



Depuis 1996, la crise de l'ESB a fait nettement progresser les opérateurs de la filière bovine vers une concrétisation de leurs stratégies de démarcation par la qualité.

De multiples initiatives ont conduit à une segmentation de l'offre avec des produits qui apportent des assurances quant à la sécurité (en particulier de fortes garanties sur l'alimentation des animaux), combinées à d'autres arguments qualitatifs (caractéristiques sensorielles, image d'une race ou d'un terroir). Ces stratégies qualité reposent en premier lieu sur le respect des règles de production et souvent sur un contrôle de la qualité finale du produit.

Le rôle des pouvoirs publics s'avère déterminant, avec l'éventail des signes officiels qui sont mis à la disposition des entreprises intéressées et de leur marque commerciale.

#### **DEPUIS 1996, LA VIANDE DE GROS BOVIN EN TÊTE DE LA CERTIFICATION.**

La certification s'est d'abord développée en veau de boucherie avec la marque collective "Les Vitelliers" (30000 tonnes équivalent carcasse en 2000).

En Gros Bovin, les volumes certifiés ont connu une hausse spectaculaire après la crise de 1996 : la certification, tout comme le label, permettait en effet de communiquer sur l'aspect devenu essentiel des conditions d'élevage ; par contre l'utilisation concrète de ce signe par les entreprises entraînait des contraintes moins fortes qu'en label.

## **Viande de Gros Bovin**

# **La démarcation qualité, vers quelles stratégies ?**

**Après la crise de 1996, la viande de Gros Bovins a pris la tête des certifications de conformité de produit. Le Label Rouge bénéficie de la meilleure image ; Bio et IGP se positionnent sur les volumes encore confidentiels. Mais après les craintes sécuritaires, le consommateur pourrait exiger un plus gustatif.**

**Économie**

DE FONTGUYON G.

INRA  
Département d'Economie  
LORIA Ivry sur Seine  
et UREQUA Le Mans.



## En grandes surfaces, l'exemple de "Filière Qualité Race Normande"

FQRN est une association regroupant Carrefour, des éleveurs, les syndicats de la race normande et deux industriels. Elle a été développée par le distributeur pour son projet plus global de "Filière Qualité Carrefour".

La certification porte sur la race, un tri selon l'âge des animaux et la qualité des carcasses (poids, conformation, engraissement), le respect des bonnes pratiques d'élevage, l'absence d'antibiotique facteur de croissance dans l'aliment, une maturation de 12 jours (qualité gustative), la traçabilité et le contrôle de toute la filière, y compris sur les achats des éleveurs aux fabricants d'aliments.

10000 TEC (tonnes équivalent carcasse) sont écoulées dans 36 hypermarchés. Afin de motiver durablement la filière, Carrefour accorde une plus-value négociée ajoutée à une cotation moyenne sur quatre marchés vifs.

Au-delà de l'attrait financier, des éléments limitent les risques de désengagement :

- la transparence de la filière;
- la présence des syndicats de la race Normande dans l'association FQRN empêche Carrefour de s'approvisionner en dehors d'elle;
- la marque *Filière Qualité Race Normande*, bien qu'exploitée par Carrefour, est la propriété de l'association FQRN : on sort d'un schéma classique de Marque de Distributeur.

## En boucherie artisanale, la marque collective "Bœuf Tradition Bouchère"

Cette initiative de l'Inter-profession s'adresse aux artisans bouchers. Le Cahier des charges garantit l'origine française, une génétique "race à viande", une alimentation traditionnelle des animaux, la tendreté des morceaux à griller (7 jours minimum de maturation).

Créée en 1990 puis certifiée en 1997, la marque réunit 2500 artisans motivés par une organisation collective de la communication, pour un volume écoulé de 35000 TEC. Même en mode de vente traditionnel, le besoin de réassurance de la clientèle par un signe officiel de qualité s'est donc accru.

## LE SYSTÈME FRANÇAIS DES SIGNES OFFICIELS DE QUALITÉ ET D'ORIGINE

Leur objectif est de mieux valoriser la matière première agricole. La politique de la qualité au Ministère de l'Agriculture a débuté avec les labels (loi d'orientation agricole de 1960) puis viennent les produits issus de l'agriculture biologique (loi d'orientation de 1980), la certification de conformité des produits est le signe le plus récent (1990).

### Une qualité supérieure du produit final, pour le Label Rouge

La Commission nationale des Labels et des Certifications (CNLC) homologue le Cahier des Charges ; celui-ci devra évoluer pour maintenir un écart qualitatif avec le produit standard de référence.

### Une technique de production respectueuse de l'environnement et des équilibres naturels, pour l'Agriculture Biologique

L'engagement porte sur la protection de l'environnement et le développement d'un modèle agricole durable, mais sans engagement sur la qualité du produit final.

### Des caractéristiques spécifiques et constantes du produit final et de son mode de production, pour la Certification de Conformité Produit

Le Cahier des Charges, homologué par la CNLC, s'engage sur des critères mesurables, contrôlables et significatifs, toujours présents dans le produit.

La crédibilité des trois signes repose beaucoup sur le principe du contrôle par un tiers, confié à des Organismes Certificateurs agréés par l'état.

Chaque signe possède un logo officiel, géré par le Ministère de l'Agriculture : il s'agit de rendre ces signes plus compréhensibles et d'éviter toute concurrence déloyale. S'il est facile de communiquer sur le Label ou les produits Bio, en revanche la communication sur les produits certifiés est plus difficile : récent et encore mal compris du grand public, ce signe bénéficiera d'un nouveau logo "Critères Qualité Certifiés", commun à tous les produits certifiés (y compris la viande bovine) et géré par le Ministère de l'Agriculture (comme le Label et le Bio).

## LES NOUVEAUX DISPOSITIFS EUROPÉENS

Le système spécifique à la France a été enrichi et harmonisé par des dispositifs européens.

### La réglementation européenne de 1992 sur les protections géographiques

L'Appellation d'Origine Protégée : la France possède déjà des AOC, il s'agit donc d'une simple mise en cohérence.

L'Indication Géographique Protégée constitue une innovation. Son règlement laisse à chaque état une bonne marge de manœuvre : ainsi la France l'associe obligatoirement à un Label ou à une Certification. La CNLC agréé le contenu qualitatif du CDC, puis l'Inao se prononce sur l'IGP.

### Le règlement européen sur les produits issus de l'Agriculture Biologique

Le règlement de 1991 se limitait aux produits végétaux et laissait les états membres établir leurs propres Cahiers des Charges en productions animales ; du coup, le règlement européen sur les produits animaux, intervenu en 2000, peut apporter de nouvelles contraintes ou au contraire créer des distorsions de concurrence entre les états.

## En restauration, viandes hachées surgelées pour "Mac Donald" :

Suite à la crise de 1996, cette société leader de la restauration rapide et détentrice d'une marque d'enseigne à très forte notoriété a durci ses exigences au niveau de la qualité et de la sécurité des hachés de bœuf et choisi le principe d'un contrôle par un tiers. Ainsi, depuis 1997 son approvisionnement en hachés surgelés s'effectue dans le cadre d'une certification (42000 TEC pour un réseau de 800 restaurants, en 2001).

L'usine de fabrication travaille uniquement en muscles (les chutes de

découpe et les ganglions lymphatiques sont exclus); les fournisseurs, tous en HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points), doivent utiliser uniquement des animaux nés et élevés en France.

## LA PROGRESSION DES VOLUMES EN LABEL

Les opérateurs de chaque filière Label sont réunis dans un collectif, le groupement qualité : le nombre de Label en gros bovin s'est stabilisé à 16 et la croissance actuelle du tonnage s'effectue en interne. Depuis leur apparition en 1975 la progression a été lente, avec une accélération lors des



crises de l'ESB (+ 29 % en tonnage en 1997); la clientèle reste à dominante artisans bouchers, le prix élevé étant un handicap en GMS. Globalement, ce signe possède la plus forte notoriété des Signes Officiels de Qualité et deux stratégies récentes pourraient le faire progresser :

- le haché en portion unitaire industrielle, qui valoriserait les avants sur le débouché des grandes surfaces (mais aussi en restauration) et permettrait de baisser le prix des quartiers arrières.
- l'utilisation d'un argument "santé" avec l'incorporation dans l'aliment de graines de lin riches en Omega 3.

### LE BŒUF BIO : NICHE OU FUTUR SEGMENT DE MARCHÉ ?

Les ventes de bœuf Bio sont marginales en volume mais en nette progression. L'argument "santé" y contribue beaucoup du fait des craintes sanitaires soulevées par l'ESB, mais aussi parce que la viande de bœuf est un aliment souvent critiqué au plan nutritionnel : le Bio pourrait ainsi contribuer au développement du segment haut de gamme et à la stabilisation de la consommation.

Les possibilités de conversion des élevages sont nombreuses et le risque de surproduction existe; cependant l'offre peut stimuler la demande...

Le Bio favorise les coordinations verticales : la plus remarquable en Gros Bovin est celle constituée en 1997

par Auchan, la Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique, l'APCA et l'abatteur Selvi, constituant ainsi un vecteur de croissance des volumes et de regroupement d'une offre dispersée.

### L'IGP POUR UN MEILLEUR RETOUR DE COMMUNICATION

On peut citer un exemple d'une demande récente, le Bœuf du Limousin (Certification et IGP) La demande d'IGP relève d'une stratégie défensive des groupements de producteurs du Limousin : réserver la mention valorisante "Bœuf du Limousin" aux éleveurs de la région, pour lesquels l'essentiel du revenu vient du bovin, à l'inverse des éleveurs de limousines hors région.

L'IGP devrait assurer un meilleur retour des efforts de communication vers les animaux de race limousine élevés en Limousin et leur donner une valeur supplémentaire, basée sur de l'immatériel.

### CONCLUSION

L'atout concurrentiel des produits sous Signe Officiel de Qualité vient principalement de la qualité des animaux, de la qualité des modes d'élevage et de la transformation.

L'aspect "conditions d'élevage" restera déterminant du fait des attentes des consommateurs, mais aussi de l'impli-

cation du Ministère de l'Agriculture dans la gestion de ces signes.

En 2000, les tonnages de viande de gros bovin "Label, Certifié et Bio" représentaient 14 % de la consommation totale.

Ce segment de la qualité doit se positionner vis-à-vis,

- d'une offre standard qui tend à se revaloriser (guide de bonnes pratiques filière bovine);
- d'une offre industrielle en produits plus élaborés, plus pratiques d'usage, qui actuellement progresse.

Selon le Centre d'Information des Viandes, une perte de crédibilité peut apparaître avec une offre en produits sous signe de qualité proche de 30 % de la consommation : la marge de développement resterait donc importante.

Toutefois, elle sera réduite par la progression de certaines marques non certifiées mais concurrentes en terme de segmentation de l'offre (exemple "Jean Rozé- la Viande" dédiée à Intermarché) ainsi que par les stratégies de valorisation de productions de proximité (exemple de Système U ou de Casino); la croissance future sera aussi modifiée par le nouveau concept d'Agriculture Raisonnée, susceptible de capter en partie la dynamique actuelle du Bio (exemple d'Auchan).

À moyen terme, l'argumentation sécuritaire sera insuffisante et le recours à l'analyse sensorielle du produit final prendra davantage d'importance, en Label, en Certifié et surtout en Bio : la simple obligation de moyen du Bio pourrait ainsi le marginaliser, une solution étant de combiner Label Rouge et Bio. Plus généralement, la gestion d'une différence sensorielle dans le cadre de ces signes de qualité reste problématique en viande bovine.

### EVOLUTION DE LA COMMERCIALISATION DES VIANDES DE GROS BOVIN SOUS SIGNE OFFICIEL DE QUALITÉ.

en tonne équivalent carcasse	1993	1997	1999	2000
Label Rouge	14 800	23 000	23 600	25 600
Agriculture Biologique		début	3 000	4 000
Certificat de Conformité	début	137 000	143 000	146 200

Source : Cerqua, Cepral et Interbev

## B I B L I O G R A P H I E

**CHAILLOUET D., 2001.** Les nouveaux défis du Label Rouge, Les Marchés supplément au n°206, 32-50.

**CHAILLOUET D., 2001.** Quel avenir pour la certification de conformité? Les Marchés supplément au n°256, 41-50.

**GIROUX J., 1999.** La qualification des élevages bovins. Bulletin des Groupements Techniques Vétérinaires, 3, 49-53.

**INSTITUT DE L'ELEVAGE - GEB, 1998.** Viande bovine : étiquetage et segmentation dans la grande distribution. Le Dossier Economie de l'élevage, 274-275, 1-36.

**INSTITUT DE L'ELEVAGE - GEB, 1999.** Viande bovine dans la grande distribution : une photographie du rayon boucherie - Segmentation et animaux utilisés. Le Dossier Economie de l'élevage, 281 B, 1-16.

**INSTITUT DE L'ELEVAGE - GEB, 1999.** Le marché des gros bovins de conformation supérieure : situation et perspectives. Le Dossier Economie de l'élevage, 284, 1-24.

**SANS P., 1999.** Différenciation de la viande bovine : l'exemple des signes d'identification de la qualité et de l'origine. Bulletin des Groupements Techniques Vétérinaires, 3, 37-44.

**SANS P. ET DE FONTGUYON G., 1999.** Différenciation des produits et segmentation de marché : l'exemple de la viande bovine en France. Cahiers d'Economie et Sociologie Rurales, 50, 55-76.

**SANS P., DE FONTGUYON G., DULAWA V., 2002.** Les stratégies de démarcation par la qualité en gros bovin : quelle place pour les viandes limousines dans les linéaires de la grande distribution? (à paraître dans INRA Productions Animales).

**SYLVANDER B., 1996.** Normalisation et concurrence internationale : la politique de la qualité alimentaire en Europe. Economie Rurale, 231, 56-61.