

Où va le JB ? Quel produit pour quel marché ?

Résumé de l'étude – septembre 2021



Une étude financée par



Une étude pour identifier les débouchés des mâles engraisés en France

Les objectifs de cette étude étaient de :

- Comprendre les logiques de valorisation des carcasses de jeunes bovins (JB) ;
- Mettre en évidence les forces et les faiblesses de l'offre française en viande bovine par rapport aux origines concurrentes à l'export ;
- Identifier des pistes de développement pour les débouchés de la viande de JB sur le marché français.

La méthode a consisté à enquêter des opérateurs de la filière : groupes d'abattage et transformateurs, GMS, grossistes RHD, RHD commerciales et collectives, un importateur allemand et un importateur grec.

Les formes de vente des carcasses dépendent du type racial et du marché

D'après les enquêtes menées auprès des abattoirs, **50% des tonnages de JB abattus sont destinés à l'export et 50% restent sur le marché français**. Cette proportion varie suivant le type racial du JB : la production de JB viande est majoritairement orientée vers l'export (54% des tonnages) tandis que la production de JB lait est plutôt destinée au marché français (74% des tonnages).

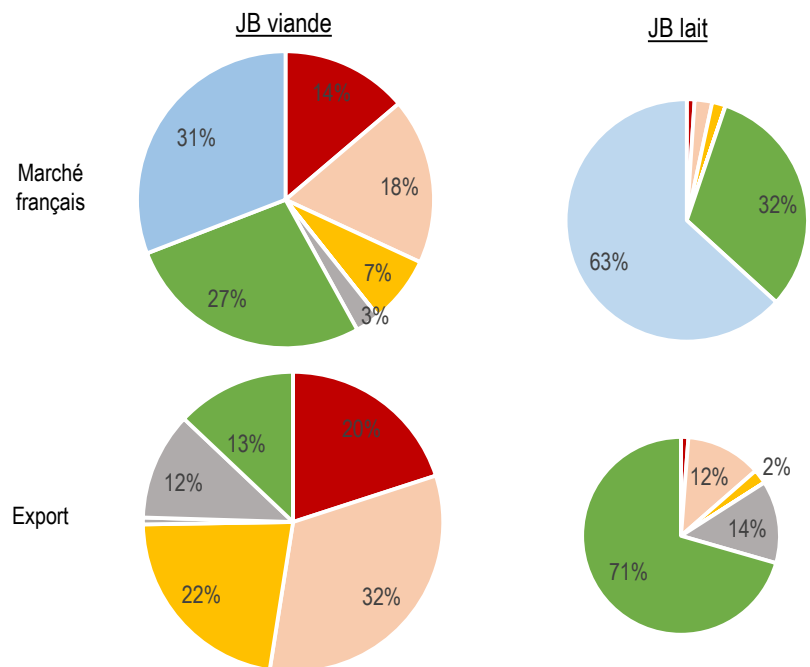
Les formes de vente des carcasses par les abattoirs varient selon le type racial du JB et le marché.

Les volumes abattus destinés au marché français sont majoritairement commercialisés sous forme de viande transformée (hachée, élaborée et viande entrant dans les plats préparés) ou sous forme désossée (VPH, catégoriel et UVC), surtout pour les JB lait (95% des tonnages). Les carcasses de JB viande sont encore beaucoup vendues en demi-carcasses, quartiers et 8^{ème}, pour répondre à la demande en viande piécée des boucheries et des GMS.

Sur les marchés à l'export, la part des tonnages de JB valorisés avec os est plus importante : ils représentent 87% des tonnages de JB viande exportés et 29% des tonnages de JB lait. La part entre les demi-carcasses, les quartiers avant, les quartiers arrière et les 8^{ème} est équilibrée pour les JB viande, tandis que les JB lait sont principalement exportés sous forme désossée.

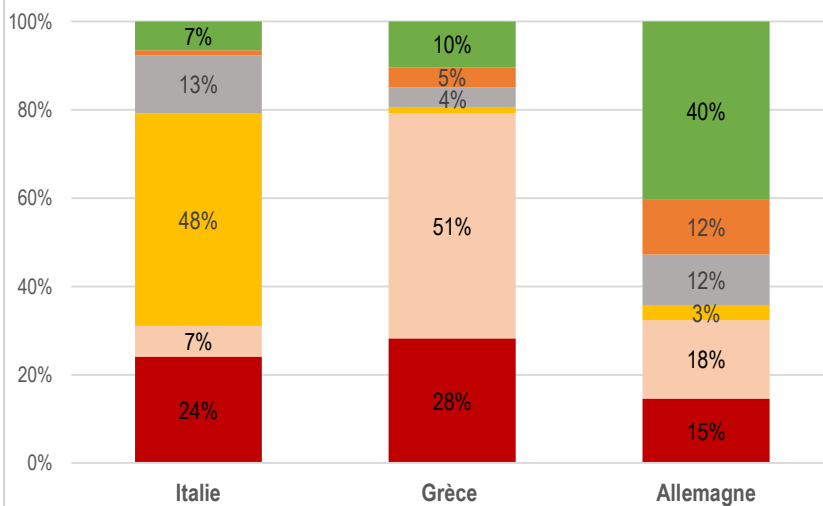
Formes de vente des JB viande abattus en France, par type racial et par marché

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



Formes de vente sur le marché export, par destination

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



A l'export, les **quartiers avant** sont majoritairement valorisés sur le **marché grec**, les **quartiers arrière** sur le **marché italien** et le **désossé** sur le **marché allemand**. Concernant les 8^{ème} arrière il s'agit principalement du globe (BCUH sans le rumsteck), exporté vers l'Italie et l'Allemagne ; le rumsteck reste sur le marché français.



La complémentarité des débouchés permet de valoriser au mieux les carcasses

Les opérateurs sont dans la **recherche permanente d'un équilibre pour la valorisation des différentes parties des carcasses de JB**, de façon à en optimiser la valeur. La forte valorisation de certaines pièces peut permettre de vendre les autres pièces à plus faible prix.

La **valorisation des pièces varie au cours de l'année**. La saisonnalité de la valorisation, illustrée par le schéma contre, est particulièrement marquée pour les quartiers avants et pour le déhanché - milieu de train de côtes. La valorisation du globe est stable au cours de l'année.

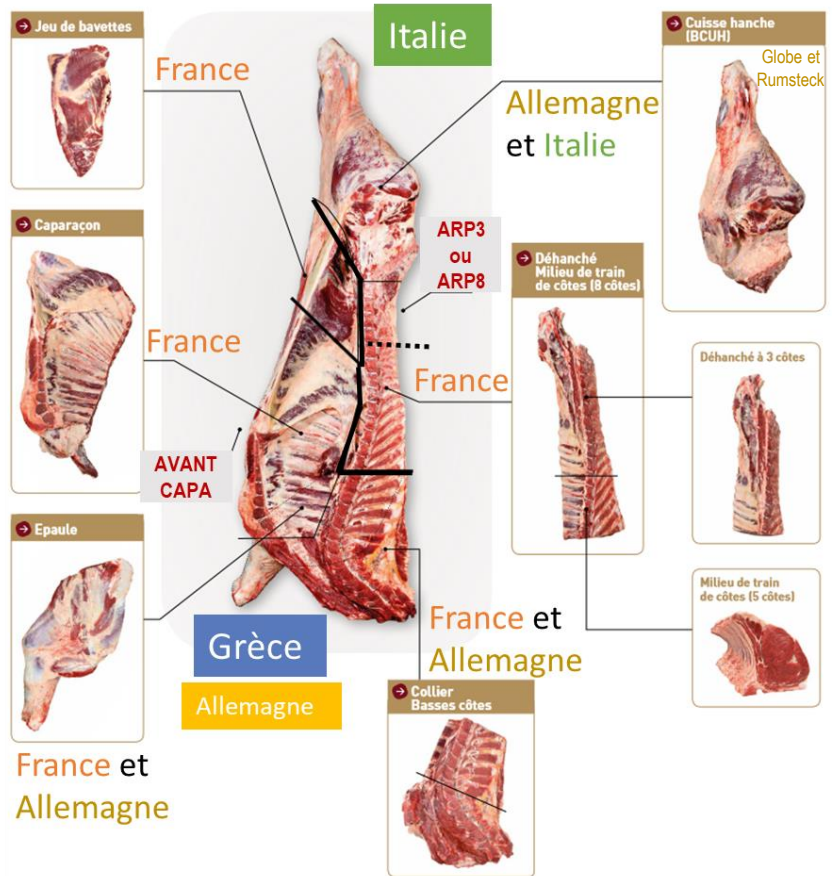
En hiver, les avants sont très bien valorisés sur les **marchés grec et allemand** et la demande française est soutenue. Les globes sont valorisés sur le marché allemand, le rumsteck sur le marché français. Le déhanché et le milieu de train de côtes peinent à trouver une valorisation : une partie est exportée vers l'Italie, le reste est congelé en attendant une meilleure valorisation.

En été, la plus forte valorisation se retrouve sur les **arrières** : les globes sont exportés vers l'Italie, le déhanché et le milieu de train de côtes restent sur le marché français. Les avants peuvent être valorisés sur le marché allemand ou en VPH sur le marché français, sinon ils sont expédiés vers la Grèce.

Les muscles sont orientés vers les marchés les plus rémunérateurs, **cette saisonnalité des prix se retrouve dans une saisonnalité des volumes exportés**.

Valorisation type d'une carcasse de JB viande

Source : GEB – Institut de l'Elevage d'après entretiens et photos Interbev



Forté valorisation
Faible valorisation
Absence de valorisation

Saisonnalité de la valorisation des pièces de gros des JB viande

Source : GEB – Institut de l'Elevage d'après entretiens

		Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre
Italie	Avant	Avec os											
	Globe	Avec os											
	Déhanché et MTC	Avec ou sans os											
Grèce	Avant	Avec os						Avec os					
	Arrière												
All.	Avant	Avec ou sans os						Avec ou sans os					
	Globe	Avec ou sans os											
	Déhanché et MTC												
France	Avant	Avec os (boucherie halal) / Désossé catégoriel / VPH						Avec os (boucherie halal) / VPH					
	Globe												
	Déhanché et MTC	Avec os (RHD)						Avec os (GMS et RHD)					

La qualité de la production française est appréciée sur les marchés export

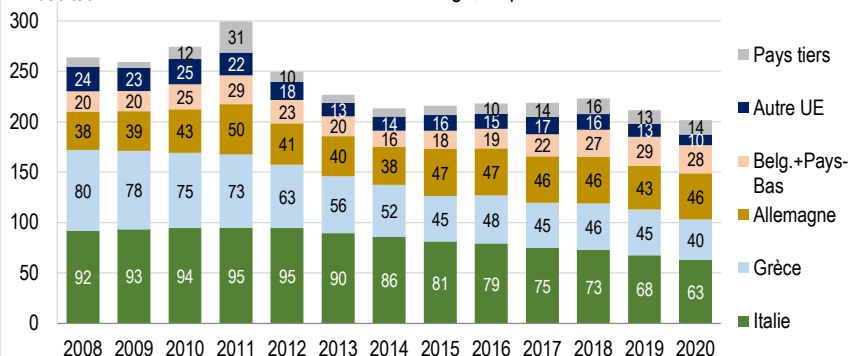
En 2020, la France a exporté 201 000 téc de viande bovine, à plus de 80% de la viande de JB. L'Italie reste le premier marché de la viande française avec 31% des volumes, suivie de près par l'Allemagne (23% des volumes) et la Grèce (20%).

Les importateurs apprécient la **qualité et l'homogénéité de la production française**. Les races à viande françaises sont connues et prisées.

La viande de JB française convient au **goût des consommateurs italiens, grecs et allemands**. Elle répond à la demande pour de la viande claire et maigre.

Exportations françaises de viande bovine réfrigérée et congelée

Source : GEB - Institut de l'Elevage, d'après Eurostat



Où va le JB ? Quel produit pour quel marché ?

Résumé de l'étude – septembre 2021



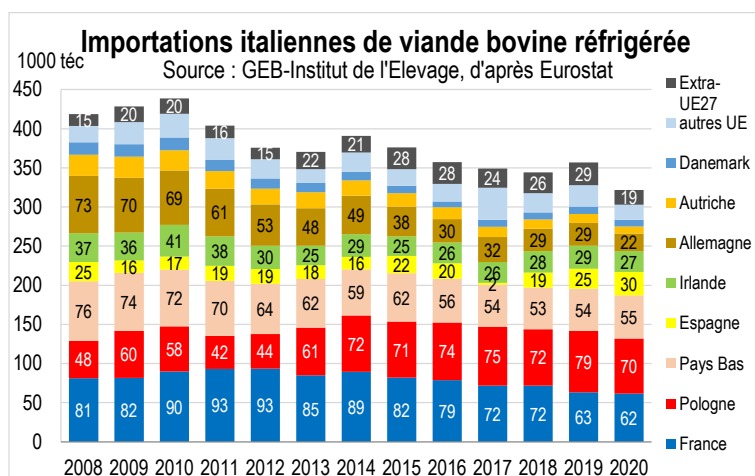
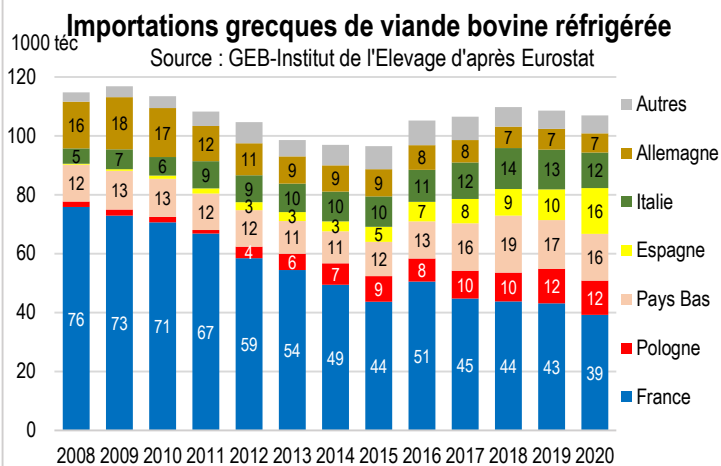
Italie et Grèce : la viande française dans le segment supérieur de prix

Les exportations vers les marchés du Sud de l'UE sont en repli depuis plusieurs années. **Les prix de la viande française sont plus élevés que ceux des concurrents étrangers.** La viande polonaise, de qualité médiocre mais moins chère, s'est imposée sur ces marchés, et plus récemment la viande espagnole. Par ailleurs, l'offre française ne répond pas à la demande des opérateurs pour du catégoriel.

Sur le marché grec, très déficitaire, la viande française est de plus en plus concurrencée par les viandes polonaise et espagnole. La production espagnole répond à la demande des boucheries traditionnelles grecques, encore très présentes dans le pays, pour des **petites carcasses de bovins de moins de 12 mois.** Les animaux sont de bonne conformation et à des prix compétitifs.

La Grèce n'est plus l'unique débouché pour les avants de JB français, qui sont aussi valorisés sur le marché allemand ou en haché en France, contribuant à la baisse des volumes expédiés.

La **demande pour des pièces à griller** est en hausse, les opérateurs grecs importent de plus en plus de viandes d'origine américaine, sud-américaine et australienne.



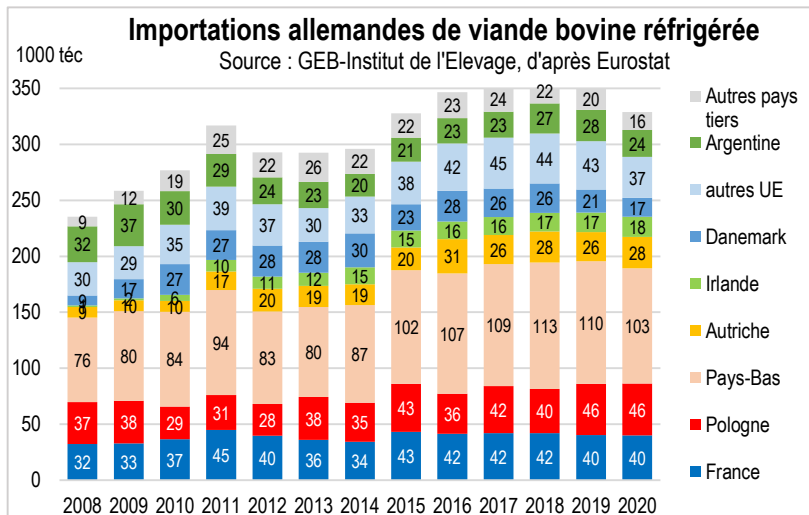
Le marché italien de la viande bovine est structurellement déficitaire et dépendant des importations, qu'elles soient sous forme de viande ou de bovins vivants. **La viande française est bien implantée en GMS** en complément du « produit filière franco-italien ». Mais le marché est tenu par un oligopole de grossistes qui empêchent le contact direct avec les enseignes de GMS.

Les viandes de génisses et de bovins nés, élevés et abattus en Italie (« 4 IT ») ont acquis une place de choix en GMS ces dernières années. Les importations espagnoles répondent à la demande pour de la viande de génisse, plébiscitée pour sa tendreté et le dimensionnement des pièces. La viande française subit également la concurrence de la viande irlandaise, capable de fournir les magasins en catégoriel.

Allemagne : l'offre française devra répondre aux exigences de traçabilité et de qualité

Le recul des envois vers l'Europe du Sud a été compensé par **l'augmentation des ventes vers l'Allemagne,** qui se sont développées en raison d'un transfert de consommation entre viandes (moins de porc, plus de bœuf). La **viande bovine française est bien implantée en GMS et chez les grossistes pour la boucherie,** notamment halal. Le marché allemand permet une bonne valorisation des carcasses lourdes et des globes, avec une demande relativement constante toute l'année.

La **demande allemande devrait se maintenir dans les prochaines années** du fait du déclin de l'engraissement et de la hausse de la consommation. Mais les opérateurs français devront **répondre aux exigences de qualité et de traçabilité du marché,** notamment sur le bien-être animal et la garantie d'absence d'OGM.



Faire preuve de souplesse et de réactivité pour ouvrir de nouveaux marchés

Il existe **des perspectives de valorisation sur les marchés d'Europe du Nord,** à condition d'apporter des garanties sur l'impact environnemental et le bien-être animal via des équivalences entre les cahiers des charges français et les référentiels étrangers.

Pour être en mesure de répondre aux quelques gros contrats rémunérateurs vers les marchés méditerranéens, les opérateurs français doivent être capables de faire preuve de souplesse et de réactivité car ces contrats sont occasionnels et imprévisibles.

La **production française de JB ne fournira qu'un volume somme toute limité pour répondre à la demande massive du marché chinois,** qui préfère des animaux légers, gras et jeunes, avec surtout une très forte concurrence des pays d'Amérique du Sud et de l'Australie.



Où va le JB ? Quel produit pour quel marché ?

Résumé de l'étude – septembre 2021



L'approvisionnement du marché français en JB

La **RHD collective** est un secteur très hétérogène, qui comprend à la fois la restauration scolaire, celle des centres de santé (par exemple les EHPAD) et des hôpitaux, ainsi que la restauration d'entreprise. Alors que la restauration scolaire et les centres de santé servent davantage des sautés et des émincés, issus des muscles de l'avant et du globe, les approvisionnements de la restauration d'entreprise assurent un meilleur équilibre carcasse avec en plus des achats de pièces à griller. La RHD collective consomme également **d'importants volumes de haché**, principalement surgelé pour des raisons de prix et de praticité. Les convives consomment plutôt des **petites portions de viande**, et le **prix reste un critère d'arbitrage permanent** pour les approvisionnements. Par exemple, un lycée enquêté dépense au plus 1,40 € par portion de viande soit au maximum 12 €/kg. La restauration d'entreprise peut avoir un peu plus de latitude sur le prix.

Pour répondre aux exigences de la loi EGALIM, **les approvisionnements de la RHD collective doivent monter en gamme**. Le « moins mais mieux », par exemple la réduction des achats de produits transformés ou la diversification des sources de protéines, permet de placer une viande plus onéreuse. Mais **le JB peinera à répondre d'emblée aux objectifs de la loi EGALIM** car une très faible part de la production est aujourd'hui labellisée.

La loi EGALIM en RHD collective

- 50% de produits de qualité et durables (Label rouge, AOP, IPG, STG, HVE, fermier, approvisionnement direct, commerce équitable, régions ultrapériphériques, plans alimentaires territoriaux), dont au moins 20% de produits biologiques. Cette part passe à 60% pour les viandes et poissons à partir de 2024.
- Diversification des sources de protéines: expérimentation pendant deux ans d'un menu végétarien une fois par semaine.
- Lutte contre le gaspillage alimentaire.
- Interdiction du plastique : 2020 pour les couverts, 2025 pour les contenants de cuisson.

En **RHD commerciale**, les approvisionnements sont majoritairement composés de **pièces à griller et de viande hachée**, et dans une moindre mesure de pièces à bouillir. Pour viser des portions consommateur de grammage moyen mais suffisamment épaisses pour supporter tous les types de cuisson, **la carcasse ne doit pas être trop lourde** afin d'avoir le déhanché milieu train de côtes le plus fin possible. Les grandes chaînes de la RHD commerciale française tendent de plus en plus vers l'origine France. Mais le secteur reste très hétérogène, avec des indépendants qui s'approvisionnent majoritairement avec des viandes d'origine UE voire Mercosur, de façon à limiter les prix de vente.

En volume, le JB pourrait répondre à la **croissance de la demande des chaînes pour de l'origine France**. Mais maintenir l'équilibre de valorisation de la carcasse nécessite de trouver des débouchés rémunérateurs pour les avants, afin que les arrières soient compétitifs avec la viande d'import. Par ailleurs, la viande de JB, peu grasse, convient bien pour les pièces à bouillir mais **peine à répondre aux exigences de cuisson des pièces à griller**.

En **GMS**, la femelle est préférée dans la grande majorité des enseignes. Le JB n'arrive qu'en complément par exemple lors d'opérations ponctuelles de mise en avant d'une pièce.

Seules deux enseignes, Match et les magasins Cora de l'Est, ont fait du JB leur fond de rayon en libre service. La viande de JB y est appréciée pour sa régularité en conformation et en poids. Pas trop grasse et avec un bel aspect, elle convient bien aux barquettes du libre-service. Les opérateurs cherchent tout de même à avoir des pièces avec la couleur la plus rouge possible, et la viande doit être tendre. Le rayon traditionnel de ces magasins est quant à lui approvisionné en viande de femelle Label.

La **boucherie halal** est le débouché phare du JB en France. Alors qu'historiquement les boucheries halal prenaient davantage d'avants, elles **prennent de plus en plus de carcasses entières** pour répondre à la demande en pièces à griller de la clientèle non musulmane et des nouvelles générations musulmanes. Ce marché est en légère croissance du fait de l'augmentation démographique des musulmans en France.

Néanmoins, les **boucheries halal tendent à prendre de plus en plus de femelles** pour répondre à la demande de leur clientèle pour une viande plus rouge et moins maigre.

Quelles perspectives pour le JB sur le marché français ?

- La **couleur claire de la viande de JB ne semble pas être un problème** pour le consommateur: les plus réticents restent surtout les commerciaux et les bouchers.
- Des **animaux jeunes**, que ce soit des très jeunes bovins ou des bouvillons, pourraient mieux répondre à la demande des consommateurs pour de la viande tendre et des petites portions, mais à quel prix ?
- La viande de JB est **une viande maigre** : elle convient plus pour les pièces à bouillir que pour les pièces à griller. Le **développement de l'offre de produit élaborés**, pour ouvrir de nouveaux débouchés, **nécessite de lever certaines contraintes techniques**, en particulier pour la viande hachée fraîche. La femelle et le bœuf répondent mieux à la croissance de la demande pour ce produit.
- La **complémentarité des marchés est essentielle** pour permettre une bonne valorisation de la carcasse. Cette complémentarité repose encore majoritairement sur l'export, qui permet une bonne valorisation des arrières.
- Le **JB peine à répondre aux exigences de la loi EGALIM à l'échelle nationale**. La mise en place de filières de JB durables sera davantage réalisable à l'échelle locale ou régionale.

Plus d'informations : caroline.monnot@idele.fr – alix.gerardin@idele.fr



Où va le JB ? Quel produit pour quel marché ?
Résumé de l'étude – septembre 2021

