

Où va le jeune bovin ? Quel produit pour quel marché ?

GERARDIN A. (1), MONNIOT C. (1)

(1) Institut de l'Elevage (Idele), 149 Rue de Bercy, 75012 Paris - France

RÉSUMÉ

À la demande d'Interbev, l'interprofession de la viande et du bétail, nous avons étudié les débouchés des jeunes bovins (JB) engraisés en France. Nous avons pour cela mené une série d'entretiens avec des opérateurs de la filière viande bovine, que nous avons complétés avec l'analyse des données du commerce extérieur. Les carcasses et les différentes parties des carcasses de jeunes bovins sont orientées vers les marchés les plus rémunérateurs : quartiers arrières vers l'Italie, quartiers avant vers la Grèce, l'Allemagne ou pour la fabrication de haché en France. Cette complémentarité des débouchés est essentielle pour permettre une bonne valorisation de l'animal. Sur les marchés export, la qualité de la production française est appréciée et répond à la demande pour de la viande claire et maigre. Sur le marché national, les jeunes bovins pourraient compléter l'offre de femelles et permettre à certains circuits, notamment la restauration hors domicile, de s'approvisionner en viande française. Toutefois, la viande issue de jeunes bovins peine à répondre aux exigences de la loi EGALIM à l'échelle nationale car une très faible part de la production est aujourd'hui labellisée. La mise en place de filières d'engraissement de jeunes bovins locales pourrait toutefois permettre de satisfaire certaines exigences d'EGALIM.

The young bulls production: which products for which markets ?

GERARDIN A. (1), MONNIOT C. (1)

(1) Institut de l'Elevage (Idele), 149 Rue de Bercy, 75012 Paris - France

SUMMARY

At the request of Interbev, France's inter-professional association of meat and livestock, we studied the market of young bulls fattened in France. To do this study, we conducted interviews with operators in the beef industry and analysed foreign trade data. The carcasses and the different parts of the carcasses of young bulls are sold onto the most profitable markets: hindquarters to Italy, forequarters to Greece, to Germany or to the manufacture of minced meat in France. This complementarity of outlets is essential to ensure that the animal is properly valued. On export markets, the quality of French production is appreciated and meets the demand for light, lean meat. On the national market, young bulls could complete the supply of females and allow certain outlets, especially the catering industry, to be supplied with French meat. However, meat from young cattle is struggling to meet the requirements of the EGALIM law (a law about agriculture and food) on a national scale because a very small proportion of production is currently certified (label Rouge, bio...). The establishment of local fattening chains for young bulls could make it possible to meet some requirements of EGALIM.

INTRODUCTION

L'engraissement de bovins mâles est en repli structurel depuis plusieurs années en France : les abattages de jeunes bovins allaitants ont baissé de 7% en dix ans et ceux de jeunes bovins laitiers de 33%, alors que dans le même temps les exportations de bovins maigres ont progressé (x3 pour les veaux laitiers, +8% pour les brouillards). Cette dynamique inquiète les représentants des filières qui ont demandé à l'Institut de l'Elevage d'étudier les débouchés des jeunes bovins (mâles non castrés âgés de 12 à 24 mois) abattus en France afin de mieux connaître les logiques de valorisation des carcasses et d'identifier des pistes de développement à l'export mais surtout sur le marché français. Pour cela, nous nous sommes appuyés sur une série d'entretiens avec des opérateurs de la filière, complétés par le traitement des données Eurostat.

1. MATÉRIEL ET MÉTHODES

1.1. CONDUITE D'ENTRETIENS AVEC 17 OPÉRATEURS DE LA FILIÈRE

En l'absence de bases de données accessibles concernant la commercialisation de la viande bovine et afin de disposer de données qualitatives, nous avons mené une série d'entretiens semi-directifs avec des opérateurs de l'aval de la filière. Nous avons interrogé 5 opérateurs de l'abattage (qui réalisent 70% des abattages nationaux de jeunes bovins et sont actifs sur tous les principaux marchés), 2 responsables achats de la grande et moyenne distribution (GMS), 3 grossistes/transformateurs, 5 opérateurs de la restauration hors foyer (RHF), un 1 importateur grec et 1 importateur allemand. Des opérateurs italiens avaient été interrogés en 2019 lors d'une précédente étude.

1.2. ANALYSE DE BASES DE DONNÉES

Nous avons complété les informations recueillies lors des entretiens avec les données du commerce extérieur, extraites depuis Eurostat, afin de quantifier les volumes de viande bovine française exportés par destination. Cette base nous a également permis de réaliser des analyses qualitatives en utilisant les catégories douanières NC8 (carcasses, quartiers, viandes désossées). Toutefois, les données douanières ne permettent pas d'identifier la catégorie de bovin à l'origine de la viande exportée. Mais d'après l'étude *Où va le bœuf ?* réalisé par l'Institut de l'Elevage en novembre 2019, plus de 80% de la viande bovine française exportée est issue de jeunes bovins : nous avons donc considéré les données du commerce extérieur comme représentatives des formes de vente des jeunes bovins.

2. RÉSULTATS

2.1. 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 jeunes bovins (JB) abattus en France sont destinés à l'export et 50% restent sur le marché français. Cette proportion varie suivant le type racial : 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 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 (viande pour haché -VPH-, catégoriel et Unités de Vente Consommateurs Industrielles -UVCI-), surtout pour les JB lait (95% des tonnages). Les

carcasses de JB viande sont majoritairement vendues en demi-carcasses, quartiers et 8ème, pour répondre à la demande en viande piécée des boucheries et des grandes et moyennes surfaces (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 arrières et les 8° est équilibrée pour les JB viande, tandis que les JB lait sont principalement exportés sous forme désossée.

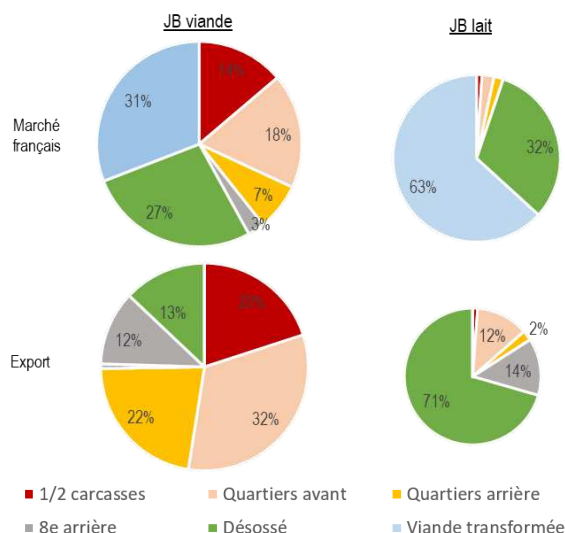


Figure 1 : formes de vente des JB abattus en France, par type racial et par marché. Source : GEB-Institut de l'Elevage d'après enquêtes.

A l'export, les quartiers avant sont majoritairement valorisés sur le marché grec, les quartiers arrières sur le marché italien et le désossé sur le marché allemand. Concernant les 8° arrière, l'exportation concerne principalement le globe (BCU - cuisse de bœuf sans le rumsteck), exporté vers l'Italie et l'Allemagne ; le rumsteck, le déhanché et le milieu de train de côte restent en général sur le marché français.

Pour une meilleure compréhension des termes techniques utilisés dans ce paragraphe, se référer aux posters de découpe d'une carcasse de bovin (Interbev-Idele, 2017).

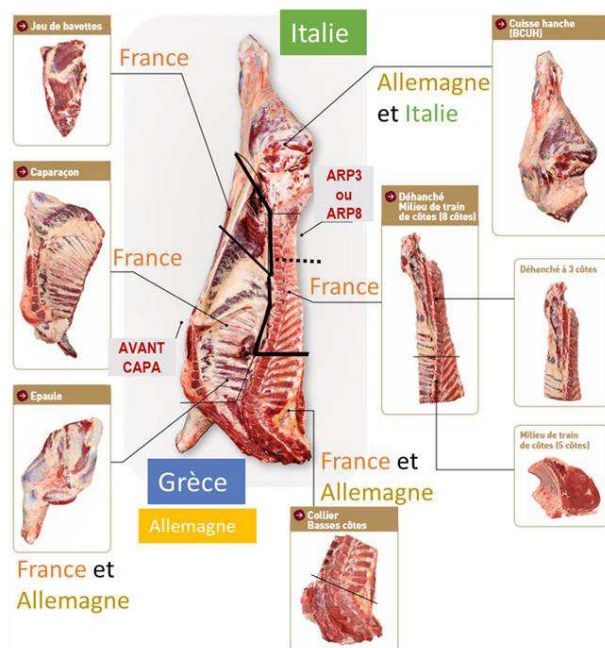


Figure 2 : Valorisation type d'une carcasse de JB viande. Source : GEB-Institut de l'Elevage d'après entretiens et photos Interbev-Idele.

2.2. 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 façon à en optimiser la valeur : la forte valorisation de certaines pièces peut permettre de vendre les autres à plus faible prix. La valorisation des pièces varie au cours de l'année. Cette saisonnalité est particulièrement marquée pour les quartiers avant, le déhanché et le milieu de train de côtes, alors que 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 la belle saison, plus propice à la consommation de pièces à griller.

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 où ils sont toutefois en concurrence avec d'autres origines (Italie où les pièces d'avant sont peu consommées en été, Espagne, Pologne...).

2.2. FORCES ET FAIBLESSES DE L'OFFRE FRANÇAISE 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%).

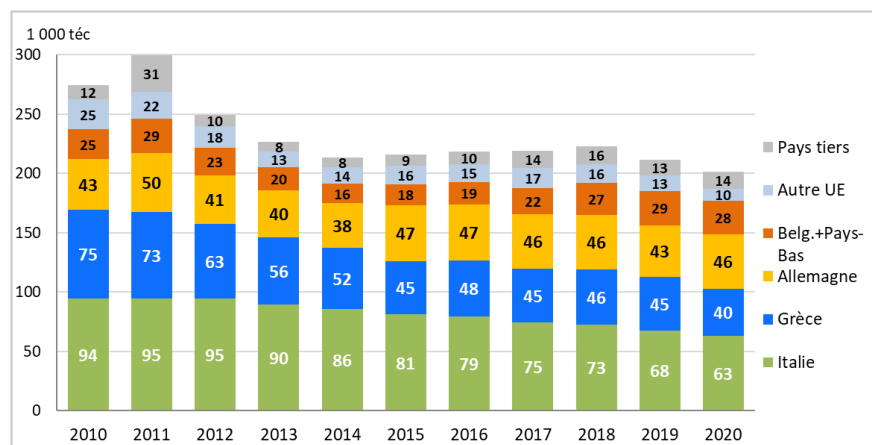


Figure 3 : Exportations françaises de viande bovine réfrigérée et congelée

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

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 convient au goût des consommateurs italiens, grecs et allemands, elle répond à la demande pour de la viande claire et maigre.

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

Les exportations vers les marchés du sud de l'Union Européenne sont en repli depuis plusieurs années, les prix de la viande française sont plus élevés que ceux des concurrents étrangers. La viande polonaise, moins chère, s'est imposée sur ces marchés, et plus récemment la viande espagnole.

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. Par ailleurs, la demande grecque pour des pièces à griller progresse : mais pour répondre à cette demande, les importateurs s'approvisionnent de plus en plus en 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 » issu de brouillards français engraisés en Italie. Mais le marché est tenu par un oligopole de grossistes qui empêchent le contact direct avec les enseignes de GMS. Par ailleurs, 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. La viande espagnole répond 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 catégorie.

2.2.2. 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) et de la baisse de la production allemande de viande bovine (recul du cheptel laitier

et faible présence du cheptel allaitant). 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 du dynamisme 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'une alimentation sans OGM.

2.2.3. Ouvrir de nouveaux marchés

Il existe des perspectives de valorisation de la viande de jeunes bovins 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 faire preuve de souplesse et de réactivité car ces contrats sont occasionnels et imprévisibles.

La production française de JB ne fournira qu'un volume 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.

2.3. QUELLES PERSPECTIVES POUR LA VIANDE DE JB SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS ?

En France, la **restauration collective** est un secteur très hétérogène. Alors que la restauration scolaire et les centres de santé servent davantage de sautés et d'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. Les convives consomment plutôt des petites portions de viande, et le prix reste un critère d'arbitrage permanent pour les approvisionnements, même si la restauration d'entreprise peut avoir un peu plus de latitude. Or pour répondre aux exigences de la loi EGALIM, les approvisionnements de la restauration 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 à l'échelle nationale, car une très faible part de la production est aujourd'hui labellisée. La mise en place de filières

d'engraissement de jeunes bovins locales pourrait toutefois permettre de satisfaire certaines exigences d'EGALIM.

Les approvisionnements de la **restauration commerciale** 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 au diamètre adapté. 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. Toutefois, la viande de JB, peu grasse, ne répond pas toujours aux exigences de cuisson des pièces à griller. En outre, maintenir l'équilibre de valorisation de la carcasse nécessiterait de trouver des débouchés rémunérateurs pour les avants, afin que les arrières soient compétitifs avec la viande d'import.

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 d'une clientèle de plus en plus diversifiée pour une viande plus rouge et moins maigre.

CONCLUSION

La viande de jeunes bovins pourrait trouver davantage de débouchés sur le marché français. Contrairement à des idées reçues, 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. Par ailleurs, des animaux jeunes pourraient mieux répondre à la demande des consommateurs pour de la viande tendre et des petites portions. La viande de JB est une viande maigre, qui 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 complémentarité des marchés reste essentielle pour permettre une bonne valorisation de la carcasse. Elle repose encore majoritairement sur l'export, qui permet une bonne valorisation des arrières.

Merci aux opérateurs qui ont bien voulu répondre à nos questions et nous fournir leurs données.

GEB - Institut de l'Élevage, Octobre 2015. Où va le bœuf ? Vers Toujours plus de transformation ! Dossier Économie de l'Élevage n°461, 40p.

GEB - Institut de l'Élevage, Novembre 2019. Où va le bœuf ? Vers davantage de restauration hors domicile et toujours plus de transformation, Dossier Économie de l'Élevage n°503, 27p.

Interbev-Idele, Juin 2017. Posters de découpe de carcasses de bœuf, veau, agneau, cheval.