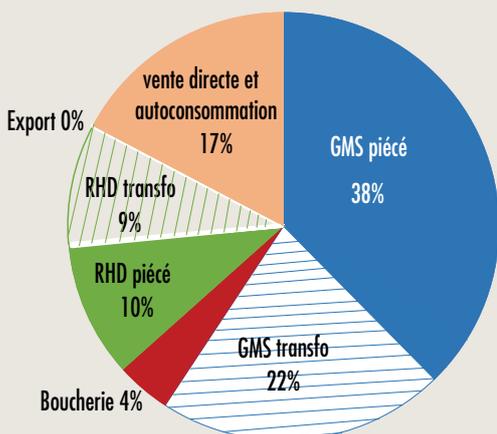
Les débouchés des bœufs dépendent de leur race. Ceux de type lait suivent les circuits des femelles de races laitières et mixtes, tandis que ceux de race à viande sont valorisés en vente directe, en haut et milieu de gamme en GMS, et secondairement en boucherie traditionnelle.

La production de bœufs décline structurellement avec 66 800 téc produites en 2017, soit -2,2% /2014. La viande de bœufs représente 4,6% de la viande de gros bovins abattue en France. 65% des bœufs sont issus du troupeau laitier et sont abattus plus jeunes, plus légers et moins conformés que les bœufs de type viande.

Les animaux de type lait peuvent être valorisés comme les vaches de races laitières, c'est-à-dire en grande partie en GMS : transformée, selon leur conformation. Les bœufs de race à viande peuvent se substituer à des vaches de type viande et être valorisés en milieu et haut de gamme en GMS ou en boucherie. 17% des bœufs ont été abattus en prestation pour l'autoconsommation ou la vente directe auquel cas ils sont alors mieux valorisés par les éleveurs. Il s'agit dans ce cas plutôt de bœufs de race à viande, âgés de plus de 36 mois.

Depuis 2011, l'âge des bœufs à l'abattage a été progressivement repoussé avec une moyenne à 36 mois en 2017 (+35 jours /2014). Ceci est principalement dû au repli de la production de bœufs rajeunis dont la rentabilité n'est pas toujours au rendez-vous, surtout lorsqu'ils sont produits à partir de broutards achetés. Sur la même période, le poids moyen des bœufs était stable à 388 kg éc. Les conformations se sont dégradées à 22% R (23% en 2014), 40% de O (43% en 2014), 29% de P (25% en 2014), en lien avec la part croissante de bœufs de type laitier.

UTILISATION DES BŒUFS ABATTUS EN FRANCE EN 2017



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

Méthode employée

L'étude a pour l'essentiel été réalisée au second semestre 2018 et premier semestre 2019, 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 2017.

Deux types de sources d'information ont été croisés.

Tout d'abord, l'ensemble des bases de données disponibles ont été exploitées :

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), base de données Interbev sur la composition des plats préparés.

Dans un second temps, de multiples contacts ont été pris auprès des opérateurs commerciaux, 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.

50 opérateurs de l'abattage-découpe, de la restauration hors domicile, de la distribution, de la transformation et du négoce ont accepté de se prêter à cet exercice (voir liste ci-contre). Ces opérateurs représentaient 69% des volumes abattus en France en 2014, 55% de la viande fraîche vendue en GMS, 65% des exportations, 47% des importations et 48% des volumes écoulés en RHD.

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

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 (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'1 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 à 2 ans. Les « bovins jeunes » de 8 à 12 mois ont été assimilés à des jeunes bovins de type viande.

kéc : 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 (= poids du muscle désossé x 1,3).

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

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

Taureau : bovins mâle non castré abattu après 2 ans.

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 pu être 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 Coop de France, Culture Viandes, FEDEV, FNEAP, FCD, CFBC et Restau'Co qui nous ont mis en contact avec leurs adhérents et ont ainsi participé au bon déroulé de l'étude.

ABATTAGE-DÉCOUPE

- Arcadie Sud-Ouest (C. Racle)
- Bigard Charal Socopa (D. Guineheux, J-M. Joutel)
- Elivia (Y Denou, D. Foucher, G. Chataigner)
- Kermené (B. Eon)
- Puigrenier (H. Puigrenier)
- SICABA (L. Mary)
- Sicarev (M-F. Nigay)
- Somafer (B. Ferrand)
- SVA Jean Rozé (F. Cornen)
- Abattoir de Corbas (J.L. Duperret)
- Abattoir de Craon (M. Prioul)
- Abattoir de Sarrebourg (J.F. Hein)
- Abattoir de Pamiers (F. Rey)
- TEBA (D. Piolet)
- Vion France (S. Alphan)

GMS

- Auchan (F. Ramadier)
- Carrefour (G. Cladière)
- Casino (T. Brousse)
- Cora (P. Blanchard)
- Intermarché (P. Haton)
- Leclerc (A. Uzureau, SCA Ouest et K. O'BRIEN, Le Galec)
- Lidl (G. Reix)
- Match (S. Brutier, D. Salembier)

RESTAURATION HORS DOMICILE

- API Restauration (V. Avelange)
- Buffalo Grill (D. Bergeron)
- Burger King -Quick (F. Tissandier)

- CNOUS (J.M. David)
- Collège Jannequin Avrillé (M. Grégoire)
- Economat des Armées (Y. Friot, F. Chardon)
- Flunch (J. Goethals)
- Groupement d'achat des collèges du Val de Marne (M. Moscone)
- Hippopotamus, groupe Bertrand, Disney (H. Simon, Convergence Achats)
- Lycée Henri Cornat (L. Fleutot)
- McDonald's (A. Brégou)
- Sodexo (M. Douzain-Didier)
- SNRC (D. Bénézet)
- UNIHA (S. Caillé)

GROSSISTES (TRANSFORMATEURS ET NÉGOCE)

- Brake (Q. Alleaume)
- Despierres (R. Deverchere)
- DS Restauration (E. Galbes)
- Etablissements Lucien (H. Leroi, X. Lucien)
- Eurodis (F. Fauchère)
- Geay Viande (W. Geay)
- Metro (A. Tézier)
- MoyPark Orléans (M. Pissot)
- Pomona (V. Girardin)
- Promocash (M. Jumel)
- Vonne Saveurs (P. Porchier)

BOUCHERIE ARTISANALE

- Boucherie CLAUDE MEINIER (C. Meinier)
- Novoviande (O. Garcia)
- Boucherie Riedinger-Balzer – 67 (J. Riedinger-Balzer)

DOSSIER VIANDE
BOVINE FRANÇAISE

OÙ VA LE BŒUF ?

N° 503
Novembre 2019
18 €

Économie de l'élevage



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

Dossier Filières lait en Europe du Nord.
N° 502 - Octobre 2019

**Dossier Coût de production en élevage
ruminant.** N° 501 - Septembre 2019

**Dossier Marché mondial viande bovine
en 2018.** Perspectives 2019. N° 500 - Juin 2019

**Dossier Marchés mondiaux des produits
laitiers en 2018.** Perspectives 2019. N° 499 -
Mai 2019

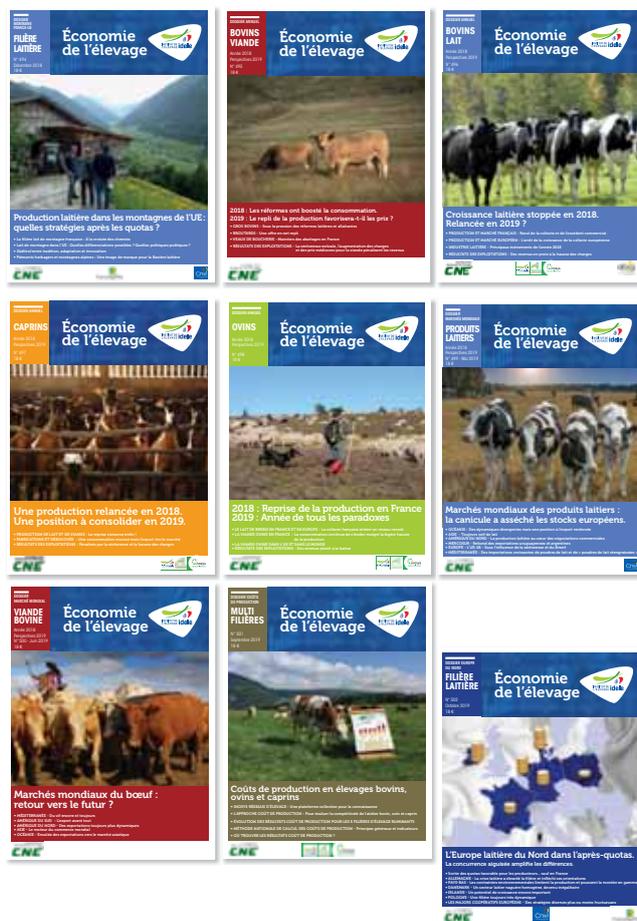
Dossier annuel Ovins 2018.
Perspectives 2019. N° 498 - Avril 2019

Dossier annuel Caprins 2018.
Perspectives 2018. N° 497 - Mars 2019

Dossier annuel Bovins lait 2018.
Perspectives 2019. N° 496 - Février 2019

Dossier annuel Bovins viande 2018.
Perspectives 2019. N° 495 - Janvier 2019

**Dossier Le lait dans les montagnes
en France et en UE.** N° 494 - Décembre 2018



Conception de la maquette : Béta Pictoris (beta.pictoris@free.fr) - Évolution de la maquette : Marie-Thérèse Gomez

Mise en page et iconographie : Leïla Assmann - Marie-Catherine Leclerc

Crédits photos : Couverture : ©Christophe Fouquin/AdobeStock - ©Yakobchuk Olena/AdobeStock - ©Rawpixel.com/StockAdobe
- ©Spatule Prod - ©Vanessa Cracco/FlickrR - ©Raphaël AUVRAY/Interbev - ©Aldo Soares/Interbev - DR Institut de l'Élevage -
P2 ©Raphaël AUVRAY/Interbev - P14-15 ©Aldo Soares/Interbev - P19 ©Rawpixel.com/StockAdobe - P22 ©oslobis/Fotolia -
P8-10-11-13-16-17-18-20-21 ©DR Institut de l'Élevage

Directeur de la publication : Martial Marguet

Imprimé à Imprimerie Centrale de Lens - N°ISSN 1273-8638 - N° IE 0019501046

Abonnement : 160 € TTC par an : Technipel - Email : technipel@idele.fr - Tél. : 01 40 04 51 71

Vente au numéro : 10 € le téléchargement sur <http://www.idele.fr> - <http://technipel.idele.fr>

Confédération
Nationale de l'Élevage
CNE