



Viandes et charcuteries dans les circuits courts de proximité : ce que les clients en attendent, et ce qu'ils en perçoivent



ZOOM



LES CONSOMMATEURS DE CIRCUITS COURTS : QUI SONT-ILS ?

Les consommateurs qui se tournent vers les circuits courts de proximité pour acheter leurs viandes et charcuteries de bœuf et de porc sont avant tout à la recherche :

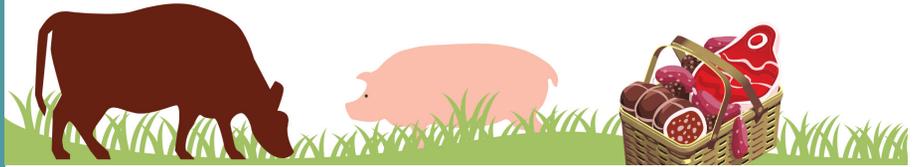
- D'un goût associé au caractère artisanal des produits et au plaisir de « bien manger »,
- D'une réassurance sur l'origine des produits,
- D'un geste écocitoyen qui leur permet d'être acteur de ce qu'ils consomment.

Ces consommateurs se déclarent globalement satisfaits de la qualité de l'offre produits proposée. La relation de confiance entretenue avec l'éleveur est un point clé dans la perception positive des produits carnés.

Sensibilisés aux enjeux de valorisation de l'animal, les consommateurs intègrent plus facilement les contraintes de production, comprenant à la fois la rareté des « produits nobles » et la nécessité de valoriser l'intégralité de la carcasse de chaque animal abattu, y compris les viandes de moindre qualité culinaire et les abats. Ils s'habituent ainsi à consommer une grande variété de produits. Ils acceptent aussi certains défauts d'irrégularité liés à l'aspect artisanal, à condition que ces défauts soient corrigés quand ils en font part au producteur.

Pour les professionnels de la restauration, l'adoption des circuits courts relève d'une démarche d'engagement pour une restauration de proximité, sur laquelle ils axent leur stratégie :

- de marketing visant les clients pour les restaurants commerciaux,
- d'apprentissage du goût et des produits régionaux pour les cantines scolaires.



INTRODUCTION

L'intérêt des consommateurs et des professionnels de la restauration pour les circuits courts grandit depuis la fin des années 1990. Pourtant ces débouchés restent encore minoritaires en ce qui concerne les produits carnés. En 2019, les parts de la vente directe dans la consommation française de viandes et produits carnés étaient respectivement estimées à 0,5% pour les produits issus du porc et à 0,9% pour les produits de la filière bovine (CGAER, 2021).

Les produits fermiers commercialisés en circuits courts, en particulier quand ils sont locaux, jouissent d'une bonne image en matière de qualité pour les consommateurs. Les conditions de production (technique d'élevage, technologie des viandes, transformation des produits...) liées aux circuits courts sont très variées et peuvent avoir des impacts importants en matière de qualité des viandes et de produits carnés. Si les éleveurs évaluent la qualité de leurs produits le plus souvent d'un point de vue technique, les attentes et préférences des consommateurs sont plus subjectives.

En effet, dans la qualité des aliments perçue par les consommateurs, on distingue :

- les aspects intrinsèques, qui sont directement liés à la consommation de ces produits (goût, odeur, apparence, texture...)
- les aspects extrinsèques, qui concernent les attributs de production et de commercialisation (origine, prix, bien-être animal...)

Ces deux dimensions sont particulièrement présentes pour les produits carnés, du fait de l'intérêt voire des critiques actuelles liés à l'environnement, au bien-être animal, à l'impact des viandes sur la santé, aux notions du bien-vivre et du bien-manger, à l'impact du citoyen-acteur sur sa consommation...

Dans le cadre du projet VICTOR (Viandes en Circuits cOurts), qui vise à construire des outils pour aider les éleveurs en circuits courts à maîtriser au mieux la qualité et la rentabilité de leurs produits carnés, il s'est avéré nécessaire dans un premier temps d'investiguer les attentes des acteurs des circuits courts en termes de qualité des viandes, charcuteries et plats cuisinés dans ce cadre particulier. C'est pourquoi des enquêtes ont été menées auprès d'éleveurs en circuits courts de proximité et de consommateurs se fournissant spécifiquement dans ces circuits pour leurs viandes, charcuteries et produits carnés de bœuf et de porc, afin de connaître leurs attentes et leurs limites, c'est-à-dire les situations qui peuvent détourner les clients des circuits courts pour l'achat de viandes, charcuteries ou produits carnés.

Ici seront présentés les résultats des enquêtes réalisées auprès des consommateurs.

QU'EST-CE QU'UN CIRCUIT COURT ?

Un circuit court est défini officiellement en France comme un mode de vente mobilisant, au plus, un intermédiaire entre producteur et consommateur. Cet intermédiaire peut être un magasin, une boucherie, un supermarché, etc. Un produit en circuit court n'est pas forcément local, à l'inverse, un produit local n'est pas forcément issu d'un circuit court (CGAER, 2021). Le projet VICTOR se concentre sur les circuits courts de proximité, liés à un territoire local.

MÉTHODOLOGIE

CETTE ÉTUDE S'ARTICULE EN 2 TEMPS :

(1) De juin à septembre 2022 : une enquête qualitative a été menée sous forme d'entretiens semi-directifs par téléphone avec des acheteurs réguliers qui s'approvisionnent auprès des éleveurs enquêtés dans la première partie du projet. Ces derniers sont implantés dans 4 territoires : Auvergne, Pays de La Loire, Bourgogne et Grand Est (Ardennes et Vosges). Au total, 67 ménages ont participé à ces entretiens.

La trame de l'enquête visait à couvrir l'ensemble des aspects de la qualité qui pouvait avoir un impact sur le comportement d'achat des consommateurs en viandes et charcuteries de porc et de bovin, spécifiquement dans le cadre des circuits courts. Elle aborde le parcours d'approvisionnement (lieu d'achat, produits achetés, quantité, fréquence...), les préférences de consommation, les variables de qualité attendues et perçues, le niveau de satisfaction (produit, expérience...) ainsi que les variables socio-démographiques de caractérisation des ménages (tableau 1). Les données ont été analysées par leur contenu au travers des verbatims et de leur occurrence.

Cet échantillon a été complété par des entretiens avec 9 professionnels de la restauration (2 restaurateurs et 7 cantines scolaires) se fournissant en viandes et en charcuteries auprès d'éleveurs en circuits courts de leurs régions.

(2) De mars à juin 2023 : une étude quantitative complémentaire a été réalisée via un questionnaire en ligne diffusé par l'ensemble des partenaires du projet VICTOR, de leurs réseaux, et par l'association de consommateurs ADEIC-ULCC (Association de Défense d'Education et d'Information du Consommateur – Union Laïque et Citoyenne des Consommateurs). Répartis sur toute la France, au total 211 acheteurs de viandes et charcuteries en circuits courts ont répondu au questionnaire, ainsi que 31 anciens acheteurs de ces produits en circuits courts et 16 personnes qui ne s'approvisionnent pas dans ces circuits (tableau 1 et figure 1).

Le questionnaire d'enquête en ligne a été adapté à partir des réponses obtenues lors des entretiens précédents, le but étant de valider et de hiérarchiser les items identifiés dans la première phase. Les résultats ont été analysés afin d'identifier et de pondérer l'impact des différentes dimensions de la qualité sur les choix et comportements des consommateurs.

**Au total,
309
personnes ont
participé aux
enquêtes clients**



Le projet VICTOR (Viandes en Circuits cOurts) a pour objectif de produire des outils pour les éleveurs en circuits courts et les conseillers les accompagnant afin de les aider à maîtriser au mieux la qualité des viandes, charcuteries et produits carnés qu'ils produisent tout en garantissant la rentabilité de cette activité.

Il répond à un besoin exprimé par les producteurs concernés, notamment à travers leurs conseillers, de disposer d'outils adaptés spécifiquement à la préparation des produits carnés à la ferme. Les premières étapes du projet VICTOR consistent en la réalisation d'enquêtes visant à dresser des états des lieux des attentes et des besoins. Ces travaux ont permis de définir les objectifs de qualité à poursuivre, et de les prioriser, à la fois

du point de vue des producteurs, mais aussi des consommateurs, afin que ces derniers soient satisfaits des viandes, charcuteries et produits carnés qu'ils achètent et consomment. En effet, si des repères de qualité attendue sont connus dans les filières générales des viandes et produits transformés, le contexte particulier des circuits courts rebat les cartes quant aux attentes précises et à leurs importances relatives.

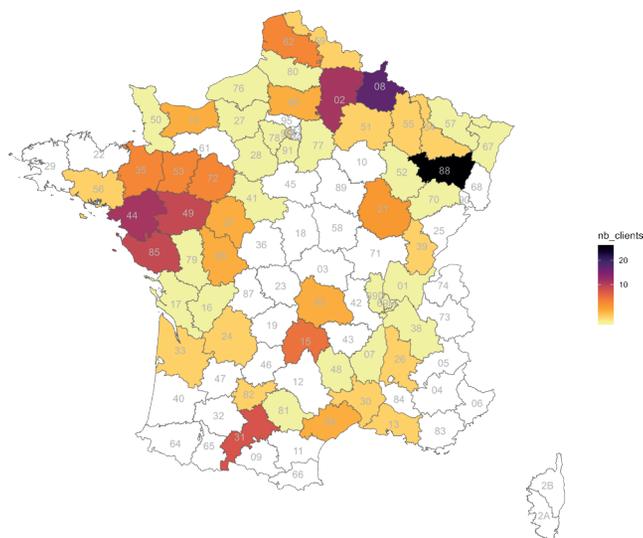
Suite à cette première étape de définition des objectifs de qualité à poursuivre, le projet VICTOR s'attachera à diagnostiquer les besoins en termes d'outils à travers des enquêtes techniques dans des élevages en circuits courts concernant l'économie (dépenses, prix de revient, rentabilité...), le travail (durée, organisation...), l'hygiène (analyses, environnements, conservation...) et la technologie (outil, connaissances des produits...). C'est en comparant les objectifs de qualité identifiés et les besoins techniques que les partenaires du projet pourront déterminer les outils prioritaires à fournir aux éleveurs en circuits courts et les construire.

TABEAU 1 : PROFILS SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES DES RÉPONDANT AUX ENQUÊTES QUALITATIVES ET QUANTITATIVES

		Entretiens semi-directifs : Acheteurs réguliers* (N=67)	Enquête en ligne : Acheteurs en circuits courts (N=211)	Enquête en ligne : Anciens acheteurs en circuits courts (N=31)
Genre	Femme	74%	75%	73%
	Homme	26%	25%	27%
Tranche d'âge	< 25 ans	0%	9%	7%
	25-34 ans	7%	26%	20%
	35-44 ans	31%	22%	26%
	45-54 ans	20%	24%	30%
	55-59 ans	18%	14%	7%
	60-64 ans	14%		
	> 65 ans	10%	5%	10%
Statut professionnel	Agriculteur exploitant, artisan, commerçant, chef d'entreprise	10%	10%	20%
	Cadre supérieur, profession intellectuelle supérieure, profession libérale	13%	38%	37%
	Profession intermédiaire	15%	12%	3%
	Employé	35%	21%	30%
	Ouvrier	1%	2%	-
	Inactif et retraités	25%	17%	10%
Type de foyer (non demandé dans le ques- tionnaire en ligne)	Célibataire	5%	-	-
	Couple sans enfant	41%	-	-
	Couple avec enfant(s)	51%	-	-
	Famille monoparentale	3%	-	-
	Autre	0%	-	-

(*) : Acheteur régulier : Achat en produits carnés en CC à une fréquence de plus d'une fois par mois sur les 3 derniers mois.

FIGURE 1 : RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE PAR DÉPARTEMENT DES RÉPONDANTS AUX 2 ENQUÊTES



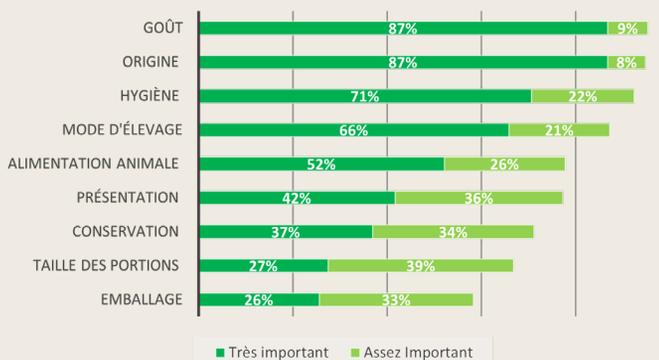
POURQUOI CHOISIR LES CIRCUITS COURTS ?

POUR RETROUVER LE PLAISIR DU BIEN MANGER

Face à la question « qu'est-ce une viande ou un produit carné de qualité », les consommateurs répondent le goût (pour 95% des répondants), immédiatement suivi de l'origine et de l'hygiène (figure 2a). Les viandes, charcuteries, plats cuisinés carnés sont des aliments qui sont liés intuitivement au plaisir de manger et à l'attente de consommer des produits sains. Les taux de satisfaction par rapport à ces aspects de la qualité sont très élevés dans le cadre des circuits courts auprès de l'échantillon enquêté : plus de 95% des répondants indiquent être globalement satisfaits du goût, de l'hygiène et de l'origine, dont 73% à 85% se disent même très satisfaits (figure 2b).



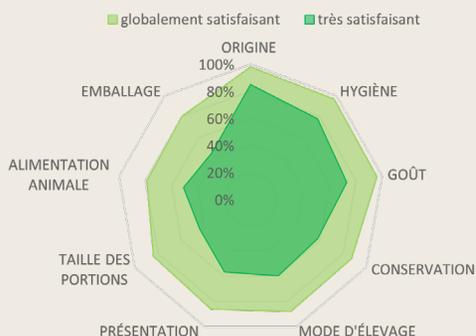
FIGURE 2A : CLASSEMENT DES COMPOSANTES DE LA QUALITÉ DES VIANDES, CHARCUTERIES ET PLATS CUISINÉS SELON LEUR IMPORTANCE POUR 211 CLIENTS EN CIRCUITS COURTS



Ainsi l'adoption des circuits courts pour ces produits est motivée par une quête de goût : retrouver le goût d'antan, manger des produits dont le goût est vrai, le plaisir du « bien manger » en mangeant des bons produits. Pour les viandes fraîches, notamment les grillades de bœuf, la tendreté est très appréciée (95% des répondants, « fondante », « se déguste sans couteau »), ainsi que la jutosité (90% des répondants, « viandes juteuses, pas sèches ») et le persillé, c'est-à-dire le gras intramusculaire (78% des répondants, « un gras fondant [...] pas dur »). Pour la viande de porc, la bonne tenue à la cuisson est primordiale (91% des répondants, « viande qui se tient à la cuisson », « ne rejette pas d'eau »).

Pour les charcuteries, ce sont la qualité des ingrédients (77% des répondants) et la recherche de « naturalité » (76% des répondants) qui comptent le plus. Lors des entretiens, les personnes enquêtées déclarent rechercher des « recettes simples », « sans additifs » (colorant, nitrite...). Les attentes envers une qualité artisanale par opposition à la production industrielle sont très claires pour l'ensemble des produits transformés.

FIGURE 2B : TAUX DE SATISFACTION DES COMPOSANTES DE LA QUALITÉ DES VIANDES, CHARCUTERIES ET PLATS CUISINÉS IDENTIFIÉES PAR 211 CLIENTS EN CIRCUITS COURTS





POUR ÊTRE RASSURÉ SUR L'ORIGINE DES VIANDES ET POUVOIR FAIRE CONFIANCE AU PRODUCTEUR

Parmi les motivations citées lors des entretiens avec les clients réguliers des circuits courts pour les produits carnés, la recherche de transparence sur l'origine des produits arrive systématiquement dans les premières positions. Cette observation est confirmée par les résultats de l'enquête en ligne (figure 3).

En effet, la moitié des personnes interrogées en entretien disent se méfier des produits issus de la grande distribution, voire même des artisans bouchers. Au sein des circuits courts locaux, la proximité relationnelle entretenue avec l'éleveur et l'instauration d'une relation de confiance sont des éléments clé. Voir les animaux et leurs conditions d'élevage (pâturage, porc sur paille), percevoir en partie les pratiques de production (alimentation des animaux, bien-être animal apparent, bon entretien général de l'exploitation), échanger personnellement avec l'éleveur (écouter les conseils, connaître les aléas, faire entendre ses souhaits et ses remarques)... Tous ces aspects qui apportent de la connaissance et forment une relation individuelle et personnalisée entre le consommateur et le producteur constituent autant de facteurs de réassurance sur la qualité des produits.

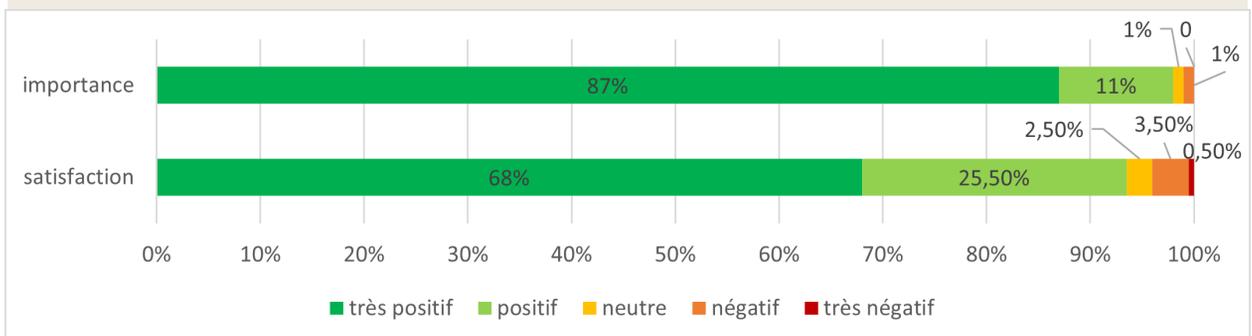
Ces éléments profitent dans le cadre des circuits courts de proximité autant à la qualité perçue des viandes fraîches qu'à celle des produits transformés, charcuteries et plats cuisinés, les personnes interrogées considérant que tous les produits issus d'animaux « bien élevés » sont de qualité supérieure.

Cette relation de confiance envers le producteur s'étend à la façon dont est gérée la production et aux suggestions de l'éleveur sur les produits à consommer et la façon de les conserver et préparer. En effet, les clients réguliers font confiance à l'éleveur pour tout ce qui touche au bien-être animal, au choix de l'abattoir, à la gestion de l'hygiène, à la sécurité et à la salubrité des produits proposés. Pour les clients en circuits courts, les éleveurs auprès desquels ils se fournissent prennent soin de leurs animaux et produisent des aliments sains. Ils sont aussi sensibilisés aux contraintes de ce type de production, comprenant à la fois la rareté des « petits produits » (ex: filet mignon, onglet...) et la nécessité de valoriser l'intégralité de la carcasse de chaque animal abattu, y compris les abats. Ainsi ils acceptent d'expérimenter à

la fois des produits peu habituels et des recettes qui sortent de l'ordinaire actuel (redécouverte de recettes traditionnelles du terroir ou expérimentations de nouvelles préparations). Il est primordial pour le consommateur de cultiver une relation individuelle de confiance avec le producteur en circuits courts (« on les connaît et ils connaissent nos habitudes »).

Des irrégularités dans les niveaux de qualité des produits peuvent être tolérées car elles font partie de l'aspect artisanal. En revanche, il est important que les consommateurs puissent faire remonter leur mécontentement quand un produit est qualitativement moins bon, et que le producteur en tienne compte et corrige les défauts identifiés. En cas de trop fortes irrégularités, ou d'absence de correction par le producteur, la relation de confiance que le consommateur entretient avec l'éleveur peut s'en trouver détériorée, au point que certains clients peuvent abandonner les circuits courts pour leurs achats de viandes et produits carnés (voir encart « Pourquoi certains consommateurs abandonnent les circuits courts ? »).

FIGURE 3 : CRITÈRE « ORIGINE » POUR LES VIANDES ET PRODUITS CARNÉS EN CIRCUITS COURTS : CLASSEMENTS DE L'IMPORTANCE ET DE LA SATISFACTION PAR LES CLIENTS (N=211)



POURQUOI CERTAINS CONSOMMATEURS ABANDONNENT LES CIRCUITS COURTS ?

Une partie du questionnaire en ligne de l'enquête quantitative était consacrée aux personnes qui avaient acheté leurs viandes et produits carnés en circuits courts et qui ont arrêté, afin de comprendre quelles raisons avaient provoqué l'arrêt de leur approvisionnement dans ce type de circuit pour les viandes et produits carnés. Les principales réponses sont illustrées dans la figure 5, distinguant les motifs liés aux services (distribution, horaires, offres...) et les motifs liés aux produits (qualité en bouche, composition...).

Le premier motif d'insatisfaction qui provoque le renoncement aux circuits courts est la **perception d'un rapport qualité/prix défavorable** pour le client (cité par 63% des répondants). Cela se traduit dans les commentaires par des témoignages indiquant que les prix en circuits courts seraient plus élevés que ceux de la grande distribution.

Les motifs suivants sont essentiellement liés aux services, en particulier **le rejet du système des colis** qui oblige à un « volume minimal d'achat », et dont le contenu n'est pas assez maîtrisable par le client. A l'heure du flexitarisme, cette obligation à la quantité est mal perçue.

Sur les produits eux-mêmes, c'est **l'irrégularité de la qualité** qui constitue le premier motif de renoncement aux circuits courts, alors que cette irrégularité est le plus souvent bien acceptée par les consommateurs réguliers lorsqu'elle est ponctuelle, car elle est un marqueur d'une « qualité artisanale ». L'aspect ponctuel et surtout la correction des défauts remontés aux producteurs par les consommateurs sont donc primordiaux pour leur satisfaction.

Les items suivants alternent les motifs sur **les services associés à la vente en circuits courts (horaires, origine des produits, contacts avec le producteur) et les produits eux-mêmes**. Sur ce dernier point, la conservation, la présentation des produits, l'hygiène et la perception en bouche (goût, tendreté...) sont directement liées à la maîtrise de savoir-faire technique des transformateurs. Il y aurait donc, dans certains cas, des marges d'amélioration dans la maîtrise technique des préparations et transformations des viandes et produits carnés au sien des circuits courts de proximité.

A noter que **l'aspect financier et l'accessibilité des points de vente** (éloignement, horaires d'ouverture restreints...) figurent aussi dans les raisons données par les consommateurs non-acheteurs (16 répondants) pour justifier leur choix de ne pas se fournir en circuits courts de proximité.

ZOOM

LES PROFESSIONNELS DE LA RESTAURATION ET LES CIRCUITS COURTS DE PROXIMITÉ

Dans le cadre de cette étude, 7 entretiens ont été menés avec des responsables de restaurants collectifs de type restaurants scolaires de collèges et lycées, et 2 avec des restaurateurs indépendants.

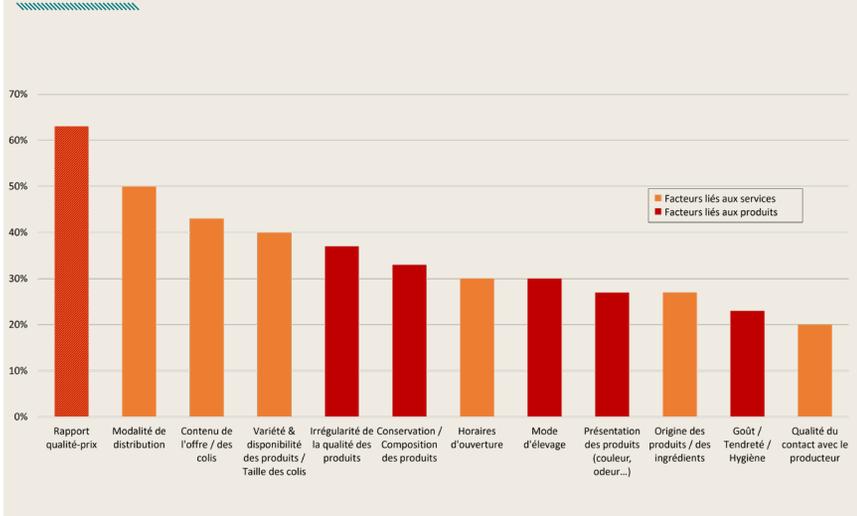
Pour les premiers, leurs motivations initiales de se fournir auprès de producteurs en circuits courts relèvent de l'engagement personnel et de la volonté de décideurs publics désireux de proposer aux convives une restauration de proximité, plus engagée. En ce qui concerne la restauration commerciale, le choix d'approvisionnement en circuits courts est aussi animé par le souhait de se différencier de la concurrence et d'en faire un argument pour fidéliser les clients.

Les professionnels interrogés indiquent que la démarche est longue à mettre en place et suppose de revoir en profondeur ses pratiques pour parvenir à allier les contraintes de coût denrées d'un repas avec l'approvisionnement de produits carnés en circuits courts. Ils déclarent d'ailleurs avoir rencontré des difficultés pour trouver des éleveurs pouvant répondre à leurs exigences en termes de sécurisation des volumes d'approvisionnement et de qualité de produits. Ils sont globalement satisfaits de la qualité des produits en circuits courts, qui permet de limiter les rejets lors de la préparation, de satisfaire les convives et donc de lutter contre le gaspillage.

Néanmoins, ils ont identifié, sur certaines catégories de produits, une qualité irrégulière qui peut affecter par exemple la tenue de tranche d'un jambon cuit ou la qualité de sèche en saucisserie sèche.

Globalement, les cuisiniers qui ont fait le choix de s'approvisionner en circuits courts retirent de cette démarche de la fierté que leur procure le fait de travailler de « bons produits » et « d'éduquer leurs convives au goût, à la qualité des produits et au terroir », particulièrement pour les élèves et leurs parents dans le cadre des restaurants scolaires.

FIGURE 5 : PRINCIPAUX MOTIFS DE RENONCEMENT AUX CIRCUITS COURTS POUR L'ACHAT DES VIANDES, CHARCUTERIES ET PRODUITS CARNÉS CITÉS PAR DES ANCIENS CLIENTS DE CIRCUITS COURTS (N=31)





CONCLUSION

Cette étude a permis d'identifier et de pondérer les attentes des consommateurs de viandes, charcuteries et plats cuisinés vis-à-vis de leurs achats en circuits courts, confirmant qu'il s'agit d'un choix incluant plusieurs dimensions :

- La dimension liée au plaisir, car avant tout les consommateurs recherchent de bons produits,
- La dimension liée à la connaissance et à la maîtrise de ce qu'on mange, en se rapprochant de l'origine des produits, en limitant le nombre d'intermédiaires et en entretenant une relation de confiance avec le producteur,
- La dimension d'engagement citoyen en faveur de l'économie locale, de la préservation du territoire, du bien-être animal et de l'environnement.

Ainsi la perception de la qualité des produits est extrêmement liée à la relation entretenue avec le producteur, qui garantira la fourniture des produits issus de ses animaux qui auront été « bien élevés ».

Il faut noter que si les dimensions extrinsèques sont particulièrement présentes dans la perception de la qualité des viandes et produits carnés en circuits courts, elles ne contrebalancent pas les aspects intrinsèques : des produits perçus trop chers pour leur niveau de qualité ou des irrégularités trop fréquentes peuvent entraîner la perte des clients pour les circuits courts de proximité.

Ces aspects seront pris en compte pour la suite du projet VICTOR, et constitueront les objectifs à poursuivre pour que les productions des éleveurs en circuits courts répondent aux attentes des consommateurs.

LES PARTENAIRES



EN PARTENARIAT AVEC LES RÉSEAUX MIXTES TECHNOLOGIQUES :



POUR ALLER PLUS LOIN QUALITÉ DES VIANDES ET PRODUITS CARNÉS

- Becker, J. C., Radke, H. R. M., & Kutlaca, M. (2019). Stopping wolves in the wild and legitimizing meat consumption: Effects of right-wing authoritarianism and social dominance on animal-related behaviors. *Group Processes & Intergroup Relations*, 22(6), 804–817. <https://doi.org/10.1177/1368430218824409>
- Ettabti A. La perception de la qualité de la viande rouge fraîche par la ménagère marocaine *New. Medit.* (2005) 4 :27-31
- Northen, J. (2000). Private initiatives to manage safety and quality of meat in selected member states of the EU. *Quality policy and consumer behaviour in the European Union.*, 193-220.
- Prache, S., Sante-Lhoutellier, V., Adamiec, C., Astruc, T., Baéza, E., Bouillot, P. E., ... & Vitrac, O. (2020). La qualité des aliments d'origine animale selon les conditions de production et de transformation. Rapport de l'Expertise scientifique collective (Doctoral dissertation, INRAE).

Cette étude a été réalisée avec la contribution financière du Compte d'Affectation Spéciale « Développement Agricole et Rural » du Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, projet CASDAR n°21AIP4000474 VICTOR.
Informations disponibles sur <http://www.idele.victor.fr>



Contact : Clémence Bièche-Terrier (Clemence.Bieche@idele.fr), Christèle Couzy (Christele.Couzy@idele.fr), Valérie Diot (valerie.diot@ifip.asso.fr).

Rédacteurs : Clémence Bièche-Terrier (Idele). • Collaboration : Valérie Diot (IFIP), Sofia Meurisse (Idele), Christèle Couzy (Idele), Lucile Petitzon (CDA France), Mathilde Klingler (Idele), Ghida Haj Chahine (Idele)

Réalisation : beta pictoris • Mise en page : Sarah DAUPHIN (Idele) •

Crédits photos : Laurent Madelon - CDA France et Ghida Haj Chahine – Idele • Réf : 0023 401 025 • Novembre 2023